

# 鄉點



## ■ 有媽媽的味道 ■

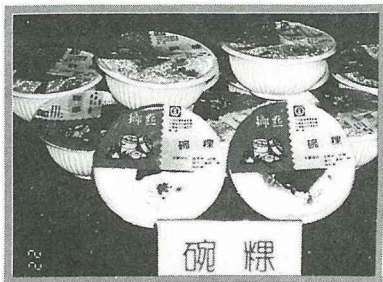
生鮮超市設置傳統米食加工場的構想，如同歐美超市內麵包店的模式，以家政班班員的手藝，做出保有傳統風味的產品(Home-made)，於生鮮超市內當天銷售。“鄉點”將是這些米食產品的共同品牌，品質絕對優良。

美國烘焙業的發展過程，由早期家庭式經營的麵包店走向大型麵包廠，以工業化大量生產方式來降低成本，並將產品包裝後運至超市或食品店販賣。

1980年代由於烘焙預拌粉及冷凍麵糰的相繼問市，使得烘焙店的經營變得單純化，因不須再僱用有經驗的師傅，烘焙場所的面積也大為縮小，因此小型麵包店又再度興起，尤其大型的超級市場為供應顧客現烤麵包，或以新鮮麵包來吸引顧客，乃於超市內設置小型麵包店，稱之為超市內麵包店(In-Store Bakery)；由於這種小型麵包店對超市的經營有相當助益，在歐美之大型超市已廣為風行。

## 80年代米食文化

農委會為推廣米食及發揚米食文化，近年來對傳統米食之現代化至表關切，期使以往僅能在節慶時才能嚐到的傳統米食，或僅以手工製造而無現代化包裝的米食，經由食品科



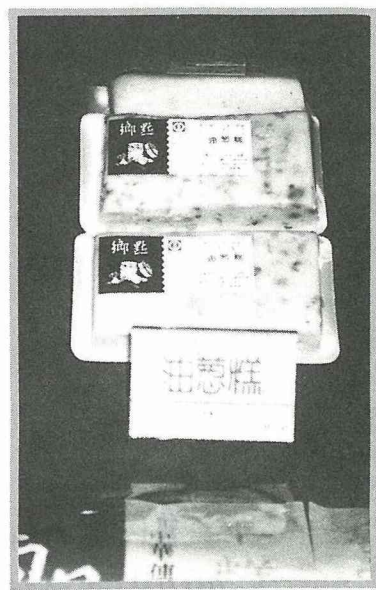
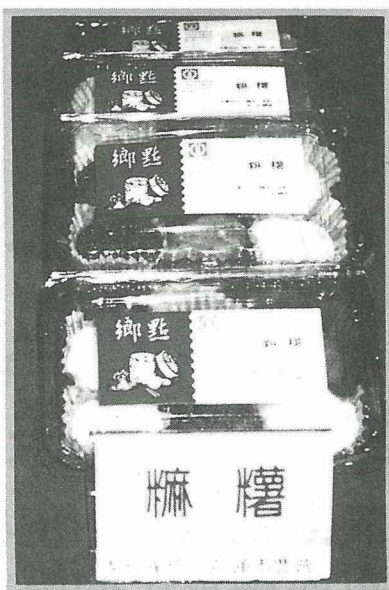
技人員之研究改良，而提昇至工業化量產的現代化商品，將祖先留傳給我們的這項文化資產能延綿留傳，並進而發揚光

大。

然而傳統米食的現代化，並不是件容易的事，因為米食產品不管在常溫、冷藏或冷凍條件下貯存，皆易變質，尤其自動化的機械更不易開發，因此雖有不少大型食品工廠對傳統米食的開發有興趣，但因品質保存技術與自動化生產設備不易克服而觀望不前，影响了傳統米食現代的進展，為此農委會乃於80年度推出輔導農會生鮮超市設置傳統米食加工場的計畫。

## 生鮮超市賣鄉點

生鮮超市設置傳統米食加工場的構想，如同歐美超市內麵包店的模式，以家政班班員的手藝，做出保有傳統風味的



產品 ( Home-made )，於生鮮超市內當天銷售。

為使製作流程及產品品質能夠提昇，本計畫乃委請中華穀類食品工業技術研究所協助加工場所與加工設備之規劃及家政班班員之訓練，並經由外貿協會設計推廣中心的協助，創設了“鄉點”的共同品牌，現已委由台灣省政府糧食局註冊。

今後經由本計畫輔導的產品，將統一以“鄉點”為名稱，除了產品上貼有“鄉點”標籤外，並製作了“鄉點”的宣傳海報及手提袋，以廣為促銷。

## 家政班員展手藝

80年度計輔導花蓮市農會、台北縣三峽鎮農會及樹林鎮農會，目前花蓮市農會的加工場所已完成規劃，並開工生產，產品除於該農會經營的兩家生鮮超市販賣外，並推廣至各機關團體的福利社，也有很多單位訂購做為開會時的點心。

花蓮市農會更進一步與國民小學合作，供應學童午餐的便當。由於家政班班員有良好的手藝與營養、衛生的觀念，又有母親的愛心，因此製作的便當要比坊間的更為安全可靠。

為此，也建議教育及衛生單位參考採用“鄉點”食品。如能將學童午餐委由農會生鮮超市的傳統米食加工場辦理，不但能互惠其利，對米食的推廣亦大有幫助。

## 連鎖經營一起來

本計畫規劃之加工場所約70~100坪，加工設備有鍋爐、雙重鍋、攪拌機、充填機、混合機及蒸箱等約需150萬元，每天可加工300~500公斤的原料米，產品有碗粿、發糕、蘿蔔糕、九層糕、菜包、肉粽及油飯等10多種，預計每月有200萬的營業額，本輕利重，不但使傳統米食走向了現代化與精緻化，對生鮮超市的經營亦有相當助益。

農委會將陸續輔導有經營生鮮超市的農會依此模式產製“鄉點”傳統米食，並增加販賣點或輔導設立“鄉點”專賣店或連鎖店，以廣為推廣；民間經營的生鮮超市如有興趣，農委會也將提供適當的協助，也就是“有興趣，大家一起來！”

