北部地區稻米市場之產銷現況與潛力

農業推廣課 副研究員 葉俊巖

在糧食種類多樣化的現代，稻米仍是台灣人，也是東方人的主要糧食，農委會的統計資料顯示，台灣每人每年之稻米消費量約爲50公斤，而北部地區的人數含居民、謀職及求學之人口估計超過1200萬人，以此估計北部地區稻米年消費量約可達60萬噸！自苗栗縣以北含宜蘭縣的北部地區，依農委會的統計年報顯示97%爲粳稻，民國97年兩期作粳稻收穫面積累計約3萬6千6百餘公頃，產量約(表1)19.4萬噸；長(軟)秈稻僅740公頃(95%在宜蘭縣)產量4,770噸；硬秈稻(在來)約90公頃(65%在桃園縣)，產量420噸；糯稻約190公頃(80%在宜蘭縣)，產量1,150噸；所有種類全年累計收穫面積累計約3萬7千7百餘公頃，收穫量僅約20萬噸，供應量嚴重不足，因此，北部地區消費市場之白米多爲外地產品。

台灣成爲世界貿易組織的會員之條件是開放部分稻米進口，以到岸價而言，民國95年之前泰國香米與白米每公斤分別爲11元

表1. 民國97年北部地區粳稻生產狀況。

地區及年別	全年收穫面積(公頃)	稻穀產量 每公頃產量(公斤)	稻穀產量 總產量(公噸)	糙米產量 每公頃產量(公斤)	糙米產量 總產量(公噸)
台灣地區93年	237,015	6,049	1,433,611	4,914	1,164,580
台灣地區94年	269,023	5,454	1,467,138	4,414	1,187,596
台灣地區95年	263,188	5,920	1,558,048	4,794	1,261,803
台灣地區96年	260,116	5,242	1,363,458	4,222	1,098,268
台灣地區97年	**252,292**	**5,776**	**1,457,175**	**4,670**	**1,178,178**
北部地區97年	**36,671**	**5,170**	**194,032**	**4,121**	**154 977**
臺北市	509	4,290	2,186	3,221	1,641
臺北縣	210	5,321	1,116	4,350	913
宜蘭縣	8,323	6,535	54,371	5,259	43,752
桃園縣	9,937	4,756	47,268	3,787	37,640
新竹縣	6,583	5,156	33,937	4,213	27,735
苗栗縣	11,109	4,961	55,154	3,895	43,296

與7元，美國中粒白米約8元。而北部地區之一般稻穀之平均生產成本每公頃約9.5~12萬元，每公斤之生產成本約16-20元，香米之平均生產成本則每公斤達25-30元，因此，白米進口對國內糧價之影響相當大，部份市售之包裝白米大多摻雜35-50%之進口米。近2年來國際稻米價格大幅上漲，泰國香米價格每公斤爲17元，白米約11元，美國中粒白米每公斤價格近16元，雖進口米之生產成本仍低於台灣，但現在中高等級超市之包裝米已不再摻雜進口米，僅大賣場之包裝米還有部份摻雜，但摻雜比率降低至15-35%，主因爲國人對稻米之口味仍相當重視，這也是北部地區白米生產的利基。

米的產品目前在型態上仍以小包裝白米佔較大比率(圖1)，近年來在健康與機能的訴求上，糙米與胚芽米的市場逐漸開發，此外，添加一種或多種其他穀類的產品也逐漸擴張其市場，甚至於藉助於各類傳播媒體大肆宣揚，在安全、環保方面則以有機米作爲訴求。而爲了因應工商業之發展，在講求時間效率的前提下，免淘洗之米也已逐漸開拓其市場；甚至於經加工處理，食用時只要經短時間煮沸，或用開水浸泡即可食用的速食米也已進入銷售市場。

米的產品或用途可謂千變萬化！除了飯、壽司與粥外，傳統年節必備的粿類如年糕、紅龜粿、芋粿、湯圓湯糰(北方稱元宵)，粽子、麻糬(客家人稱糍粑)與蘿蔔糕等，更從年節應景到早餐與休閒飲食，整年全面攻佔市場！其他如類似麵條類的製品如米粉、米線、粄條(或稱粿條、腸粉、河粉)、米苔目，或者餅乾零食類的米菓(日式米餅)、米香、米花糖均已是日常生活不可缺少的產品。其他如飲用類的米漿、擂茶、酒類，而調味的醬油與醋甚至於已朝保健方面訴求行銷。甚至於發展美容產品，稻米糊宣稱具滋潤和護膚有美容功效，爲稻米市場再開拓一條通路。

稻的副產品如米糠，除了製味噌及醃大白菜及榨米糠油外，米糠蛋白和米糠營養素都是科學家研究的發展保健食品主要方向。稻草則已由低經濟價值的生活輔助用品，轉而發展出工藝編織產品及用於培養食用及藥用蕈菌類之栽培介質，更提高其應用價值。

在北部地區，米除了是日常生活中的糧食外，在禮俗中也佔重要的一席之地，舉凡婚姻喜慶、新居落成、彌月之喜等等，都會使用到米，甚至於喪禮中也有諸多禮儀程序會用到相當數量的米。爲積極開拓米的市場，精緻的訂婚禮盒及婚宴回禮市場，已逐漸提昇稻米的市場層面，把米由糧食推廣至多元化的文化層面，北部地區已有多家農會與糧食及禮品業者設計出多種品質優良，包裝高雅的米禮盒(圖2)，本年度農糧署舉辦的「幸福囍米禮盒」競賽即獲得熱烈佳評，參賽作品均以創新、實用、環保及文化的行銷訴求，提高了米的附加價值與形象。北部地區的米在改進栽培管理技術，提昇品質外，若能發展特色產品，建立區域品牌，改善運銷通路，則競爭力提昇指日可待。



圖1.米之包裝產品，左為精緻消費市場型，中為小型回禮產品，右為一般消費產品。



圖2.米禮盒可替代訂婚囍餅或作為年節伴手禮。