



攝影：吳尚鴻

臺南市麻豆區農會總幹事孫慈敏 從文旦柚保險到品牌推廣 成為農民的神隊友

蔡宛蓁¹

「每年中秋節前兩個禮拜，整個麻豆都塞車，各地民眾都來買柚子。」臺南市麻豆區農會總幹事孫慈敏笑著說，文旦一年帶來約新臺幣17億元的產值，是麻

豆的重要農作物，也是麻豆最重要的品牌。所以從保險一開辦，農會就積極鼓勵柚農參加保險，尤其這幾年因為極端氣候的影響，更需要保險協助農民降低氣候造

■ 註1：財團法人豐年社特約記者

成的風險與損失。

運用產銷班資源 強化與農民的連結

文旦柚保險開辦至今已邁入第六年，回想推廣的過程，孫慈敏坦言，新政策的推動，要從完全陌生到讓每個人都知道，就是一大考驗。麻豆地區的柚農約有兩千多人，其中參加產銷班的就有1,500人到1,600人左右，大約30幾個產銷班，因此農會透過產銷班，運用產銷班通訊群組、會議，很快就把訊息傳播出去，所以第一年的投保件數就多達243件，總面積達87公頃以上，是投保最多的地區，突顯出農民雖然對保險不熟悉，但對新政策充滿期待。

文旦柚保險開辦後，每一年又都有新的課題要克服，孫慈敏指出，中央政府固定補助50%的保費，第一年臺南市政府補助33%，第二年原本沒有補助，經過她向市長積極爭取，市政府又恢復補助25%，同時為增加農民投保意願，農會也加碼補助10%。

雖然有補助，但農民要先繳交全額保費，保單成立後，補助金再退回農民的帳戶，對有些農民來說，要一次拿出大筆金額也是個負擔，為了增加農民投保意



孫慈敏是推動農會超市轉型的重要推手。攝影：吳尚鴻

願，農會才決定投入補助，甚至到第四年農會也持續補助5%。此外，她也向當時的農金局爭取讓農民只需繳納自負額就好，不要再多一道程序，加上財團法人農業保險基金（簡稱農險基金）成立，從民國111年開始，農險基金先幫農民代墊保費補助金的部分，農民投保只要支付自負額，相對來說簡便許多。

貼近農民的需求 從保險細節展現誠意

文旦柚保險的另一個問題是賠付比率，依規定，10級風以上的賠付率比較高，但8級、9級風的賠付比率可能會讓農民覺得不太划算，例如剛開始的前兩年8級風沒有納入理賠，第三年才開始理賠，且賠付比率只有保費的1%。孫慈敏坦言，「那一年真的很擔心，如果沒有理

賠，農民可能還不會發現，一旦有給付理賠，金額實在太小，農民反而會覺得這個保險不夠誠意。」所幸保險公司也接受這些建議，隔年就將8級風的賠付比率提高為5%，9級風也從第一年的5%，逐步調整到目前的9%。

「要吸引農民投保，保險公司在設計保單時的誠意很重要。」孫慈敏指出，比如前幾年曾發生中秋節還沒到，保單就



柚子系列加工品：柚子茶、和風沾醬、梅柚片兒、柚子蔘、茶及咖啡。攝影：吳尚鴻



麻豆區農會推出的柚香椒鹽及柚香椒鹽麵。攝影：吳尚鴻

到期了，雖然麻豆都是在中秋節前一個月就採收，影響不大，但如果是北部地區，採收期接近中秋節，如果還沒採收就碰到颱風造成損失，又因為保單到期而沒有理賠，農民難免會覺得保單設計沒有考慮到柚子的主要產銷期，誠意不足，再加上近幾年沒有颱風登陸臺灣，沒有出險，柚農對保險的態度更趨保守。在沒有誘因的情況下，保險公司應該在一些細節上做補強，或者每年釋出一點利多，讓農民感受到誠意，才能提高投保意願。

孫慈敏曾經向保險公司爭取，如果

當年沒有理賠，隔年保費是否能有些折抵或回饋？保險公司人員解釋說，就像保汽機車險一樣，如果保費有折抵，相對的若是出險，隔年保費就會大幅調漲，農民可能更無法接受；又如有農民希望能納入雨量參數，這樣一來，保費也可能要增加，反而增加農民負擔。她強調，雖然各有不同立場，但農會還是會站在農民的角度，與主管機關、保險公司進行溝通協調，就是希望文旦柚保險可以更貼近農民的需求。



柚子系列加工品：琴酒、吸凍飲。椒攝影：吳尚鴻

創造價值而非期待補助 確保產業永續

「農會是政策推動的第一線，扮演政府與農民連結橋樑，就要將各項訊息傳播出去，以免造成農民因為資訊落差而未得到應有的保障。」孫慈敏分享，曾經有位同事的公公居住在外縣市，有次在果園工作時跌倒昏迷，因失溫太久，最後還是不幸往生。之後家屬得知如果有投保農民職災保險，就能得到理賠，對該地區農會當初未告知他們相關訊息有所抱怨。因此，她認為，還是要讓農民知道保險訊息，至於是否要投保，就由農民自己衡量；若農會覺得有需要改進的地方，再積極向相關單位爭取，以期符合農民的需求。

雖然農會盡力替農民爭取權益，但並非所有要求都要滿足。孫慈敏指出，由於麻豆文旦已經打出品牌知名度，任

何有關生產方面的消息都要小心處理，避免傷害品牌價值。舉例來說，曾有農民跟她說，自己的柚子沒有開花，擔心會影響產量，她就會提醒農民，後面的變數還很多。她提及，107年8月下旬南臺灣因連續多天的豪雨造成多處淹水，麻豆地區災情不嚴重，只有一小區紅柚淹水，有農民將自己划船巡視果園的照片分享出去，經過媒體報導後，大家都以為那一年麻豆柚子歉收，結果中秋節完全沒有來買文旦的人潮。「明明有柚子卻銷不掉，是非常慘痛的經驗。」孫慈敏說。

為提高麻豆文旦的品牌價值，孫慈敏當選總幹事之後又再攻讀臺大生物產業傳播暨發展碩士學位，論文題目就



麻豆區農會推出的多款文旦禮盒。攝影：吳尚鴻

是文旦加工的研究。有了相關的知識背景，她引進一系列自動化設備，從採收、揀選到裝箱都可以自動化處理，減輕工作負擔；此外，也建置加工廠，可以自己處理柚花跟果實的加工，有助於處理格外品，確保進到市場的文旦都是最高品質，加工品一年四季都能販賣，也為柚農增加收入，創造價值而非期待補助，才能確保產業永續。

對於文旦柚保險，孫慈敏將持續為農民爭取更好的保險條件，並期望能爭取將文旦柚保險納入政策型保險。她樂觀地說，「去年有三次理賠，今年的投保情況應該不錯，甚至幾天前還聽到有農民詢問今年的文旦柚保險何時開始辦理，顯示農民開始對保險有了信心，也養成保險的觀念。只要持續傾聽農民的心聲逐年改善，就一定會有進步。」

小檔案

孫慈敏

現職：麻豆區農會總幹事

學歷：臺灣大學生物產業傳播暨發展學系碩士

經歷：1997年進入麻豆區農會服務，2017年起擔任總幹事，積極轉型翻轉農會傳統形象；2018年開發文旦加工產品「梅柚片兒」；2019年開發香港、新加坡柚花系列產品通路；2020年開發柚香和風沾醬及黑豆醬油，改造農會超市轉型，成立綠色照護站。

攝影：吳尚鴻