



，及國際貿易的開放，加上一般國民所得的提高，近年來國人的飲食習慣有了重大變化，大家似乎都不在乎米食營養了。這究竟是什麼原因？是世界潮流所趨？還是外國飲食文化入侵？或許你問一些年青人：九層糕、菜包、草仔粿是什麼東西？少有人知道，但漢堡、吐司是什麼，幾乎無人不曉。對食米的中國人而言，實在有些諷刺，也有些悲哀。

新竹縣竹東地區是客屬族群聚落的地區，客家人純樸勤奮的個性，對祖先留下來的米食製作技術，不凡手藝，代代相傳，使得客家米食盛名遠播。

由於農民種稻的技術，愈來愈精良，稻米的產量也年年提升，竹東鎮農會推廣股的利用賓主任表示，國人的飲食習慣轉變，對米食的攝取量減少，再加上其他國家的競爭，稻米過多的產量便酌情由政府收購，囤積在倉庫裡，等積了4、5年，沒法再積存，便磨成粉末，當飼料出售，實在是種浪費，早該有計畫的推廣才是。

依此地區的發展沿革看來，民國74~78年，為配合稻田轉作政策，農民曾種植高粱、玉米等作物，但因新竹地區季節風影響，成效不佳，農民不願意繼續轉作，而改種稻。

民國76年，農會開始收購餘糧，提供做為食品加工的原料用米。新竹米粉，自古有名，也是典型的地方性特產，農會藉由農民提供的原料，以傳統純米製作方式加工，開創了改良米食的先例。

新竹米粉成功之後，農會開

始策畫米食製品可行性的推廣，但初期資金不足，技術不穩，可謂華路藍縷。

此時，「農地利用綜合規劃」的出現，有如一劑強心針。3年前「客家美食中心」成立了，輔導農會的產銷班直接經營，目的是在能以本地的稻米作原料，

達成拓展米食加工業的理想。

利主任表示，要達成既定的目標，首先得先讓米食中心有健全的發展。米食加工以往純靠手工製作，要朝著降低成本，自動化生產的方向走，一切都得靠經營者不斷地試驗、摸索，錯了便修正，一改二改才可能成功，真



碗粿灌漿



蒸煮設備



包粽子

的「萬事起頭難」；另外，米的化學性、物理性也是瓶頸，例如只能保鮮24小時等，許多技術都待克服。

台灣各地都有稻米產區，為什麼米食加工中心會選在竹東地區建立呢？歸根究底，或許是客家人文化的關係吧！稻米加工組組長，也是目前客家美食中心廠長黃崇盛說：「客家人做事比較投入，」他們把傳統生活中的食品，及以往對食品加工的研究心

力，都重新投入在這項可謂「產業革命」的事業上。

比如說，以往的客家菜包、湯圓等糕餅，是在特殊慶典時才上場，或者在婚喪喜慶時以特別含義的「身份」出現〈如米糕〉，而現在，美食中心重新發展，甚至以餐盒方式出售，簡言之，這個「革命」的方向，是朝著速食、便利前進（但筆者親口嘗了米糕、芋頭糕之後，不得不說，中國人對口感、美味的堅持，並

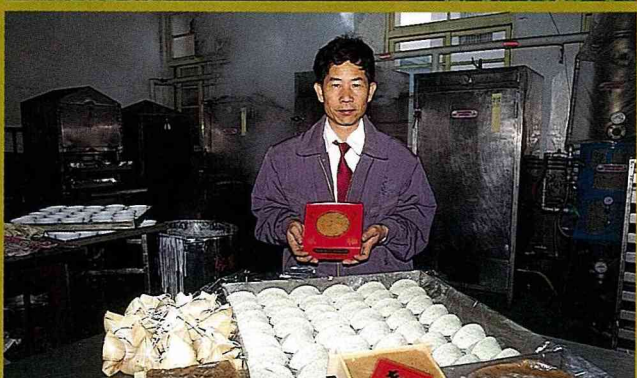
沒有被機械化的加工生產而抹煞掉）。

黃場長家族從事糕餅業也有三代了，他說：「這項行業在台灣的確面臨了困境，老一輩的告誡我：『你要用心做呀！』當時我想『哪有可能做？』要把傳統食品提升到某一層次，是非常困難的。」

時代一直在變化，從光復初期，當時糧食缺乏，政府接受了聯合國的麵粉援助，也樂於推廣，一推40多年，造成現代年青一輩對米食反而很陌生，所以我們如果要推廣米食，沒有像「麥當勞」一樣企業化經營的話，絕對沒辦法突破。

其實，一開始要在觀念上有改變，也不是容易的事。農委會企劃處透過中國生產力中心的協助，想將一些企業、工廠管理方式教導給農民時，著實費了一番工夫，要將理論、觀念落實，需要一段適應的「陣痛期」，所幸，黃場長和「客家美食中心」的工作同仁，從原先的「不以為然」，到「做做樣子」，直到「發現真的有效」，才從傳統的工作概念中蛻變出來，邁向新的里程碑。

「客家美食中心」現址在竹東鎮學府路65號，租用的是農會的場地，佔地560坪，目前有倉庫52坪，磨米機、脫水機、攪拌機、切絲機、脫皮機、湯圓包裝機、蒸箱、蒸櫥等多項設備，還有冷凍庫及冷藏庫，開發供應的產品有客家菜包、艾草包、九層糕、蘿蔔糕、碗粿、肉粽、客家糍粑、油飯、麻糬等等，大都在百貨公司超市、大型超商出售，



共同經營班班長 黃春發

客家美食中心廠長 黃崇盛

或供應給機關、學校，由於不加防腐劑，保存時效和鮮品運輸問題是眼前急待解決的難題。

不過，對致力於米食加工的行政單位或業者而言，這項事業好比是文化工作，以粽子為例，黃場長說：「肉粽的產品壽命剩下不到15年了，怎麼說呢？你想，老一輩的凋零之後，還有誰會包？肉粽等於說是世界公認，中國人的米食文化，在我們這一代沒有保存下來，反而流失掉，我們就對不起下一代了！等到它流失了再來研發，那就太慢了，最起碼趁現在人才還能銜接，人們還有懷古鄉情時，再晚一些，一旦文化斷層，便無可挽回了。」

利主任也表示：「不只粽子，其實各種文化、米食都一樣，如果我們不做，有誰來做呢？將來技術、口味都失傳了，才是最可惜的！」

「客家美食中心」經過2~3年的經營，算是頗具成效，要讓它健康地推廣下去，除端賴業者技術的精良外，加強消費者的觀念及認同或許更重要。以往，總聽老一輩的說：「唉！沒吃到飯就好像吃不飽似的。」現在似乎不然。其實，在美食中心產品的試吃、試銷、調查過程中，多數人的反應都是「很好吃」、「在哪裡買得到」等等，這些聲音，或許說明了中國人的米食文化情結，還是深植每個人心中，只是缺少方法、時間、地點，可供萌發罷了。

竹東地區農會總幹事梁時男特別向消費者推薦客家米食的三大特色：(1) 純客家口味，(2) 純米加工製造，(3) 色香味俱全。梁總幹事希望消費者多多捧場，傳播媒體的朋友多多報導，集會場合多多採購米食點心。研究單

位協助開發如何延長米食儲存期限，提高自動化，以增加產能，降低成本。

國外稻米開放入關後，國內小面積、高成本的稻米，勢必面臨競爭壓力。與其抗爭潮流，倒不如重新思考，如何藉助本地生產的稻米加工製作米製美食，教育農民，也教育消費者「吃一些自己的米」，共同維護本土米食的薪傳，方為上策。

走訪美食中心，我們除了找回一些懷古情緒外，也希望它能健康成長下去，使它不僅是一項辛苦的代價或成就，也不僅是米食傳統文化的延續而已，更希望在梁總幹事、利主任、黃場長、黃班長甚至所有維護「米食文化」者的臉上，看到屬於這一代中國人的驕傲。