



有機米市場 之 產銷現況與潛力

★ ★ ★

● 農業推廣課 葉副研究員俊巖
(退休)

在維持自然生態平衡達到保護生態環境的訴求下，兼具生產、生活及生態之有機農法，是農業發展的趨勢。此外，由於國人生活品質日益提高，以健康為基礎的消費，以及對環境保護的特別重視，加上飲食方面是強調優質與安全，進而帶動有機農產品市場蓬勃的發展。

稻米是東方人的主要糧食，在糧食種類多樣化的現代，食米消費量大幅降低，依據行政院農業委員會統計資料顯示，臺灣每人每年之稻米消費量，從超過80公斤，到2010年降為50公斤，2013年更降低至44.6公斤！但米仍是主食，以北部地區為例，本地居民、謀職及求學之人數估計超過1,200萬人，以此估計北部地區稻米年消費量仍高達55萬公噸！若有機米消費市場佔有率能達5%，則需求量約達2.7萬公噸。

臺灣成為世界貿易組織的會員，開放部分稻米進口是條件之一，一般稻穀到岸價格近年來較2008年大幅提昇，泰國香米及白米每公斤分別達17元及11元，美國中粒白米約16元。

但北部地區一般稻穀每公斤生產成本10~21元，香米每公斤25~30元，因此，白米進口對國內糧價之影響相當大。為因應開放稻米進口對臺灣稻米產業造成的衝擊，政府於1995年開始輔導有機米小面積試作。前省政府農林廳、各區農業改良場、相關縣市政府及各級農會，自1997年起輔導組成有機米產銷班，栽培面積由當時245公頃，以平均每年增加20%之速度，至2013年已達2,059公頃(表1)，但新竹以北地區栽培面積60.6公頃，僅佔臺灣地區總面積之3%。

就產量而言，以每公頃5.5～6公噸估算，2013年全臺產量1.1～1.2萬公噸，僅達北部地區需求量之50%，有機米之發展空間頗大，若消費佔有率再提昇，則需求之幅度可更大！

一般稻米生產成本，在6公頃以下之經營規模，每公頃11～13萬元，每公斤18～21元，若達15公頃以上則每公頃7.6～9.5萬元，每公斤10～16元。有機栽培則因各項成本支出提高，如有機質肥料、除草、病蟲害管理成本增加約1倍，設置隔離帶每公頃有效生產面積減少約15%，因此，總成本會提高50～80%，然而，北部地區每戶平均經營規模僅1.2公頃，每公斤生產成本高達25～38元，以經營規模1.2公頃之收益而言，每期作僅20～30萬元，扣除生產成本淨利6.2～10萬元，農家獲利10～18萬元，兩期作合計年獲利20～36萬元，北部地區僅新竹縣經營規模2.7公頃較符合經濟效益。另臺北市每戶經營規模20.2公頃實為契作，若能整合經營作業，則相當於單一規模20公頃，每公頃收益可高達12～17萬元，是在小規模耕作之下較具效益的經營模式。

表 1・臺灣地區近5年有機水稻栽培面積(公頃)及戶數

地區別	2009		2010		2011		2012		2013	
	戶數	面積	戶數	面積	戶數	面積	戶數	面積	戶數	面積
臺灣地區	493	1,085.0	613	1,317.0	693	1,654.0	856	2,007.0	870	2,059.0
臺北市	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	19.9	1	20.2
新北市	1	0.2	1	0.2	2	1.1	3	1.3	3	1.4
桃園縣	15	16.3	21	18.8	21	19.2	22	18.5	20	20.2
新竹縣	4	7.2	5	13.3	6	17.4	6	17.3	9	18.8

表 2・臺灣地區近5年有機水稻栽培平均規模(公頃)

地區別	2009	2010	2011	2012	2013
臺灣地區	2.2	2.1	2.4	2.3	2.4
臺北市	0.0	0.0	0.0	19.9	20.2
新北市	0.2	0.2	0.6	0.4	0.5
桃園縣	1.1	0.9	0.9	0.8	1.0
新竹縣	1.8	2.7	2.9	2.9	2.1

有機米在北部地區之銷售，仍以有機專賣店及高階超市為主，每公斤價格高達150~360元，價差懸殊！中低階超市及大賣場則相對價格較低，每公斤70~220元，另部份與食品加工企業契約，每公斤收購價格34~40元。

近年來開始興起的社區支持型農業，雖可減少產銷成本，但售價不易提高，且社區間的消費觀念、價格接受度及消費能力差異懸殊，是否值得開發，需再各別評估。有機米產品包裝以小包裝為主，近年來在健康與機能的消費訴求下，糙米、胚芽米及發芽米的市場逐漸被開發，另外，添加多種其他穀類的產品如十穀米，也逐漸擴張其市場，藉助各類傳播媒體大肆宣揚！

有機稻穀價格每公斤35~45元，碾成白米後每公斤成本50~65元，加上儲藏、包裝、運輸、管理及行銷，每公斤成本80~120元，甚至超過150元，但是品質仍是各級市場售價的最基本後盾，因此，如何落實米質分級，與不同的行銷設計，是獲益的關鍵所在。

米除了是日常生活中的糧食外，在民間禮俗中也佔重要的一席之地，舉凡婚宴喜慶、新居落成、彌月之喜等等，都會使用米，甚至於喪禮中也有諸多禮儀程序會用到相當數量的米，稻米的市場層面，已由糧食而推廣至多元化的文化層面。為積極開拓米的市場，北部地區已有多家農會與糧商或禮品業者設計出多種品質優良，包裝精緻高雅的米禮盒，已漸成為訂婚及婚宴回禮市場的主流，大幅提昇其附加價值。近年農糧署舉辦的「幸福囍米禮盒」競賽，參賽作品均以創新、實用、環保及文化為行銷訴求，更獲得熱烈佳評，提高了米的附加價值與形象。

北部地區有機米除需再改進栽培管理技術及提昇品質外，若能發展特色產品，建立區域品牌，改善運銷通路，競爭力之提昇將是指日可待，若能進一步開發團膳市場，更可擴大市場領域。