

讓產地與消費者更近的橋樑

讚 0 推文

2019-01-05 記者 洪儷娟 報導

現代的生活消費習慣和飲食觀念讓我們早已不大認識每天拿在手上的食物，而消費者其實也不太在意那些食材來自哪裡，畢竟如此忙碌的生活中，對於哪間店能夠提供方便快捷的美味食物，就會成為首選。鑒於此，店長曹育銓與自己的團隊搭建了一個生產者與消費者之間的橋樑——bigreeny 料理·家，讓那些被用心生產的食材可以呈現在你眼前的杯盤茶具中，連結產地與消費者的菜單應運而生。

初建的橋樑

曹育銓與一些團隊成員當初是因為有務農的經驗才結識，主要是在竹東和竹北田裡的務農夥伴。平均年紀中，大的不超過三十五歲。大概務農一年的時間之後，與這群年輕人陸陸續續在討論關於種出來的東西要怎麼讓更多人知道，才有了創業的想法。其中，務農是創業重要的一個經驗，如果沒有務過農，到了產地找合作農家時，就會沒有能力去辨識農家的土質、肥料、種植方式等等，以致於農家講什麼，大家就信什麼。只要稱是利用自然農法種植出來且有機無毒的作物，不夠了解的話，就會照單全收。

其實在務農之前，曹育銓曾經在新竹科學園區的半導體產業工作過三年多，對於園區的飲食習慣相當了解。由於大家工作繁忙，吃飯成了一天之中最被期待的時間。然而，吃的食物不外乎是便當、自助餐。曹育銓笑道：「大家應該都有聽過美食沙漠這個稱號。」但他覺得很多事情不是只由一個原因造成的，因為很多人都從外地來新竹工作，在外地人來來去去的環境下，他們對於熟悉或好吃的食物不一定有時間去尋找，而簡單的轉向了調味料多的食物。身為新竹人，他認為這塊土地仍然有更值得我們去發掘的食物。



農地農用的布條是老闆對於生產者權益的支持。(洪儷娟 / 攝)

你想吃什麼？往田裡找找看

搭建生產者與消費者橋樑的牽線人只是在落實一件事情，就是「選用當季、當地的食材，當天製作讓消費者當下享用。」很多人都說要吃當季或吃當地，事實上每天還是去附近超市和市場採買，即使連市場，大多數也都是和各式蔬果批發商進貨。而所謂的吃當地，應該是要與產地有所連結，也許可以從每個人居住地的方圓十公里農地、小農市集來選擇。只要消費者用心去尋找，就會看到許多用心的生產者。

曹育銓與團隊從新竹出發，走到台灣各個地方認識生產農家。「田裡有什麼，我們的菜單就有什麼」是當時開立「bigreeny 料理·家」這間店的定位。每次在重新設計菜單的時候，團隊都會時時提醒自己記得這個初衷。因為如果跟風而去用了某一種食材、作法或是擺盤手法，很可能讓客人混淆來這間店的目的。客人是想支持從產地用心做出來的食物，如果失了初衷，又何必來此消費呢？因此，在bigreeny 料理·家想吃什麼，要先探頭看看現在的田裡有什麼。當你四季來店，就會看到隨著農田作物改變的美味菜單。



店內懸掛著從開店到到現在仍在合作的生產農家照片。(洪儷娟 / 攝)

生產者與店家不只是連結商品

尋找生產農家的第一步不應該是先談商品。「如果是從來沒有接觸過的生產者，我們一定要找一個時間先去認識這個人。」曹育銓不假思索的講到，認為理念是由人創造出來的，所以在與生產者聊天的過程中，你可以去得知他怎麼樣看待他的作物。有些人將自己的作物視若瑰寶，將貨品交給買方時，如同把自己的孩子託人照顧去了；也有些人將作物視為商品，屬於價格型的利益導向。這兩者並沒有誰好誰壞，只是當我們去認識某個生產農家的人時，就會聽到截然不同的想法。

最終的合作農家是給團隊哪種感覺很重要，因為用心的農家其實也會反過來審視買家怎麼照顧他們的孩子，在這樣一來一往不只是連結商品的關係下，建立起「人」的厚度是完全不一樣的。認識新的農家要花團隊很多時間去聯繫及到現場查看，在每三個月更新一次菜單的時間裡，其中前一、兩個月的閒置期就會在做這件事情。

產地與消費者的連結

消費者通常不會一、兩次來店裡就信任你，通常他來這邊買到第十次，有一天終於不是外帶而是坐下來時，才會產生聊天的空間。連結之前要先達到：餐點合他口味，且對餐點內容有興趣，再來最重要的是有時間。「野薑花肉燥和艾草麻吉肉燥入料理好特別哦！這些東西是從哪裡來的呀？為什麼要用它們呢？」這時候第一線人員可以說明這些食材的來源和生產農家怎麼種植時，真正要的就只是這樣一個簡單跟快速的回覆，但是在這裡會多加上一份信任，其實這也同樣是讓消費者與產地之間建立起「人」的厚度。曹育銓談到連結時，是把這個責任放在自己身上，當我們今天可以了解這些食材，並且清楚的回覆客人問題，連結就會在這個場域裡面發生。曹育銓說：

「其實有那麼多的消費者願意在消費完後，願意再對食物提出更多的關心，我們覺得在設定上是有做到的了。」



店裡很樂於與客人分享或幫忙解答餐點中的各種食材來源。(洪儷娟 / 攝)

從竹科到田裡的生產者，再到店裡的生產者，曹育銓與團隊把被用心種植的食材先深度的認識，再利用簡單的烹調，讓消費者的味蕾說話，進而產生連結。層層搭建的橋樑曹育銓不歸功於自己，他認為這些對環境盡心的生產者值得被看到，而他只是橋梁裡的一小部分。

▲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