

稻米產銷專業區的推行與成果

黃怡仁

行政院農業委員會農糧署

*通信作者信箱：hyj@ms2.food.gov.tw

摘 要

稻米產銷專業區為我國稻米產業結構調整最重要的一環，其以推動品牌行銷為中心，結合生產、收購、儲放、加工及品牌銷售等稻米產業供應鏈的各個環結，自稻米生產源頭即加以控管，可確保品質，作為建立品牌信譽之基礎。此外，稻米產銷專業區對於生產者而言，是屬於生產前契約，亦即農民在投入生產前即已瞭解其稻穀銷售對象，可專心於田間管理等工作，而糧食業者於生產前與農民契作，除可以掌握重要糧源，對於相關農友亦可加強衛生安全檢驗等工作；其次，對於政府單位也有較明確的政策推動對象，如近年來的「合理化施肥」、「新品種試種」等工作都可利用稻米產銷專業區進行示範與推廣。截至101年為止，稻米產銷專業區計有37處，契作面積約為1.6萬公頃。

關鍵字：產銷專業區、良質米、品牌、契作。

前 言

我國為因應加入世界貿易組織(WTO)及稻米開放進口對我國稻米產業的衝擊，並有效區隔進口與國產稻米之市場，突顯產地及品牌特色，乃由行政院農業會農糧署積極進行稻米結構調整工作，自94年開始輔導優良稻米產區具有行銷能力之農民團體或糧商，以契作方式結合轄區內稻農、育苗業者及加工碾製業者等共同建置稻米產銷專業區。稻米產銷專業區設置至今不但減少政府公糧收購的支出，更使農民所得增加，也改善營運主體的貨源結構與品牌的建立，成效斐然。

稻米產銷專業區政策目的

稻米產銷專業區的政策規劃係考量業者、農戶與政府三贏的方式進行，對農民而言，在產銷專業區的框架下，所收穫之稻米不繳交公糧，由營運主體依契作品種分級加價收購，確保並提高稻農收益。在業者而言，可依產銷專業區方式協助農民生產高品質稻米，並以契作方式掌握高品質食米原料來源，結合產、製、銷一貫化經營體系，擴大稻米產業經營規模、降低生產成本、增進經營效益，在產品行銷上也可以建立品牌化營運模式行銷，突顯產地及品牌特色。對政府而言，產銷專業區的運作下，收穫之稻米不繳交公糧，可減少公糧收購的支出，且可以有效區隔進口與國產稻米之市場，突顯產地及品牌特色，建構具內外銷競爭力的稻米產銷體系。

稻米產銷專業區的計畫審查與組織規範

自民國94年起，稻米產銷專業區的計畫實施在每年開會檢討後，訂定稻米產銷專業區的獎勵方式與基準，經由農糧署各區分署依規定辦理各營運業者所提出的計畫初審作業後，再由農糧署邀集學者、專家召開複審會議，並將核定結果函知相關單位據以實施。參與稻米產銷專業區的成員包括稻農、育苗業者及加工碾製業者、行銷人員等，為強化專業區營運效益，專業區應設立執行長一名，由營運主體推舉擔任，並依業務分工設置企劃、生產、品管、產品開發及行銷等組推動執行專業區營運計畫並於企劃案內詳細說明。

稻米產銷專業區遴選條件與設置規範

稻米產銷專業區遴選條件與設置規範雖自民國94年起有小部分的更替，但以結合稻農、育苗中心與加工碾製業者的中心主旨不變，將其遴選條件與設置規範分述如下：

一、稻米產銷專業區的遴選條件

由具備下列條件之農會、合作社及(或)糧商擔任營運主體，並負責與農民進行契作及營運等各項業務：

- (一)具協調整合、企劃、行銷能力之農民團體或依糧食管理法辦理糧商登記之營利事業或團體。
- (二)自備稻米碾製加工相關之設備機具及產銷推廣中心，且具完整明確之財務會計機制與經商標註冊之自有商業品牌。
- (三)參與成員應包括稻農、育苗業者及加工碾製業者、行銷人員等。
- (四)專業區單期作區生產面積至少達50公頃。
- (五)99年度起試辦非稈或秈種之專業區，每處(區)以單期作至少10公頃。
- (六)專業區水質及土壤經抽樣檢測須符合安全性。

二、稻米產銷專業區的設置規範

- (一)專業區所有農戶均應參加契作，倘不具繳交公糧資格者，其耕地須符合：合法耕地或承租登記有案之公有土地，且非屬河川地、宜林山坡地、林班地、海埔新生地、軍事用地或其他未登記之土地，且其土壤及水源符合安全標準。專業區生產稻穀由營運主體依品種契作收購，其收購價格係由農糧署分署(或辦事處)依據當地交易特性及行情輔導營運主體與農戶議定。
- (二)須設置產銷推廣中心(30坪以上)，供農民推廣教育及產品行銷使用。

稻米產銷專業區的輔導措施

依據稻米產銷專業區的規劃，農糧署為專業區計畫的主辦單位，直接或間接透過各縣(市)政府、農業試驗場所的協助，對稻米產銷專業區進行下列的主要輔導措施：

- 一、輔導農民團體、合作社或糧商與稻農結合建置專業區，採共同經營及集中管理之模式，從事集團栽培生產。所收穫之稻米不繳交公糧，由營運主體加價收購，確保並提高稻農收益。

- 二、輔導辦理栽培管理技術、合理化施肥與安全用藥技術講習，辦理區內、外田間觀摩活動以提昇農友栽培管理技術。
- 三、集中育苗，辦理農藥、肥料等生產資材統一採購，確保稻種品質並降低生產成本。
- 四、實施產銷履歷制度、輔導營運主體申請「CAS優良農產品-食米類」驗證標章並進行農藥殘留抽檢，嚴格控管產銷流程，以提昇產品品質及安全性。
- 五、輔導辦理新產品品牌註冊登記，並輔導參加國內或國際商展拓展行銷通路。
- 六、辦理專業區評鑑，由學者專家、改良場、縣市政府進行評鑑後，選拔出績優稻米產銷專業區5家、優良稻米產銷專業區5家。除頒發績優稻米產銷專業區牌匾、優良稻米產銷專業區獎狀外，並優先納入各項行銷推廣暨展售活動推薦對象，以茲鼓勵，同時改善及藉以提昇經營效益，另亦藉由媒體宣傳進而提高消費者對國產米之認同與消費。

稻米產銷專業區的獎勵標準及用途

政府推動稻米產銷專業區，除藉由經營主體將補助金應用於稻農外，亦對經營主體訂定獎勵金的標準及其用途規範，避免經營主體對獎勵金的浮濫發用。正如一般計畫之推行方式，稻米產銷專業區推行之初，以較優渥的補助與獎助標準以吸引營運主體的加入，待其步入正軌後，補助與獎助已漸恢復正常標準。

一、稻米產銷專業區的獎勵標準

(一)民國94年

- 1.甲級專業區(全年最小營運規模200公頃，單期作需100公頃以上)。依核定契作面積補助計算，每公頃補助1萬元，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金6千元。
- 2.乙級專業區(全年最小營運規模100公頃，單期作需50公頃以上)。
- 3.無補助金額上限。

(二)民國95年

- 1.全年兩期作合計120~200公頃，每公頃補助9千元，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金為6千元。
- 2.無補助金額上限。

(三)民國96年

- 1.全年兩期作合計120~200公頃，每公頃補助9千元，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金為4.8千元。
- 2.每處以300萬元為上限。

(四)民國97年

- 1.對於已輔導逾3年(94至97年)之專業區營運主體，以面積150~200公頃(含)以內，每公頃核發4千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金2千元。
- 2.對於輔導未逾3年者，以面積120~200公頃(含)以內，每公頃核發8千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金4千元。

(五)民國98年

- 1.對於已輔導逾3年以上(94至97年)之專業區營運主體，每公頃核發4千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金為4千元，每處以250萬元為上限。
- 2.對於輔導未逾3年者，以面積120~200公頃(含)以內，每公頃核發8千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金4千元，每處亦以250萬元為上限。

(六)民國99年

- 1.對於已輔導逾3年以上(94至99年)及本(99)年度新成立之專業區營運主體，200公頃(含)以內，每公頃核發6千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金為4千元，每處並以400萬元為上限。

- 2.未逾3年者，暫以面積200公頃(含)以內，每公頃核發8千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金4千元，每處亦以400萬元為上限。

(七)民國100年

- 1.對於200公頃(含)以內，每公頃核發6千元獎勵金，面積達200公頃以上者，每增加1公頃，獎勵金為4千元，每處並以400萬元為上限。另亦納入有機米專區，有機米專區另計。
- 2.專業區契作農民獎勵，100年二期作凡參與專業區契作之農民，補助烘乾費每公斤乾穀1元，每公頃最高補助2,300元。

(八)民國101年

- 1.依核定專業區契作特色品種(臺稉2、8、9、14、16號、高雄139、145號、臺農71號、臺中192號、臺東30號、臺中秈10號、桃園3號、臺稉4號、越光)及契作面積作分段獎勵：200公頃(含)以下，每公頃6千元；201~400公頃，每公頃7千元；401公頃以上，每公頃8,000元；至於契作其他推廣品種，每公頃3千元。每處以600萬元為上限。
- 2.專業區契作農民獎勵，凡參與專業區契作之農民，補助運費每公噸乾穀250元，每公頃最高補助1千元(依實際契作收購面積之比例計算)。

二、稻米產銷專業區的獎勵金用途規範

- (一)專業區環境維護、調查及評估。
- (二)補助農民購買合格稻種(苗)、肥料及農藥等生產資材及烘乾補助費等，以提升稻米品質及用於生產管理所需費用。
- (三)新成立專業區之產銷推廣中心相關軟體設施(已成立之產銷專業區不得運用於此)。
- (四)辦理專業區成員講習訓練等相關費用(含CAS食米類驗證相關宣導講習會)。
- (五)充實品質檢驗相關儀器設備。

- (六)強化品牌行銷體系所需之廣宣與設計費用(通路產品上架相關費用除外)。
- (七)辦理專業區衛生安全及品質提升等相關驗證費用(如CAS驗證)、團體品質競賽及提供農民獎勵金。

稻米產銷專業區歷年執行成果

稻米產銷專業區對政府端的效益可由公糧的支出衡量，由於參加稻米產銷專業區的農民不得繳交公糧，所以政府可以減少支付收購產銷專業區契作面積的公糧收購費用。自94年實施以來，隨著契作面積的增加，政府節省支付公糧的費用也由94年每年2億餘元至100年的8億餘元，分別說明如下：

- 一、94年輔導建置27處專業區，稻穀收購數量28,509公噸，減少政府公糧收購(計畫與輔導及發芽穀)數量計13,644公噸，節省計畫與輔導等收購支出27,037萬元。
- 二、95年輔導建置25處專業區，稻穀收購數量48,157公噸，減少政府公糧(計畫與輔導)收購量計22,298公噸，節省(計畫與輔導)收購支出44,326萬元。
- 三、96年輔導建置33處專業區，稻穀收購數量57,582公噸，減少政府公糧(計畫及輔導)收購量28,290公噸，節省公糧收購支出56,238萬元。
- 四、97年輔導建置33處專業區，稻穀收購數量57,564公噸，減少政府公糧(計畫及輔導)收購量26,811公噸，節省公糧收購支出58,663萬元。
- 五、98年輔導建置32處專業區，稻穀收購量59,881公噸，減少政府公糧(計畫與輔導)收購數量28,610公噸，節省收購支出62,588萬元。
- 六、99年輔導建置39處專業區，稻穀收購量80,299公噸，減少政府公糧(計畫與輔導)收購數量34,437公噸，節省收購支出75,353萬元。
- 七、100年輔導建置42處專業區，稻穀收購量90,913公噸，減少政府公糧(計畫與輔導)收購數量34,734公噸，節省收購支出88,727萬元。本年度第1期作增加收購價格3元，第2期作起再加2元烘乾與包裝等費用2元。

另外，再估算農民參加契作不繳交公糧可節省公糧購銷之淨效益，以農糧署年平均(94至98年)國產公糧銷售成本及收益情形為例國產公糧年平均銷售數量202,040公噸糙米(稻穀折糙率0.7781計)，銷貨成本55.524億元(平均每公噸糙米為27,482元)，銷貨收入28.354億元。依此計算98年專業區實際契作面積10,487公頃，估算節省公糧(計畫與輔導)之收購量： $10,487 \times 2.68(\text{公噸/公頃}) = 28,105$ 公噸(稻穀)，折糙量21,869公噸，該公糧銷售成本為 $21,869 \times 27,482 = 6$ 億100萬元(政府收購支出含購儲加工費等)；該公糧銷貨收入為 $(21,869 \div 202,040) \times 28.354$ 億元 = 3億691萬元，成效更加顯著。惟在實務上，通常僅計算收購之成本而不計入銷貨時所產生之各項其他成本。

而在農民部份，由於專業區廠商的契作價格高於市場價格，所以參加產銷專業區契作的農民收益均較一般農民高，估計自94年實施稻米產銷專業區以來，隨著契作面積的增加，增加農民的總收益也由94年每年0.8億餘元至100年的3億餘元

表一、94 至 100 年間稻米產銷專業區的成果

年度	輔導處數(處)	參與農民數	契作面積(公頃)	稻穀收購量(公噸)	農民增加收益(萬元/公頃)	契作增加總收益(萬元)
94	27	2,436	5,115	28,509	1.70	8,707
95	25	3,032	8,270	48,157	1.26	10,411
96	33	4,069	10,480	57,582	1.86	19,512
97	33	3,539	9,967	57,564	1.12	11,152
98	32	4,170	10,487	59,881	1.25	13,108
99	39	4,911	13,978	80,299	1.35	18,870
100	42	5,234	14,357	90,913	2.6	37,328

綜合評估專業區效益方面

稻米產銷專業區不但節省政府公糧收購上的支出、增加稻農的收益，對經營業者、消費者呈現不同效益，是一個「三贏」的政策，不同層面的效益分述如下：

一、對農民：

專業區的生產資材可以統籌採購、病蟲害也可以共同防治，降低農民的生產成本，營運主體以高於市價契作分級收購，更可確保並提高農民收益。

二、對經營業者：

- (一)營運主體採用契作生產收購，可以穩定貨源，擴大經營規模，提昇經營效率，降低營運成本。
- (二)生產的產品若採用精緻、高品質小包裝或禮盒販售，其白米產品單價每公斤約70至150元，較一般白米的平均市價(34至47元)，每公斤多36至103元，產值提高。
- (三)稻米產銷專業區可以提昇形象信譽，有利拓展內外銷通路。

三、對消費者：

- (一)專業區的產品均經過農藥殘留檢測合格才可以加工販售(98年農藥殘留檢測260件，僅1件不合格且已控管，合格率99.6%)，且有產銷履歷及CAS食米驗證把關(98年有30處專業區通過產銷履歷驗證，驗證面積2,892公頃，13家通過CAS食米驗證)，除可提供消費者對於購買資訊透明化、並可確保品質及保障消費者食的安全，且透過政府的網站及媒體的宣傳，消費者容易購買質優且安全產品。
- (二)透過專業區評鑑頒獎活動各項媒體之宣傳，有效向國人宣導專業區國產優質良質米產品，提高消費者對國產米之認同與消費。

四、政策實踐：

- (一)合理化施肥等優質栽培的示範與宣導，均可藉由稻米產銷專業區為基礎，進行示範，有效達到示範目的。
- (二)藉由稻米產銷專業區進行新品種之試種與品種權之非專屬授權，有效達成新品種品質與特色商品化之目的，並加速消費者認同新品種。

(三)稻米產銷專業區是政策推廣與示範之核心，並為稻米產業之核心組織架構，也是稻米產業永續發展之重點。

參考文獻

1. 吳淑慧 2005 規劃建置稻米產銷專業區與輔導措施 農政與農情 152: 43-46。
2. 林珠鳳、陳博惠 2012 「稻米產銷專業區與推廣米製食品績優單位」表揚活動記要 農政與農情 235: 8-10。
3. 陳博惠 2008 稻米產銷履歷制度推動現況與展望 農政與農情 194: 40-43。
4. 陳博惠 2008 推動稻米產銷專業區執行成果 農政與農情 196: 23-28。
5. 陳博惠 2010 98年度績優稻米產銷專業區評鑑頒獎典禮 農政與農情 214: 19-22。
6. 陳博惠 2011 99年度稻米產銷專業區評鑑暨產品展售會活動記要 農政與農情 223: 24-27。
7. 黃怡仁、張金榮 2013 績優稻米產銷專業區 農政與農情 247: 75-78。
8. 楊明憲 2008 稻米產銷專業區執行績效評估 農政與農情 198: 56-60。
9. 蔡清德 2010 臺灣「稻米產銷專業區」生產效率之研究 臺灣大學農業經濟研究所碩士論文。

ABSTRACT

The specialized rice production and distribution zones, is combined the rice value chain of culture, purchase, process and trademark selling, is the important part of rice industry adjustment in Taiwan. Since it's controlled from the upper stream of rice production, rice quality can insure and trademark can sell easily. For the farmer of specialized rice production and distribution zones, they can cultivate rice without worried, because the contract had done before rice culture. For the company, it's easy to control the source of paddy and investigate the food safe items, as chemicals remains etc. For the government, many agricultural policy, the policy of reasonable fertilizer application and new varieties adaptation, had been extent through the specialized rice production and distribution zones. Up to 2012, there are 37 specialized rice production and distribution zones and total 16,000 ha of contract farming area had been done.

Keywords: Specialized rice production and distribution zone, Good-quality rice, Trademark, Contract farming.