



最時髦的雜糧 麥時尚苦蕎麥

文圖/唐愷良、王智群、林志騰

近年來農委會推動大糧倉計畫，蕎麥列為優先作物之一，搖身一變成為熱門的雜糧作物，105年全臺栽培面積80公頃，111年則成長為728公頃。彰化縣二林鎮與大城鄉為中部主要產區，二林鎮主要種植甜蕎，而苦蕎的栽種地則集中於大城鄉。

本文採訪苦蕎品牌「麥時尚」的品牌創辦人，同時也是彰化縣大城鄉蕎麥產銷班第三班的班長林志騰，談到這10多年與苦蕎結下的不解之緣，他笑著表示「是臺中場的蕎麥台中2號開啟了我和蕎麥的緣分」。



◀林志騰投入苦蕎的種植，並組織了大城鄉蕎麥產銷班第三班，號召當地農民一同種植苦蕎



林志騰親力親為參與展售活動，與消費者面對面交流產品並介紹苦蕎的特色

【創業緣起，從蕎麥麵開始】

與許多農企業的老闆一樣，出生於大城鄉的林志騰也是農家子弟，從小務農的他自國中畢業後就北漂就業，讓他決定回鄉的契機，是從事零售產業時偶然發現的蕎麥麵。

在當時，臺灣麵食的種類非常有限，而蕎麥麵富有濃厚的日本風情，也因此百貨公司的銷售成績非常出色，為了搶搭這股風潮，林志騰開始嘗試自己批貨販售。

蕎麥麵的原料主要來自中國，進口的原料雖然價格低廉，但經長途運送，貨源與品質並不穩定。「為何我們不自己種看看呢？」剛好此時本場育成蕎麥新品種台中2號，屬於苦蕎，種仁較小，芸香苷等機能性成分更高，因其獨特性與健康的優勢促使林志騰投入苦蕎的產業。就這樣，林志騰從自家的5分地開始種起，並與鄰近農民合作，利用二期作或裡作的空檔進行蕎麥栽培，並於104年組織大城鄉蕎麥產銷班第三班，規模最大時種植面積達60公頃。目前為了落實產銷履歷生產流程，耕地面積維持在20公頃，年產量約30公噸。

【投入加工，建立具特色的產品線】

苦蕎種起來了，卻發現加工程序相當繁雜，跟甜蕎僅需日曬就可脫殼不同，苦蕎的脫殼需要經過浸泡、蒸煮及焙炒等處理，而初期缺乏技術與機器的林志騰只能日曬後整粒磨粉製麵，無法有更多樣的利用。為了讓產品項目更豐富，他多次前往日本與中國等地考察學習苦蕎加工，陸續進行加工場的建置並從國內外引進設備，最終於109年取得農產品初級加工場登記，並通過ISO 22000及HACCP等食品製作流程的安全驗證。從事加工事業後，林志騰從此多了一個食品業者的身分，並接受當地衛生局的管理，每一步驟都需要符合食品良好衛生規範準則(GHP)，讓消費者在食品衛生安全上多一層保障。



苦蕎加工程序繁雜，需經浸泡、蒸煮、焙炒及脫殼等程序，設備需求高，投資成本也較高

蕎麥具有生長期短、抗病蟲害、耐旱及耐寒等特性，但不穩定的收成率與較低的單位面積產量也使得蕎麥不容易成為主要的糧食作物。「蕎麥是鳥吃完才輪得到我們吃的。」林志騰表示，臺灣的蕎麥為一年一收，一分地耕地經過鳥類與東北季風的考驗後，僅收成約100公斤的苦蕎，經風選去除空殼與半空殼後只剩80公斤，後續經過蒸煮、焙炒、去殼及膨發等加工處理後，最終產出的苦蕎膨發顆粒只有40公斤，原料與加工的成本使得苦蕎的價格無法壓低。

既然成本無法降低，就必須要從產品本身的吸引力下手，麥時尚的主力商品有蕎麥茶、蕎麥麵及蕎麥熊棒等。蕎麥茶是最受歡迎的產品，「我們的蕎麥茶絕對在國際上也是有競爭力的！」經膨發後的苦蕎因梅納反應產生一股特殊的香氣，相較國外常見的焙炒製程可保留更多營養成分，茶湯顏色也較為討喜。林志騰表示，蕎麥茶產品都是在接到訂單後才會開始生產，為的就是保留它的新鮮風味與有益成分。蕎麥麵也是備受歡迎的產品，蕎麥麵雖營養價值高，但缺乏筋性、口感不Q彈且無黏性，故大多數市售蕎麥麵皆使用高含量的麵粉以方便成型並保有口感。麥時尚所生產的蕎麥麵並未跟隨大眾口味，堅持使用高含量蕎麥製成，犧牲了些許口感，製造過程損耗也較大，但成分簡單，客群回購率高，從而走出自己的市場。新開發的蕎麥熊棒也秉持同樣精神，追求少糖少添加物，以蕎麥的自然香氣作為產品的最大賣點。

【生產銷售一條龍，讓蕎麥成為大城的特色作物】

生產端與加工端都建置完成後，最後的銷售端也由林志騰一手包辦，麥時尚的商品主要透過網路進行販售與行銷，最主要的通路為自家網站，並藉由臉書粉絲團進行宣傳。此外，林志騰也跑遍全臺的展售活動進行推廣，以112年為例，已參與國際蘭展與南投茶展等大型展售會場，並至臺北希望廣場擺攤，皆取得不錯的銷售成績。展售的優點在於其聚客力，在銷售商品的同時也可以增加苦蕎的曝光度，讓更多國人了解營養滿分的蕎麥。除了網路銷售與展售外，林志騰也與國內飯店、民宿觀光景點以及餐飲業、飲料店合作，銷售蕎麥飲品。並在臺南成立店面服務客戶，讓消費者可以直接購買到產品。談及生產加工銷售一條龍的營運模式，林志騰也感性表示「一個人是無法完成這麼多事的，在這裡也要特別感謝我的合夥人徐淑真執行長，非常辛苦打理公司大大小小的事情，麥時尚有現在的成績都要歸功於她。」

針對未來幾年的規劃，林志騰擬定了兩個計畫「第一為增加產品品項與通路，第二則是要把產能放大，降低成本。」。為了擴大蕎麥產品品項，林志騰近期針對睡眠障礙市場，以苦蕎搭配薰衣草、洋甘菊等香草植物，開發蕎麥風味舒眠茶。而如何放大產能則是林志騰最頭痛的部分，「苦蕎加工不好做，全臺灣沒幾家，好用的設備也都不再生產了。」蕎麥加工流程繁瑣，以林志騰現有的加工設備每小時產量大約只有6-7公斤

，目前仍持續找尋合適的設備增加產能，「目前麥時尚年加工產量約10-20公噸，未來目標是每年150-200公噸，在這樣的目標產量下可以維持全年生產，可以降低人事成本與能源成本，讓更多人吃得起苦蕎。」



麥時尚豐富的產品線，有蕎麥茶、蕎麥麵、蕎麥熊棒、蕎麥粉及蕎麥仁等產品

林志騰也談及未來的願景，「我想成立蕎麥故事館觀光工廠，讓大家一聽到大城鄉，就想起苦蕎，這是我的終極目標」。林志騰提及，大城鄉主要特色作物是西瓜與花生，70年也曾種植甜蕎，但都沒有大紅大紫，苦蕎因為它的獨特性與營養價值，具有成為全臺知名的地方代表作物的潛力，未來若目標達成，可以增加在地年輕人的工作機會，也是他回饋在地的一個方法。