

賀歲必吃，鳳梨釋迦超展開！100% 鮮果雪糕、氣泡飲、塔塔醬都

美味，興大研發力挺果農

[感謝本校秘書室媒體公關組提供資料](#)

歲寒臘盡、開門迎新，您希望今年「好事旺來」嗎？不妨多吃一點鳳梨釋迦。鳳梨釋迦既有「旺來」（鳳梨）的寓意，又有「事佳」的諧音，是最應景、最吉祥的水果。為了協助釋迦農渡過這個產季的難關，農糧署商請中興大學食品暨生物科技學系特聘教授謝昌衛開發十多種鳳梨釋迦加工品，除了解決釋迦鮮果不耐儲放的困境、延長其保鮮期外，同時讓消費者在享用鮮果之餘，也有更多方式品嚐鳳梨釋迦的獨特風味。

趕在過年前，各種甜蜜的加工品已陸續問世，雪糕、太陽餅、脆片、氣泡飲……目不暇給，不論是過年團聚喝茶閒聊的茶食、或是走春拜年的賀歲伴手禮，抑或犒賞自己來一杯飲品，鳳梨釋迦加工品都是首選。謝昌衛呼籲，大家採買年貨時請考慮這些嶄新的商品，一起挺農民，一起「呷甜甜，過好年」。

鮮果比蜜還甜，加工卻是大挑戰

去年中秋，中國無預警暫停台灣釋迦進口，讓台東釋迦農焦心不已。要在短時間內消耗大量不耐儲運的鮮果，最好的方式就是製成加工產品。然而「鳳梨釋迦的生果一向價格高，以前是『生食攏無夠，哪有通曝乾』，因此過去不曾有過加工參數。」謝昌衛回想去年接獲任務時，第一個想法就是「一切要從零開始」。

惱人的是，鳳梨釋迦雖是甜度甚高的水果，但其甜味沒有識別度、香味不鮮明、果肉顏色容易轉黑，加熱又容易變苦，再加上既要去皮又要去籽，從加工角度來看，簡直一無是處。

然而謝昌衛很快成立「鳳梨釋迦加工聯盟」，把其他食品加工相關背景的老師拉進團隊，不過短短兩個多月，已經突破各種困境，開發出十幾種多元商品，如今萬事俱備，只等消費者的青睞與採買。

鳳梨釋迦雪糕「原汁原味」 果乾、脆片天然無添加

謝昌衛指出，加工品研發過程中，先想到要用水果最天然的樣態來呈現，因而從截切、果乾、水果脆片等無添加的零嘴開始著手。

除了鮮果截切的鳳梨釋迦已經在全家便利商店上架外，好吃的雪糕則在全聯超市現身。由於鳳梨釋迦水分少，急速冷凍後果肉仍可以保有綿密感，不會硬得像冰塊，因此謝昌衛將一顆鮮果去皮後「三分天下」，各自插上短桿，就成了最天然的雪糕。

這款雪糕已經在全聯超市全面鋪貨，消費者李太太指出，孩子愛吃冰，鳳梨釋迦雪糕「原汁原味」，讓她放心讓孩子食用。而且雪糕即便褪冰，也還是水果，不像其他雪糕會灘流得一團糟，難以收拾。

截切及冷凍鮮果雖然成功，但製成果乾後，嚐起來竟然有苦味。負責開發產品的研究生張兆凱及駱爾康指出，鳳梨釋迦經過 65°C 以上的熱加工後，原本果肉內結合態的酚會變成游離態，讓酚的表現更明顯，苦味就跑出來了。他們幾經實驗，利用糖漬後加檸檬汁，再用低溫烘烤或是低溫炸成脆片，保持水活性，才終於有了成功的作品，這個辛苦的過程，被謝昌衛以「生命會持續找到出口」來形容。

釋迦太陽餅、米餅禮盒精美 釋迦抹茶風味圓熟

有了成功的果乾和高品質的果泥，謝昌衛進一步與台中糕餅業者合作，將果乾、果餡加到糕餅裡面，陸續推出各種禮盒，像是「好釋餅」中有「好釋太陽餅」、「好釋老婆餅」及「好釋鳳梨酥」三款台灣人氣糕點；「食米沏茶」則組合了「好釋爆稻」（釋迦抹茶巧克力米餅）和蜜香紅茶茶包。這些商品都有精美的包裝，最適合年節走春時送給親朋好友，大家一起好事連連。

此外，因為擔心糕餅頂多只能放一個月（不添加防腐劑），謝昌衛又進一步製作鳳梨釋迦飲品。他的想法也十足具有創意，因為飲品必須需要高溫殺菌，既然果泥加熱後帶有苦味，何不「以苦攻苦」？

從大家可以接受苦味的原料去下功夫，謝昌衛首先想到抹茶這種成年人熱愛的微苦食材，推出「釋迦抹茶」罐裝飲料。此商品有四成的鳳梨釋迦果泥，再加入少量抹茶，中和出一種成熟的、帶後韻的滋味，將配合三月份的抹茶季上市，雙主題的春季商品勢必熱銷，還請大家期待。

啤酒花是另外一種微苦食材，但為了擴大消費層，團隊特別製作有啤酒風味、但不含酒精的鳳梨釋迦氣泡飲，張兆凱及駱爾康還幽默地為產品取了「無醉釋放」的名稱，讓人印象深刻。消費者林小姐回饋，「入口先是黑麥汁的甜味，但入喉後鳳梨釋迦的香氣會慢慢出現，漸而充斥在口腔內」，十分特別。

連塔塔醬都能做，手搖冰砂「好釋旺旺奶」開賣

謝昌衛明白，要擴大鳳梨釋迦的用量，必須有業務用通路才行。由於鳳梨釋迦本身多油脂，適合作成醬料，團隊因而開發出「好釋塔塔醬」這款適合搭配炸蝦的沾醬，未來將在高級日本料理店問世。

此外，看好手搖飲市場，謝昌衛與業者合作，在 TEATOP 推出「好釋旺旺奶」鳳梨釋迦牛奶冰砂。這款飲品將小農牛奶打成冰砂，加上 100 公克的鳳梨釋迦

果泥，作出香味細緻、口感綿密的飲料。雖然時值冬日，手搖飲的熱銷商品都是熱飲，但 TEATOP 搶先支持農民的熱情，值得大家頂著寒風來上一杯。

加工與通路合作 讓大家看見國產水果的價值

謝昌衛坦言，很多通路願意盡企業的社會責任，但苦無台灣在地特色商品。同時，因為開發成本高，因此大家都在等別人攻下灘頭堡，「等到好賣的時候我再上車。」

再加上目前鳳梨釋迦一斤還是 40 多元，雖然已經比往年便宜許多，但對加工業者而言成本仍然太高。且即便業者願意投入，但品牌商比較不願意推動「季節限定」的產品，「他們擔心過了這個村就沒有那個店，鳳梨釋迦既不是常態性商品，數量也不像鳳梨、柳橙那麼多，業者很怕上市後很快就沒有存貨。」

即便有上述種種困境，但在謝昌衛的協調、媒合下，聯盟中不僅有加工業者，更有全聯、誠品、新東陽等大型通路，「現在跳進來的人都是秉持幫助農人的心態，」謝昌衛直言，鳳梨釋迦是非常有價值的水果，不該放任價格崩塌，「一定要讓大家看到國產水果的價值。」

目標加工 3000 公噸 有加工就免受出口訂單箝制

從去年十月底開發至今，「鳳梨釋迦加工聯盟」已用罄 4、500 公噸的鳳梨釋迦，這個產季的目標是加工 3000 公噸。謝昌衛表示，商品已經就位，當愈多通路商願意販售，才能點燃愈多加工廠參與的動力。至於通路商的意願，又維繫在消費者手中，「通路及加工業者的熱情，希望大家一起來支持。」

最後，謝昌衛提到，農產品的產銷調節是台灣農業最大的考驗，今年多做一些耐儲運的鳳梨釋迦加工產品，來年就不必擔心被出口市場的訂單箝制。為耐儲運的加工品作出台灣價值，說出屬於台灣土地的故事，他相信這才是台灣高價水果在鮮果販售以外的出路。