

60歲還要攻碩士 柿餅婆婆 劉竹英

把每個柿餅都變成小太陽

藍天襯著金黃透光的柿子，配上柿餅婆婆揮汗工作的微笑，令人感動。(黃莉/攝影)

專業的危險動作，為了柿餅，婆婆拚了。(黃莉/攝影)



●黃莉/報導

走進北國國際花卉博覽會會場，以台北市政府工務局專員身分擔任大佳區區長的劉竹英，在忙亂的現場指揮若定，專業形象十足。不過，她在網絡上還有另一個更令人熟悉的名字：打開網頁，搜尋「新埔柿餅」，跳出許多部落格旅遊照片，仔細看那站在一片金黃的柿餅中，頭戴斗笠、手拿竹盤，有著跟太陽一樣溫暖笑容的娃娃臉婆婆。她，就是「小太陽的代言人」——「柿餅婆婆」劉竹英。

家鄉在新埔的劉竹英，從小就幫忙父母在祖傳的曬柿餅工廠工作。而早在幾十年前，新埔柿餅工廠曬柿餅的壯觀畫面，就吸引不少遊客前來，也有記者登門到訪。但因為早期工廠以專業製造居多，擔心記者和遊客會耽誤工作，甚至偷柿餅，所以一律拒絕參觀，只有「味衛生」，也就是目前由柿餅婆婆五弟掌管的柿餅工廠，抱著著開放的心態，讓外來者盡情參觀、攝影。

近幾年網路愈來愈普及，部落客們拍了許多關於柿餅曬場的美麗畫面，對於攝影相當配合的柿餅婆婆，名氣就這樣在一傳十、十傳百之下漸漸打開。原本不會電腦的她，當初還是從遊客口中才知道自己「在網路上很紅」，於是下定決心開始學電腦，希望能上網看看大家拍的照片，以及遊客對味衛生柿餅廠的評價。柿餅婆婆可愛的一面在於，當她看

到那些部落客們的意見後，還會在網友的文章後面留言，寫下自己的感謝及感動。

當攝影麻豆 有甘有苦

大概從九年前開始，忙碌的劉竹英才真正成為柿餅婆婆，假日空閒時回新埔幫忙五弟經營祖傳的曬柿餅場。除了曬柿餅，更多的時候，劉竹英是當「麻豆」給攝影朋友們拍照。站在柿餅中間，手持竹盤，配上招牌微笑，是柿餅婆婆給人的最深印象。為了拍照的角度和光線，她配合著攝影師換過一幕幕的場景，常常一拍就是一整天，而且又是在熾熱的陽光下演出。這樣奔波不累嗎？劉竹英笑說：「布施有很多種，看著人們把滿滿的歡樂幸福帶回家，是其中最棒的回饋。」抱著服務的心態，看著大家開心，自己辛苦一點也值得。

當了這麼多年的模特兒，遇過無數喜愛攝影的朋友，帶給她感動的人事不計其數。曾有個也是熱愛攝影的朋友，在一張自己拍的曬場照片上，題一首自己創作的詩送給柿餅婆婆，那種用心的感動，劉竹英一輩子也不會忘記。

當然也有遇過態度很差的人。有一次，一個攝影團的領隊跟她說：「你工作這麼辛苦，應該要愁眉苦臉，不應該這麼開心，基本上，人看到錢才會

開心。」劉竹英氣憤地回答：「這是錯誤的價值觀，豐收的季節本來就該開心，而且現場的朋友這麼多，有朋自遠方來，不亦悅乎？為什麼只能因為錢而開心？」這個領隊邊拍照的時候，還嘲弄地跟劉竹英說，只要柿餅婆婆給他一個笑容，拍完照就跟他買柿餅。但劉竹英認為，她要是別人開開心的，真的想買柿餅時才買，而不是迫於人情壓力。最後，那位領隊要買一百盒柿餅，氣憤的柿餅婆婆決定不賣，她說自己雖然很誠懇地對每個人，但是「我也是很有個性的」，這是劉竹英堅持的另一面。

機器餅走味 堅持手工

近幾年來，低品質的大陸柿餅充斥台灣市場，也連帶影響台灣的柿餅產業，大家怕吃到了大陸的乾澀柿餅，購買的人明顯減少，使得台灣柿餅的銷售量減少。劉竹英老家的柿餅工廠也深受大環境的影響，父親和弟弟一同研發出機器柿餅製造機，以降低人工成本。但是經由機器烤出來的柿餅，雖然有著黃橙橙的外表，實較佳，但是沒有柿餅特有的香醇Q度，及綿密的炭香口感。不願傳統客家味柿餅就這麼消失的劉家人，毅然決然地捨棄機器製造的柿餅，回歸傳統做法。

幫柿子「脫衣服」的柿餅婆婆，被一顆顆金黃柿子包圍。(黃莉/攝影)



愛心與良心 曬餅秘方

「做手工柿餅沒有秘方，沒有技巧，只是下工夫而已。」問起劉竹英做柿餅的秘方，她堅定的說。曬柿餅是勞動性高的工作，每天要將曬柿餅盤搬上搬下，讓每顆柿餅充分享受「陽光浴」，還要幫柿餅「馬殺雞」一到二次，動作要輕輕柔柔的，不可以太大力，以免傷著了柿餅。時間掌控也很重要，炭烤八天的柿餅，一定比炭烤四天的柿餅來得好吃，但是耗損率會提高。「有啦！曬柿餅有秘方」，劉竹英最後補充說：「要添加愛心、用心、耐心、苦心和最重要的一——良心。」

柿餅婆婆透露，有不少患有憂鬱症的遊客，到了柿餅廠都會偷偷跟她說一聲感謝，因為看了一整片黃橙橙的柿餅，讓他們藍色的心情充滿了金黃色的希望。「每個柿餅都是小太陽。」柿餅婆婆說，曬柿餅這產業不只幫助客家傳統美食的延續，對於許多在傳統柿餅中找尋回憶的人而言，柿餅在他們心目中，是帶給人們溫暖的——小太陽。

有座客庄 永存心中

●黃莉/報導

走進花博辦公室，不同於平常的純樸形象，置身專業風格之中，有著另一種身分的劉竹英，沒有都市人身上慣見的冷漠，反而有股從骨子透出的鄉土味，令人感到格外親切。今年六十歲的劉竹英，從新埔小鎮到台北大都市生活已有好幾十年頭了，但她卻從來不曾忘記家鄉，假日一有空閒就往新埔跑，說是幫忙五弟經營柿餅廠，也是因為想念生長了半輩子的地方。

劉竹英生長的年代，正好搭上鄉村青年去都市打拚的熱潮。客家人有個不成文的習俗，祖傳事業一定要世代經營，劉竹英的兄弟姊妹之中，必有一個人得留守客庄。個性老實的五弟一肩扛下重任，讓其他兄弟姊妹離開客庄，到都市打拚事業。「我想要讀書，也會讀書。」劉竹英表示，繼承傳統與個人表現的衝突，因為有五弟的堅持，才讓曬柿餅這傳統產業得以延續。

土生土長於客庄，客家人刻苦耐勞、積極向上的精神，深深烙印在劉竹英的個性中。別看她一把年紀，現在還在台北大學讀研究所呢！「我想真正幫助客家鄉親，帶動整個柿餅產業。」劉竹英說，她目前正在撰寫有關客家文化產業行銷策略的論文，讀愈多書，學得愈多才能幫助更多的人，也才能幫新埔柿餅找一個更好的出路。

在都市生活了這麼久，為什麼沒有都市味？原來，客庄風情早已深深烙印在劉竹英的骨子裡。客家人簡約、刻苦耐勞的個性是不可抹滅的證據，不管外在環境如何變遷，不管泡在都市的染缸中多久，土生土長的客家人，一輩子都有座客庄在心中。

硬頸客家人 闖出一片天

陳志雄

破產修墳工 為「水母」做乳酪



陳志雄認為客家人不應侷限自己，堅持夢想道路，最後一定會成功。(林庭萱/攝影)

●林庭萱/報導

「誰說客家人就只能做板條？」這是陳志雄創業的初衷。出生於台中東勢的他，學歷只有國中畢業，原本是幫人修墳的，九二一大地震把他的房子震垮了，生意也沒了，「活人都沒地方住了，誰還要做墳墓？」於是他開了一間咖啡廳，無師自通的做了各式各樣的甜點，其中之一便是他妻子張月翠最愛吃的乳酪，沒想到這竟為他的事業帶來新的生機。

「為什麼我吃國外的乳酪就不會拉肚子？」陳志雄的妻子疑惑地問著他。原來妻子患有乳糖不耐

發霉中的純乳酪。(林庭萱/攝影)



陳志雄的乳酪不含乳糖，裡面更充滿對妻子滿滿的愛。(陳奕弘/攝影)



水母吃乳酪的諧音是「水某吃乳酪」，別有一番趣味。(陳奕弘/攝影)



當初因為妻子的一句話而成立的乳酪蛋糕店，現在已經享有名氣。(陳奕弘/攝影)

症，他因心疼妻子一吃台灣的乳酪就會腹瀉，開始著手研究，翻閱各種書籍，比照台灣跟國外乳酪的配方到底差在哪裡。

疼惜愛妻 創業契機

他說國外的乳酪是重乳酪，台灣卻是重奶油；外國人吃的乳酪是臭的，但台灣人普遍不能接受那種臭味，而且真正的乳酪製造成本很高，十二斤的牛奶只能產出一斤的乳酪，所以台灣用鮮奶油做出奶香很濃的乳酪誤導消費者，但它的油脂、乳糖都過高，乳糖不耐症患者吃了肯定會拉肚子。

於是陳志雄把配方改了又改、換了又換，才知道要用乳酸菌讓牛奶發酵，才能讓乳糖消失，因此研製出了不含乳糖的乳酪。他也發現台灣的氣候跟國外不一樣，所以做出來的乳酪也大不相同，陳志雄仿效國外地窖式環境的「熟成乳酪庫房」，專門製作乳酪。

每一塊乳酪，咬下去的每一口，都是陳志雄對妻子滿滿的愛。「我是做墳墓的，沒有任何人教導我如何製作乳酪，我不按理出牌，這就是為什麼我的乳酪不同於別人。」陳志雄自信的說。

堅持品質 多元開發

二〇〇四年七二水災重創了台灣中南部，陳志雄的乳酪生意開始下滑，但日子依舊要過，錢不會白白的飛進口袋，有人建議他出去推銷看看，畢竟他賣的乳酪是別的地方沒有的，所以他們索性把自己的車改成了冷凍車，載乳酪到餐廳、咖啡廳販售。但這些業者訂的量不多，一大塊乳酪他們可以小小塊切，切成好幾份，再以較高的價錢賣出。

陳志雄算了算，光要送訂單、送貨、收款所花的

油錢就很多了，實在不划算，他便決定把乳酪搬到路邊賣，生意竟然出乎意料的好。但乳酪是需要低溫才能保存的食品，也許冬天還能賣，那在其他季節該怎麼辦？陳志雄的好友提議他不如開一間專門賣乳酪食品的小店自己經營，手工乳酪，好吃又營養，很符合現代人們的需求，但總不能只有乳酪蛋糕吧？「研發不是發明，也不是無中生有，不只是A+B等於C而已。」於是還研發了各式各樣的產品，像是乳酪餅乾、乳酪果醬、乳酪月餅、乳酪飲料、乳酪麵條等等，不浪費任何食材，可以說是把牛奶的功用發揮到了極致。

水母吃乳酪 緣來如此

當陳志雄苦惱著該取什麼店名，「水母吃乳酪好了！」陳志雄的妻子說，因為她覺得水母跟他們做的乳酪很像，綿綿密密、晶瑩剔透。有次，陳志雄的朋友帶著他的女兒去他們店裡吃乳酪，到了店門口，小女孩抬頭看到了招牌說，「爸爸，為什麼帶我來水某啊？」小女孩疑惑的問著。

原來他們是道道地地的閩南人，水母的諧音就是水某，陳志雄頭上頓時有一盞明燈亮了起來，「她就是我的貴人。」陳志雄表示，他一直想不到水母跟店的由來能搭上什麼邊，女孩的一句話猶如撥雲見日般點醒了陳志雄，乳酪本來就是為了老婆才做的，所以取做水母吃乳酪（水某吃乳酪）恰好好。「如果你早點來，可能我告訴你的版本就是綿綿密密、晶瑩剔透了，不是水某這個版本，都是機緣巧合啦！」陳志雄笑著說。

「我不會把媒體的報導貼在我的店裡，當找新聞題材的人走進來，看到你已經被報導過無數次，再報導對他來說就沒意義了，所以當客人踏進店裡的

那一刻，我會用產品擷獲他的心。」陳志雄獨特的思考方式，讓他成為許多人筆下的焦點人物。他認為創新不難，而是難在不懂得改變自己的想法思維，讓一個很普通東西轉換成讓人覺得新奇、新鮮的事物。

乳酪的名號打響了，很多的連鎖企業都找過陳志雄合作，但陳志雄說：「他們沒買完的牛奶都會浪費，如果到到期的牛奶提早回收給我，十二斤牛奶，一斤乳酪，十一斤乳清，一點一滴都沒浪費，那不是讓他們賺翻了？」他把自己的理念傳授給他的兩個兒子學習，他的大兒子從小就跟在他身邊學習，二兒子國中時也加入製作乳酪的行列，現在所有的生產工作都是由兒子們管理，而他則負責公關的部分。

創新產業 行銷國際

陳志雄是正統客家人，而他的產品屬於創新發展，因為產品不屬於客家傳統，是客家創新產業，所以受到行政院客委會重視，成為客家產品新元素。客委會還幫忙行銷包裝及協助輔導設計方面，希望能對未來客家產品注入高品牌形象及特殊性，因乳酪是國際產品，很具商業價值。

而陳志雄所製作的乳酪特殊點不僅僅是客家新產品，還是國際級的專利產品。不藏私的心態，把研發過程中的經驗與客家族群說明，包括行銷理念及研發創新角度，希望讓客家族群組織架構能力越加茁壯。大學、高中職及電視台邀請演講，陳志雄都不遺餘力，把客家傳承及經驗與更多人分享。