

## 范少怡 果實正當時 醬香盈客庄

讚 0

推文

2016-06-16 記者 陳祐如 報導

「酸桔的好以前只有客家人知道，酸桔的好現在想讓更多人知道。」果時事業有限公司的負責人果醬媽范少怡，運用新竹縣在地盛產的酸桔，取代製作果醬所需的檸檬汁，結合當季盛產的水果，推出各式無毒、健康的特色果醬，賦予酸桔嶄新的面貌。

范少怡是新竹縣新埔客家人，國立中興大學食品科學碩士，曾任職於食品工業發展研究所，執掌保健食品的開發與認證，然而這份眾人穩定且待遇佳的職務，並不符合她對自身的期待。每天面對冰冷的儀器，提供客觀中立的數據，她感覺到自己變得冷漠，漸漸與人脫節，再加上她認為工作壓力是導致她結婚四年一直沒能懷孕的原因之一，使她產生轉職的念頭。

### 以人為本，以地為師

在離職後的第一個月後，范少怡就順利懷孕。由於懷孕期間孕吐得相當嚴重，范少怡就開始找論文研究吃什麼樣的食物對她跟對小孩最好，本身的專業知識，讓她在準媽媽團體中擔任食安諮詢師的角色，進而發現到大多數人雖然重視食安問題，卻不瞭解食安的基本觀念。「我想要讓更多人吃得安心、吃得健康，所以決定結合我的專長，開啟創業之路。」她堅定地說。

產後范少怡立即投入行政院客家委員會的客家青年返鄉創業啟航計畫，並於2013年創立果時事業的第一個品牌「醬醬屋」，主打果醬市場。

醬醬屋的果醬以具客家特色的酸桔作為基底，酸桔盛產於新埔地區，其口味酸澀無法生食，大多製成桔醬，是客家菜的招牌佐料、沾醬，因用途不夠廣泛，經常面臨無人收購的慘況。

「我印象最深刻的是，有一次看到家鄉長輩推著一整車酸桔去市場，又推了回來，回程經過頭前溪橋時，就直接將它倒入溪裡。」范少怡不忍心長輩的心血化為無有，便開始研究酸桔食品的開發，因而激發出將果醬中的檸檬汁替換成酸桔汁的創意。

范少怡的果醬堅持使用無毒的水果，像是草莓、楊梅、桑葚、百香果等新竹縣特產水果，為了確保原物料的品質，她實地走訪新竹縣的農地，與在地農友接觸，推廣無毒農法的觀念，「我覺得有機的農產品生吃就好，而且成本過高，不適用於果醬製造，所以我選用無毒的，也就是檢測時沒有農藥檢出的。」經過一次次與農友的對話，范少怡表示越來越多農友有意轉型為無毒抑或是有機的農法，促使她更積極推動自己的果醬事業，希望可以廣泛開發客群，增加果醬產量，以行動支持農友。



范少怡拿著自製的無毒果醬。(陳祐如 / 攝)

### 生產、銷售、行銷一手包辦

醬醬屋的起步艱辛，高單價的果醬並不容易被市場接受，就連范少怡身邊的親友也不看好，甚至建議她放棄創業，重回食品研究員舊業，但她堅持，「我覺得與人接觸的工作讓我變回從前那個快樂、開朗的我，即使過去工作的待遇跟薪水再好，也不會想要再回去研究室了。」

她一步一腳印地建立事業版圖，平日訪視農地、生產果醬、處理銷售與行銷業務，假日犧牲家庭生活，帶著一罐罐果醬到處參加展售會、農產推廣會等活動，為的是好好傳達自己的理念，她強調，「擺攤活動讓我認識許多認同我的想法的人，他們現在也都成為我的死忠客戶，還會幫我推廣。」不過光靠客人口耳相傳的宣傳效果還是有限，因此范少怡利用Pinkoi電子商務平台打通網路通路，並積極經營社群網站的粉絲專頁，希望吸引更多志同道合的消費客群。

范少怡不僅一手包辦醬醬屋的所有業務，還同時扮演妻子與母親的角色。她回憶起創業初期，揹著女兒到處跑，一邊工作一邊哄小孩的情景，感慨地說道，「我也曾抱怨過，我為什麼要生了小孩才要創業，要同時兼顧事業與家庭真的很難，但後來想想，我創業就是為了給下一代良好的食安環境，如果沒有小孩，我也不會走這條路。」她很感謝丈夫的體諒與支持，讓她能無後顧之憂地闖一番事業。



擺攤展售是范少怡傳達果時理念的最佳管道。(范少怡 / 提供)

### 開設食安課程 傳達正確觀念

范少怡不僅賣果醬，還身兼社區大學的講師，開設食品安全與客家飲食文化的課程，藉此將正確的食品觀念傳達給消費者，她認為大眾受到食安風暴的影響，普遍對食品加工抱持較負面的

想法，但實際上食品的加工與保存其實並不困難，只要控制致使食物發霉的三要素：水分、微生物、空氣，即使不添加任何化學添加物，它也可以長久保鮮。

范少怡強調，「我製作果醬的理念就是我所使用的原料都是你在廚房裡找得到的，不只是我家的廚房，而是大家家裡的。」醬醬屋的果醬就是使用熱填充的方式製作，成份只有水果與冰糖，保存期限長達一年。

醬醬屋 ( JAM JAM HOUSE )，音似「醬好吃」，也像客語的「漂亮好吃」，范少怡把當季的水果在最對的時間，用對的處理方式，將它裝進瓶子裡，讓消費者享受最棒的風味，希望大家吃了無毒、無添加的好吃果醬都可以漂漂亮亮，這是她對於產品的堅持與期許。

范少怡現在肚子裡懷了第二胎，她打算趁著待產期間，思考果時生活事業的未來發展。她表示短期內沒有計畫開設實體店面，也沒有打算與大通路廠商合作，儘管有不少大通路與她接洽，但因為其原料來源都來自小農，產量較不穩定，無法配合大通路的需求，再加上高單價的果醬，面對通路市場上的其他低價競爭品並無優勢，所以范少怡還是希望透過擺攤的方式貼近消費者，以理念的推廣帶動產品的銷售。

果時生活事業未來將持續開發更多健康的食品，范少怡也計畫將醬醬屋的理念與經營模式延伸至其他生活事業，以提倡簡單生活與健康飲食為目標，讓更多人吃的安心、吃的健康。



醬醬屋Logo上的松鼠是最愛酸桔的動物，鳥兒是果園最識貨的行家，范少怡以做出讓兩位嬌客滿意的果醬為目標。(陳祐如 / 攝)

▲TOP

關於新客家人群像 聯絡我們

© 2007-2021 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0