



■執著於有機農業的蕭正宗班長。

消費者為「健康」而買

有機農產品深具市場潛力

有機農產品經由農政單位及民間團體的大力推廣，已引起消費者的注意，生產者逐漸增加，流通業者亦如雨後春筍，也有大企業加入產銷行列。近年來素食主義和關心環保人士，亦認同有機農產品對人體健康及環境保護有相當助益，因此購食有機農產品蔚然成風，譬如「生機飲食」是現今流行的一種飲食趨勢，所採用食材以有機農產品為主。

生產的農產品，稱為「準有機農產品」。

一般而言，在無污染的空氣、水源和土壤的環境下生產的有機農產品，具有下列特質：

1. 較符合自然生態體系。
2. 植株健壯，莖葉與果實之色澤亮麗。
3. 安心生食，得以攝取較多營養素。
4. 風味自然香甜，口感較佳。

錢？趕時髦？實現健康？環保實踐者？還是為「喜悅的心情」「慈悲心」？當然最好是親自到有機農場參觀，瞭解有機農產品的生產過程，對有機農業的內涵會有更深入的體認。

消費動機，為健康而買

筆者於民國86年調查訪問404位消費者、74位生產者、25位銷售者，並在北、中、南三場「有機農產品展售會」進行觀察與訪談，所獲得的資料經整理分析發現：受訪消費者多數的社經地位較高，但對有機農產品知識欠缺的仍佔27%；購買態度表示支持的佔82%，對購買行為顯示重視與積極性的佔66%。

消費者購買有機農產品的動機88%是為「健康」，32%是為「環保」；而生產者為「健康」而生產的比例佔46%，為「環保」而生產的比例佔29%；至於銷售者的經營理念主要是為「環保」，其次是為「健康」。

影響有機農產品購買知識、態度、行為與購食頻率、需求程度等差異的因



■國產有機水果。

■消費者認購的品嚐會，是有機農產品促銷方式之一。

風味自然，與環境相容

有機農產品是運用合乎有機農業界定所生產的產品。目前市售有機農產品，有些是嚴格遵循有機農法生產的產品，稱為「有機農產品」；有些則為過渡時期所

有機農產品具有上述的特質，可為消費者選購農產品參考的指標，購買時最好選擇有農政單位或有信譽的民間團體所輔導（或認證）生產的有機農產品。此外還有必要瞭解銷售者和生產者的經營理念，譬如為賺

素，主要是自身及家屬的健康狀況，其次是教育程度和經濟狀況。

消費者購買有機農產品主要項目為蔬果類及米。有54%生產者的銷售管道以直銷為主，而有80%以上銷售者認為貨品主要是由生產者直接進貨。

對推廣有機農業，消費者和銷售者均表示樂觀，而生產者則不太樂觀，但均表示支持，並咸認應儘快推動「認證制度」「增加銷售點」「產銷一元化」「加強教育及宣導」，並多舉辦促銷活動。

自然農法，靠民間推動

筆者曾於87年赴日研習有機農業推廣，研習課程以MOA自然農法為主，內容包括參觀有機農業產銷班、有機農法示範農場—大仁農場、有機農產品流通模範事業及拜訪岡田茂吉大師，以及與MOA理念相關的事業如美術館、淨院診所等等。短短12天的行程，包含了聽、看及體驗的研習活動，個人深覺獲益良多，藉本文與讀者分享。

1.從事有機農法必須有「愛護大自然」、「重視健康」的信念之支持，且獲得家人或相關人士的鼓勵，最重要的還必須有不為「賺大錢」之心態的基本條件。

2.農產品的推廣必須有熱心的「愛用者」充當義工，

協助推廣促銷活動；MOA的農產品就是靠著一群熱心的消費者和婦女們充當義工，得以使產品不會滯銷。

3.透過電腦化的「流動販賣資訊」作業系統，可充分瞭解市場訊息、規劃生產、預測產量及需求量，因而減少「供需失衡」情形並保障農民的生產利潤。

4.一個人的健康是涵蓋身心靈三方面的健全，而且是與宇宙息息相關，必須尊重大自然的生態環境及運作，因此生產的食物應是自然的方法並維護環境，所以MOA提倡自然食品（有機食品）。心靈的修養除了宗教信仰之外，必須配合美學；身體違和，除了服食藥物之外，更應配合心理、食物、美學和淨靈的療養，因此發展全人醫療診所是MOA的重要宗旨。

5.MOA的飲食指南雖然強調採用無污染、無添加物的自然食物（有機食物），但不一定要生食，有別於國內風行之生機飲食觀念。筆者對於MOA的飲食原則頗為認同，介紹給大家。

(1)選用當地節令生產的食物，新鮮、營養好、味美且又便宜。

(2)多採用自然農法生產的食物，養成食用食物原

味的習慣。

(3)主食在東方應以米食為主，菜餚以少吃肉，多吃魚和蔬菜為原則。

(4)調理食物儘量用簡單的方法，口味清淡為要。

(5)對食物心存感恩，以「愛心」調理食物。

(6)食物之攝取應多樣化，以獲得均衡營養。

(7)攝取適合年齡和體質的食物。

(8)早餐吃得好、中餐吃得飽、晚餐吃得少。

(9)全家人共享快樂的進餐氣氛。

(10)配合適度的運動。

市場展望，提升競爭力

有機農產品在國內雖為萌芽階段，但在先進國家如美國、德國、日本已推廣多年，售價雖然較高，但價格穩定，產量逐年增加中，加以消費者日漸重視生活環境品質和營養健康，可謂是深具市場潛力。以台灣的經濟成長率，消

費者之訴求「健康飲食」和「重視環保」的消費型態，以及生產者必須提升因應我國加入WTO的農業競爭力，有機農產品在市場上所佔的比率會逐漸增加，應是無庸置疑的。



■日本拍賣市場特設有機農產品專賣區。