



■進口之有機認證食品。(攝自「有機廚房」)

有機食品時代來臨了！

Prevention 是美國 Rodale 出版公司發行的健康雜誌，擁有專業性的權威地位。1993 年曾報導指出每 3 個美國人就有 1 人改變飲食習慣—改吃有機食品。USDA (美國農業部) 副祕書長 Mr. Richard Rominger，於 1994 年正式宣布 USDA 對於有機食品的支持，並提及有機產品時代已來臨了。

「有機」在過去只被聯想到生菜，但經有機人口多年之強力需求，至今各類有機認證食品已經大量上市，原在天然食品店列為銷售大宗的天然食品，在無一定標準之爭議下，許多天然食品的愛用者，已紛紛期待所有的食品能轉換為有機認證食品。

在美國的生產工業已開始接受有機產品且為產品印上 (VPC) 條碼，如：保鮮的食品，產品市場協會 (PMA) 也開始成立有機產品價監控碼。根據 SUPER MARKET BUSINESS 產品編輯 BARNEY MECLURE 說，有機產品已向前邁進了一大步且快速成長，成為全國很多超市產品部門之一部分。

美國農民中，大約有 12,000 人採用有機農法種植作物，但只有 4,000 人是有認證的種植者，足見有機認證食品之珍貴及其價格高之原因，但可喜的是有機耕地面積卻因市場需求高而這幾年增加了 10 倍。目前美國有機食品仍處於供不應求之階段，出口量仍然有限。因此台灣消費者能享用到部份高品質之認證食品，已屬難能可貴。

反觀台灣有機食品於民國 80 年以前，一般消費者幾乎連何謂「有機」都不知道，更無市場可言，但經 5 年辛苦之推廣，而今部份消費者已從試用，進而是「有機食品」的愛用者，只是目前市場仍屬狹小，市場秩序品質標準混沌未明，短期內業者能不虧損已屬不易，遑論賺錢了。但從另一角度衡量業者收益，卻是吸收到前所未有的健康體驗及改造生命新價值觀，此點邊際

效益是一般行業難以比擬的。

一般人質疑，台灣土地破壞殆盡，何處可尋找乾淨土地從事有機栽培？但換個角度來看，因為地利不良而任其劣化酸化又豈是良策呢？惟有從危機中覓尋良機，把劣地改良整治，才是關愛這片土地的積極行動；而台灣彈丸之地，若所有農民皆有意願改種有機耕種，必能早日平價服務消費者；另一方面產量增加時亦能出口爭取外匯，進入先進國家有機食品的市場，此點亦是台灣須爭取的要務，否則正式加入 WTO 後，造成進出口之衝擊是難免的。但有機農法要落實須符合國際的標準，且須有嚴格的有機認證制度來規範，才有利於市場之成長及銷售程序之建立。

國內有機食品這幾年來真正有顯著銷售成長的大致有二大類：(一)進口之有機認證食品；(二)省產新鮮蔬果。前項有國際嚴格標準之品質把關，讓消費者在重質不重量下放心消費。而後者則是農藥殘毒之可怕，讓消費者在每日必需之蔬果產品中，選擇無農藥的蔬果種類。但幾年下來，台灣與日本一樣，有機認證之項目成長快速且穩定，而未經認證之「準」有機農產品，仍是消費者過渡期之暫時性選擇。若具有公信力之認證蔬果大量供應，必會取代此「準」有機之產品，猶如前面所言，美國消費秩序在有機產品不普遍時，天然食品可接受，但大眾仍期待一分錢一貨之品質保證的有機產品，而非標準模糊的天然產品。 [圖]



■標準模糊的「準」有機農產品。(攝自「有機廚房」)