



李滄堯夫婦攜手打造「好的米」，要讓人吃得健康、感受幸福

好的米食品公司

結合陶藝 創新好米伴手禮 友善環境 貫徹種植有機米

「我很重視環保！」李滄堯以實際行動貫徹與環境為善的信念。「好的米」稻米專業區嚴格限制使用農藥，儘管產量較少，他仍以品質優先為考量；此外，積極建置生產履歷，鞏固農民對於安全農業的觀念、強化實務根基，50位農民全數獲得認證，並計畫朝有機米方向邁進；所推出的「好米甕」伴手禮，結合陶藝與米食，以手拉坯創作質感與設計感兼具的米缸，讓人愛不釋手。

從稻米栽培環境與方式，到伴手禮的包裝設計，由裡而外，李滄堯深植自然的幸福。

採訪・攝影／王櫻 部分圖片提供／好的米食品公司

「『好的米』只提供好的米！」好的米食品公司董事長李滄堯像繞口令般強調該公司的核心理念。以「好的米」為品牌，意義清楚明瞭，定位直接了當；連Logo也讓人一望便知、無須臆測，簡單易懂的微笑標誌，流露出吃「好的米」的幸福感。品牌的感覺，與李滄堯本人十分相像，樸實中帶著頗具份量的存在感，有種令人信賴的踏實與真誠。



客製化的禮盒可依指定配置不同品種的稻米

設立專業區・生產好的米

「好的米」的根基——泉順食品於60年代成立，民國75年，李滄堯接手父親的事業，90年時，鑑於消費者對於稻米品質的要求逐漸提升、需求也成長快速，於是成立「好的米食品股份有限公司」，所有產品皆以「好的米」

品質越好，收購價越高，鼓勵農民種出好米

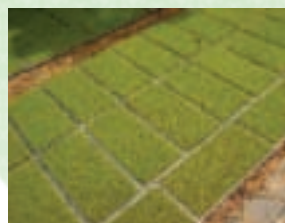


為品牌行銷。

要吃「好的米」並不簡單，問題不在於通路，而是生產過程的嚴謹；即便有機械輔助，但「粒粒皆辛苦」的真諦依然無法挑戰。為了提升品質，李滄堯於96年通過農委會許可、設立稻米專業區，並決定建置生產履歷。

李滄堯認為，只要產品的源頭、也就是田間管理得當，顧好稻米的品質，則後續的加工、行銷就能事半功倍，若能讓消費者了解整個生產過程、認同品牌的理念，對『好的米』的信賴感就油然而生。他笑說：「過去雖然每天與稻米為伍，卻不曾下田耕作，對於工廠的運作管理完全是從小耳濡目染，直到成立稻米專業區，才真正下田，向農民學習如何種植、如何從事田間管理。」

目前稻米專業區契作面積約170公頃，經過試種、篩選，選擇以耐儲存、口感的Q度、黏度皆佳的「台梗九號」為主要品種，種植面積達100公頃，此外則是「台南11號」與少量「越光米」。「台南11號」的米粒晶瑩、白垩率低，且當地生產的品質頗為理想；至於「越光米」，去年在試種田的成長狀況不錯，今年先試作5公頃，將再觀察環境、水質、土壤等條件是否適應，同時調整栽培技術，若收成品質佳，能提高農民收益，李滄堯將大力推廣。



秧苗統一採購，再由各班班長負責育苗、管理



稻子在抽穗與收成前，都由CAS人員前來採樣檢測



所有資材都由公司統籌採購



專業區的土壤、水質都經過檢測



只要田間管理得當，後續的加工、行銷便事半功倍

日夜溫差大·栽培環境佳

該稻米專業區位於苗栗縣銅鑼鄉，除了土壤、水質、空氣等先天條件優異，同時因早晚溫差大、夜間氣溫較低，不易產生病蟲害，即便夏天亦是如此。長久以來，該區域種植稻米向來不需施灑農藥。李滄堯表示：「水稻孕、抽穗期耐病性降低，株叢茂密也會導致病害發生。該專業區二期稻作出穗期在10月份，天候涼爽；一期稻作出穗期則在5、6月，氣溫也不高，因此當地農民向來很少施灑農藥。」

此外，專業區會根據隔月氣候是否有較大變化預作病蟲害防治，防治方式則視狀況不同而以不同肥料因應，例如一期稻作在5、6月較易發生稻熱病，專業區4月份先施以強健根部的肥料。「即使有少數病蟲害，對產量與品質的影響也有限；不施灑農藥的稻米，從去年10月碾製到現在，味道還是很香。而日夜溫差大也讓米粒的Q度與黏度更勝一籌。」在「好的米」稻米專業區裡，李滄堯嚴格限制使用農藥，儘管產量較少，但他



在公司輔導下，農民種植的稻米品質大為提升



先天的利基讓專業區種植稻米不需施灑農藥



「好米甕—好米旺來」禮盒也適合當結婚伴手禮



融入在地客家文化又帶點時尚感的桐花手提袋



圓潤、古樸的米甕



第二代具手感、流線感的米甕



最新一代與農村文化結合的造型



日式和風款式的手提袋

仍以品質考量為優先。

「好的米」稻米專業區共有50名農民，所有資材由公司統籌採購。李滄堯說：「專業區農民一個口令一個動作，因為影響口感的因素除了土壤、水質、氣候外，肥料也是重點，以『台梗九號』為例，如果肥料下了太多，口感反而比較差。」

不施灑農藥·採用有機肥

要改變農民數十年來的耕種觀念與方式並不容易，需要時間，也需要信心。

「台梗9號」的稻梗較軟、容易倒伏，因此最怕颱風侵襲。初期，農民沒有信心能夠種好，李滄堯為建立農民的信心以及彼此間的信賴感，祭出「全面收購」策略，並邀請農改場專家前來指導，讓農民深入了解「台梗9號」的特質以及耕作方式的不同之處，儘管剛開始時虧損不少，不過在農民累積經驗、種出心得後，已漸入佳境。此外，李滄堯在每一期作或每個月均聘請農改場與專家學者前來指導，並藉由每週的田間巡視，與農民面對面，了解實際耕作上的問題。

成立稻米專業區隔年—97年1月，李滄堯即著手準備建置生產履歷。一期稻作時，邀請CAS與農改場人員為農民上課，宣導何謂生產履歷？為何要做生產履歷？要怎麼做等觀念，李滄堯指出：「生產履歷認證把關嚴謹，認證過程中，不但鞏固農民對於安全農業的觀念，也強化了實務根基。專業區的農民素質很高，同年6月，即二期稻作就通過認證，而且是全員通過，連CAS都為我們鼓掌。」

所謂「知己知彼、百戰百勝」，藉由該公司檢驗室，李滄堯比較「好的米」與其他地區稻米品質的差別；同時藉由生產履歷認證不定期的抽檢自我檢測。「曾有農民因違規而不得不結束合作關係。」既然標榜是『好的米』，就得賣好的米，李滄堯說：「自己敢吃的東西我才賣！」不施灑農藥、採用有機肥，李滄堯計畫一步步朝有機米方向邁進：「有機米的發展指日可待。」

鼓勵種好米·收購價越高

「好的米」收購稻米均先檢驗品質，食味值以75分為標準，而專業區生產的稻米多能達到80分，品質越好，收購價越高，以鼓勵農民種出好米；稻穀烘乾作業也是門學問，攸關食米的口感，李滄堯說：「剛收購的濕穀溫度約攝氏33度，若以大火快速乾燥，米粒會有裂痕；若以小火烘乾，雖然時間拉長，但碎米粒少，『好的米』除以小火

乾燥外，還進行二次烘乾，第一次先烘乾稻穀表面的水份，約需12個小時，由於尚未完全乾燥，稻穀毛細孔會再吐出水份，靜置5至8小時、等待水分吐出後，再以小火烘乾約10個小



「好的米」在幸福讚米競賽脫穎而出



「好的米」走向更多元化的市場

時。」作業如此細微、令人咋舌，所幸目前廠房設備足夠，每天可以處理1千噸稻穀，才能慢工出細活，仔細烘出「好的米」。

從公司起步階段著重的散米市場，至今開拓小包裝、精緻化、具有生產履歷的米，「好的米」走向更多元化的市場，營業用米部分，包括台大醫院、警察大學、榮總及許多飯店、餐廳均採用「好的米」；至於小包裝米則只在超市販售，並不打算打入一般大賣場，李滄堯表示：「我們與經銷商溝通，不採促銷方式，避免價格競爭，所以『好的米』的客戶多是回流客。」

從乾燥、保存到碾製，「好的米」對不同品種或不同區域的產品均予區隔，甚至哪個區域的稻米進入哪個市場都詳細記錄，準確掌握消費市場的反應，了解哪個區域的米最受歡迎，作為下次收購時參考的數據。

陶甕伴手禮·設計感十足

早年，多數家庭都有個大大的米缸置於廚房角落，隨著家庭人口結構的改變，大米缸已成為許多人的回憶，然而老祖母的智慧卻值得保留，「以前家裡多用陶製的米缸裝米，因為陶器不但透氣且能維持乾燥，白米可存放較久，比較不會長蟲。」本身對陶藝收藏情有獨鍾的李滄堯決定沿用前人的智慧，將陶藝與「好的米」結合，親自前往鶯歌拜訪十數位陶藝家，以手拉坯創作出質感與設計感十足的米缸，小巧精緻的造型，不僅適合小家庭用來裝米，也適合儲藏一般物品，當成擺飾或花器也很有味道，所推出的「好米甕——好米旺來、幸福滿滿禮盒」不但讓人吃得幸福，盛裝的米甕更讓人愛不釋手。

推出好米甕伴手禮至今，李滄堯已開發3款系列產品，每一款都各具特色，與農村及在地文化的結合也越來越緊密；陶藝與米食的融合，由傳統的啟發而創新，自然而不落痕跡。從第一代的圓潤、古樸；第二代的手感、流線感；到第三代的造型彰顯農村文化，李滄堯將米食的質感與藝術連結再向上提升。

外表粗獷的李滄堯，卻有細膩的一面，除了結合稻米與陶藝外，連裝米甕的手提袋也大費周章，假日偕太太遍尋花布，無論是融入在地客家文化、帶點時尚感的桐花設計，或是日式和風款式，精心設計的手提布包也適合女性平時使用。「我很重視環保！」，從稻米的栽培環境與方式，到好米伴手禮的包裝設計，由裡而外，李滄堯貫徹與環境為善的信念，深植自然的幸福。



除將稻米與陶藝結合，連裝米甕的手提袋也大費周章。