

## 雲林系列報導

|     |                                               |             |                 |
|-----|-----------------------------------------------|-------------|-----------------|
| 產業別 | 農業（咖啡）                                        | 受訪單位<br>受訪者 | 古坑鄉農會<br>林明志 主任 |
| 標題  | 【未來農業雲林系列報導】<br>台灣咖啡原鄉-雲林古坑 72 變，小農咖啡走向產業品牌之路 |             |                 |

2003 年一炮而紅的伯朗咖啡廣告拍攝地點就在雲林古坑荷苞山，自此「古坑」就成為台灣咖啡原鄉的代名詞，同年雲林縣政府於古坑舉辦第一屆台灣咖啡節，奠定台灣咖啡原鄉在古坑的知名度，每年台灣咖啡節吸引國內外約 50 萬旅遊人次，為當地觀光、休閒、農特產業發展增添助益。古坑咖啡成為農村大躍進的典範，接下來農會將推動 CPAG 品牌化發展成為在地產業升級的關鍵！

### 雲林古坑地方創生，得天獨厚的咖啡原鄉

古坑鄉位於北回歸線上，氣候得宜，所產的臺灣原生種咖啡，甘甜香濃不苦澀，別有一番台灣在地的風味。台灣咖啡種植源於民國 23 年間，由日本人種植於古坑鄉的大尖山及荷苞山，因試種的成果品質相當優良，於是後來廣植於華山、華南、桂林、荷苞及樟湖等地區，因日治時期的技術傳承，再加上當地自行改良後製、烘焙、萃取的方法與時間，使得古坑咖啡具有本土特殊風味。

古坑鄉農會成立品牌 CPAG (Coffee Production Area - Gukeng)，是全國縣市中首創咖啡集團產區自行成立的品牌，規劃為產品的孵化中心，透過 CPAG 制定最優收購底價，促使各小農可以再發展不同品種、製程的產品。另外，農會也發起培育「咖啡評鑑師」活動，鼓勵班員可以經由輔導考核後認證成為評鑑師。

### 小農咖啡經營不易，削價紅海生存困難

古坑鄉農產多樣化、農業耕地面積大，但農民自有種植面積小，且雲林縣長期面臨年輕勞動力流失，農業人力老化的困境。小農咖啡經濟，生產成本較高，雖近年國內咖啡產量持穩成長，惟整體台灣本土咖啡豆年總產量僅佔進口豆 3%，產量難以迄及。在農產品銷售方面，農民普遍依賴中盤商收購，即使盤商收購價偏低，小農常常因農產品季節性產量、保鮮期與其他銷售管道有限，陷入不合理的削價紅海困局。

### 古坑咖啡 CPAG 品牌化，力推咖啡溯源履歷標章

從地方小農邁向產業品牌化，如何創造 CPAG 的品牌價值，帶動地方產業發展，古坑鄉農會提出以下幾點建議：

1. 創造品牌識別，建立咖啡履歷標章

古坑咖啡已逐漸打出品牌，但古坑其實並未生產這麼多咖啡，如何落實品牌溯源與產地標章，以及後端的稽核、檢核是整體產業發展中必須要加強的部分。

2. 集團式管理，提升產品競爭力

目前古坑鄉小農是各自生產，未來的目標是進行大量整合，擴大集團產區的規模。集團產區模式不算契作，而是合作進行收購，同時還提供資材、栽培輔導課程等規劃，必須按照一定的流程進行防治、栽種。

古坑咖啡的採購上則是參酌市場媒合價格來進行，且需到達國際認證 CQI（杯測 80 分以上）精品咖啡標準。集團產區目前產銷履歷認證已達 22 公頃，成員是咖啡班員（產銷班）為主，成功輔導案例嵩岳也是古坑鄉農會的班員，由農會輔導申請神農獎並獲獎，也協助「嵩岳咖啡」申請亞洲評鑑，在 CQI 評鑑獲得 89.25 的高分位居世界第一，替台灣咖啡豆打開知名度，邁向差異化的精品市場。

### 3. 接軌國際市場，推動雨林認證

未來希望將「雨林認證」推動國際化，銷售的部份，規劃推出限量產品，在機場等以專櫃方式銷售。此外，可引入「綠咖啡」的概念進行產品推廣，透過綠咖啡產製過程、宣導提高產品銷售的附加價值。

農會意識到外銷國外市場，發展 GGAP 驗證是關鍵，像是海外要採購本地農民盈盈農園段木香菇，卻因為沒有 GGAP 驗證而無法外銷，建議未來可採用新發展的 TGAP+替代 GGAP 驗證。

### 4. 提升人才培訓，吸引青年返鄉就業

因農會負責的不只咖啡產業，建立整個咖啡產業平台需要大量相關專業人才，近年來農糧署、縣政府、水保局、茶改場都有協助開一些栽培、防治課程，加強人才培訓、數據化分析管理…等課程訓練。

### 5. 結合健康議題，開發咖啡多元產品

咖啡也可結合健康議題，例如水果茶的水果咖啡以及咖啡葉茶飲品，發展機能性飲品，可找餐飲相關業者來作開發，透過農會的平台來推廣。另外，園藝治療的部分，將咖啡渣導入栽培土中，作為園藝資材來源，如創樂子跟社區結合進行療育課程。

## 六級化產業運營，數位經濟 X 體驗經濟雙軌挺進

近年來農委會投注許多心力在咖啡產業，「古坑咖啡」成為全國的先驅者，下一步是規劃成立咖啡水洗場，制式化作業流程，場域升級規劃除水洗場外，還可以成立觀光工廠，推廣品牌故事、品種、製程。

未來將朝向推動地方新創產業計畫，以古坑雙金暨台灣咖啡產業品牌孵化中心為方針：結合「咖啡觀光工廠」和「文創園區」概念，打造 1 級生產 x 2 級加工 x 3 級銷售的六級化產業運營模式，融入「體驗經濟」和「數位經濟」兩大核心概念，導入 O2O 串連機制，引進人文藝術產業、文創產業、餐飲業與農業做結合；連結古坑鄉咖啡產業的產地莊園、品牌產品以及觀光資源，發展本鄉咖啡產業獨特性與創新性商業模式。

相關照片：



