

cmchao / November 24, 2011 08:33AM

[說一個動人的故事](#)

部落客報到：說一個動人的故事

2011-11-22 22:28

作者：屋米

有網友反應，很遺憾沒有在「建國一百年原住民族產業博覽會」上多買一些加納納KALALA部落的柴燒柚子醬，我則很遺憾柴燒柚子醬除了擺在攤位上之外，還缺少了一個感動人的故事。

今年花蓮鶴岡的文旦又滯銷，中秋過後仍有2 / 3的文旦待售，但是一過中秋，文旦的價格也跟著下跌，果農血本無歸。開發文旦柚具市場性的加工食品，便成了部落積極努力的方向。

柚子醬不稀奇，柴燒柚子醬倒是讓人眼睛一亮，眼前彷彿就能看到農家炊煙裊裊，嗅到空氣中瀰漫著煙熏還有熬煮文旦柚的多層次香味。

翻了一下，攤位旁的DM，除了簡單的商品介紹，想要再多了解為什麼柚子醬要用柴火熬煮，而不是瓦斯？或者，柴燒與一般柚子醬有甚麼不同？就得要開口問問顧攤的年輕小夥子了。

我這個害羞的買家心裡想，如果能夠有一個小卡片或DM描述這些故事，那麼柴燒柚子醬的宣傳效果應該會更好。。

部落常常覺得自己的東西賣相不佳，不好意思拿出來賣、不好意思把價格賣高一點，總是低估自己的產品，也就不好意思老王賣瓜了。

北迴公路上一個迷你的泰雅族部落就是一個例子，這裡種植的水果除了北部山區有名的水蜜桃之外，也產甜柿。

台灣甜柿的產地以中部苗栗為主，越往北甜度越低，北迴公路上小部落產的甜柿想當然比不上苗栗的甜膩，卻有中海拔山區才能孕育出特有的清甜爽脆口感，但一般人通常只覺得不甜，不好吃！

部落的yaki（泰雅族對女性長者的尊稱）常說，因為一個人照顧果園，草都沒有辦法除完，長得比果樹還高，甜柿都長得很醜！但我們覺得，這樣對環境友善的耕作，以及部落互助的換工，讓部落的甜柿，甜在嘴裡，溫暖在心裡。

前幾年藉著社大的戶外課程的機會，外子帶著課堂上一群熱心的大哥大姐上山，先與部落交朋友，再認識部落的環境與產業，從此之後小部落的清甜甜柿居然也變成大哥大姐口中最好吃的甜柿，每到甜柿產季就會來電洽詢組團上山採甜柿。甜柿已經不只是一個水果，而是飽涵人的情感與土地倫理的珍果。

在「建國一百年原住民族產業博覽會」的會場內，除了柴燒柚子醬讓人有消費的慾望之外，還有號稱「東方橄欖油」之稱阿里山來的山茶油，也同樣缺少一個感動人的故事。

購物除了滿足消費者本身的基本生活需求之外，被購買的商品亦是彰顯消費者品味獨特而卓越的符號。

於是消費者會選擇特定的商品購買，而決定購買的因素除了商品本身的內容以及品質之外，還包括商品代表的形象與價值。而說一個感動人的故事，就是塑造商品形象、擦亮商品價值的一個方式。

（部落工作者）