

## 〈創愛的業〉

### 直接跟農夫買 農產監管良性循環

【朱永光】

餽水油事件全台延燒，許多知名廠商、百年老店相繼淪陷，除了引發現行認證、監督機制的失靈問題外，消費者該如何自救、重拾對於「吃」的信心，才是嚴峻的考驗。

四年前由金欣儀（買買氏）所倡議的「直接跟農夫買」，回歸到最初、最簡單的交易型態，不失為一個解套良方。

原本從事廣告業的金欣儀，在決定「投筆從農」前花了一整年時間，遍訪台灣大小鄉鎮農村，不僅看到務農者的艱辛及產銷制度上的不平，也認識一群認真殷勤、友善土地的農夫。

「一直是上班族，時間一到薪水入袋的我，終於體會到農民辛苦工作一年，卻仍不知最後能有多少收入的感受。我就在想，可以做什麼來幫忙這群讓我深受感動的農夫？」

2010 年金欣儀率先在 Facebook 上成立「直接跟農夫買」社團，運用自己行銷文案的專業，協助農友張貼自產自銷的作物訊息，將有機、無毒、友善、安全耕作的農友推薦給網友，而有意購買的人就可以直接與農夫連繫，以公平合理的價格購買農產品。

期許成為農友、消費者和土地公平關係的連結平台，金欣儀號召了 12 位理念相同的志工，利用網路社群的力量，掀起一場改變傳統農業產銷制度的小革命。

「就如同我們的名稱，初衷是希望建立起消費者與農夫之間最直接的信任關係，就像朋友一樣，想吃什麼就找朋友買；農民也必須承擔、為自己的產品負責。」

短短三年多時間，「直接跟農夫買」獲得九萬多名粉絲的認同，齊力支持上百位農夫得到公平收入，讓他們更有力量朝有機耕耘之路邁進。

「農民從用藥轉型到有機耕作，立即要面臨的是產量驟降、品相不佳的高風險代價，往往迫於現實生計無法堅持下去，所以在這個階段更需要大家的支持。」

透過溫暖、詼諧的圖文，金欣儀與消費者分享農友一路上的甘苦，也藉此鼓勵消費者「直接跟農夫買」不僅買到健康食物，也買下對這塊土地的認同。

除了農友，金欣儀表示，她也要給這九萬粉絲一個讚，因為這些消費者願意直接跟農夫溝通，主動去了解、關心農產品與農夫的耕種方式。

「我相信如果有更多人改變，不再用選美的方式選水果，就會減少糧食的浪費，而農民再也不需要為了水果外表好看，而冒著生命危險噴灑農藥。」

在「直接跟農夫買」的平台上，默默地形成一種由消費者自覺監督、農友自制管理的默契，彼此共管、共創雙贏。

經過這幾年的執行驗證，「直接跟農夫買」確實讓農夫與消費者兩端達到避險的效果，也成功打破中盤商配銷系統、維護農民利益。

今年初夏，金欣儀決定將志工性質的「直接跟農夫買」轉型成為社會企業，讓往往是一次性的公益活動化為永續經營，希望以企業營運的方式長期陪伴農民轉型與銷售，同時以合理的薪資讓過去無償付出的志工成為員工，將推廣有機農業的志業轉化為事業。

「我們算是最早發起直接跟農夫買的概念，農民也陸續表達希望我們可以協助處理銷售事宜，他們才可以更專注於耕作上，但在市場上我們的起步是晚了一些。」在公司化的過程中，金欣儀與團隊要面對的挑戰將包括：資金的取得、管理制度的建立、商業模式的考驗及對初衷的堅持，但已擁有穩固社群粉絲的支持，相信可以讓創業之路更平穩踏實。

「直接跟農夫買」因應現實需求而誕生，集結消費者對於以金錢利益為導向而產生各種食安亂象的反撲力量，改變產銷遊戲規則、改變消費習慣，形成一種監督與支持良性循環，帶給台灣社會最大的價值與啟發。

（作者是社企流顧問、美商中經合集團總經理，本專欄隔周二刊登）

【2014-09-23/經濟日報/A17 版/經營管理】