



農糧署署長胡忠一（前排左4）出席電商通路採購國產雜糧媒合記者會。

推動大糧倉計畫 促進國產雜糧消費力道提升

陳孝宇¹

一、前言

「雜糧」曾是我國重要的糧食作物，肩負著確保糧食安全、社會安定、協助經濟發展與環境維護等重責大任，然而在開放雜糧進口、加入世界貿易組織WTO、推動水旱田利用調整計畫、休耕政策、

鼓勵轉作高經濟作物，以及農村勞動力不足與成本上漲及飲食西化等一連串內外因素影響下，我國雜糧種植面積從最盛期50萬餘公頃，一路下降至7萬餘公頃，加上主要雜糧品項（黃豆、玉米、小麥）幾乎仰賴進口，且小眾雜糧也因成本偏高、勞

動力不足而減少生產，致國產雜糧自給率偏低，形成產業斷鏈。

我國主要生產之雜糧作物包括：大豆、落花生、甘藷、食用玉米、小麥、蕎麥、紅豆、綠豆、薏苡、胡麻、高粱、臺灣藜（紅藜）、小米、樹豆等數十種，依據106年農業

註 1：行政院農業委員會農糧署。



於綠隧驛站集合展售優質、安全且可追溯之國產雜糧產品。



開發多元雜糧加工品，並以產銷履歷驗證提高產品價值及市場區隔。



於高雄漢神百貨辦理南區優質雜糧產品整合行銷活動。

統計年報，雜糧種植面積約81,345公頃，產量約52萬公噸，產值約129億元，農戶數近3萬戶，主要產地集中於彰化、雲林、嘉義、臺南、高雄及屏東等地區。

為提高國產雜糧供給，農糧署自105年起推動「大糧倉計畫」，輔導休耕地活化及水稻田轉作雜糧，經產官學研努力下，已能利用國內選育之優良品種、採適地適種方式及妥善採後處理，生產出高品質、新鮮、安全、非基改之國產雜糧；然受到貿易自由化影響，國際雜糧價格低廉，致食品加工業者與消費者在成本、價格考量下，多採購進口雜糧，造成國產雜糧迭有庫存現象，降低農民、農民團體、農企業生產意願。因此，目前大糧倉計畫以「需求創造供給」及「穩定產銷秩序」之思維，加強後端

消費者行銷推廣，強化市場區隔，俾提升農民收益與產業競爭力。

二、「大糧倉計畫」輔導策略

為重新建構雜糧產業鏈，包括田間管理、採收、集貨、分級、包裝、烘乾、加工、儲藏、運輸及銷售等一連串工作，擬定大糧倉計畫國產雜糧輔導策略，說明如下：

- (一) 建立國產雜糧集團產區及採後處理中心：以契作契銷方式引導農地集團化經營，輔導計畫生產、共同採購資材、統一用藥防治及落實分級制度，生產目標市場所需規格化、規模化之安全農產品，同時導入農企業經營與行銷模式，鏈結後端



結合時下風行野餐活動，推廣國產雜糧融入消費者生活。

行銷通路，確保產銷無虞。

- (二) 導入追溯及驗證制度，建立市場區隔：導入國產雜糧產銷履歷、有機驗證及QR Code生產追溯等安全溯源生產制度，建立國產與進口品市場區隔機制。
- (三) 發展多元加工品及行銷，落實地產地消：輔導業者開發國產雜糧加工品，擴大市場需求；透過直銷、市集、國內外展售或特展辦理行銷活動，並透過連鎖超市、量販店、農漁會行銷系統及網路宅配等通路，推廣地產地消。

三、推動國產雜糧產業現況

為建立消費者支持國產雜糧理

念，形塑優質、安全、新鮮、營養、非基改等品牌形象，有效區隔市場與提升市場競爭力，大糧倉計畫107年已辦理下列工作成果：

- (一) 輔導擴大經營規模：輔導建置47處集團產區、面積4,280公頃，落實契作契銷，生產目標市場所需之高品質、高安全農產品，建立穩定、足量、優質、安全之雜糧產業供應鏈。
- (二) 輔導市場區隔：輔導生產單位通過取得雜糧產銷履歷108個單位、面積2,604公頃；輔導申請使用臺灣農產生產追溯（QR Code）3,666戶；輔導地方政府、公所完成11處雜糧產地證明標章申請註冊（如萬丹紅豆、美濃豆、後龍黑豆、

下營黑豆、恆春胡麻、西港胡麻等），並協助標章核發與行銷宣傳。

（三）輔導開發多元加工品：

1. 媒合食品公司代工國產豆奶、產製黑豆米菓、開發白玉豆干與豆花、製作國產黑豆醬油、黑豆蔭油、有機醬油等；輔導農民團體產製紅藜紅豆粥、黑豆漿、黑豆茶、黑豆醬油、國產硬質玉米爆米花、產銷履歷花生、花生醬、花生油、花生糖、花生禮盒、國產豆皮、腐竹、金珠豆奶等，合計20項新產品，以增加雜糧產品多元化並提高產品附加價值。
2. 輔導餡料食品廠開發產銷履歷紅豆、甘藷等餡料，供應烘焙及食品業者開發亮點產品；另辦理國產雜糧烘焙精品創意競賽、十大嚴選穀得獎競賽等活動，透過競賽彼此交流學習，並鼓勵業者研發可食性、商品性俱佳之雜糧創新產品。

（四）輔導設置雜糧展銷據點：於臺北希望廣場、農民直銷站、農夫市集、社區小舖及國道服務區5處與古坑綠隧驛站等設置國產雜糧專區，提供便利選購管道，並讓生產者與消費者面對面交流互動。

（五）辦理國產雜糧創意行銷活動：

1. 辦理量販店、超市及全國大型農糧精品展銷會等行銷推廣活動94場次，提升國人對國產雜糧認識與認同，增加後端消費拉力帶動前端生產。
2. 媒合實體通路及電商通路與國產雜糧供應業者設置國產雜糧專區及辦理行銷體驗活動，開拓多元行銷通路並增加國產雜糧商品市場能見度。

（六）推動大訂單團購：鼓勵公司企業、國軍、學校及團膳業者等增加採購國產大豆及豆奶製品，支持國產農產品、響應地產地消，並減少碳足跡，符合綠色消費環保潮流。

（七）辦理食農教育：

1. 107年已輔導中華民國農會辦理雜糧田間生產及經營管理等體驗教學活動5場次，引導高職農校學生養成對雜糧產業之興趣，逐步培育成為國產雜糧永續發展之中堅力量。
2. 輔導清水區農會、梧棲區農會、大城鄉農會、竹山鎮農會及下營區農會等5家農會辦理雜糧小學堂活動，於推廣雜糧學習及食農體驗，讓國中小學生實際參與雜糧作

物栽培，引導從過程中瞭解國產雜糧的安全與多樣性，以培養優先選購與食用國產雜糧習慣。

- 3.辦理千人種（採）紅豆、挽花生及邀請通路業者產地參訪與進行田間農事體驗活動，讓消費者親身瞭解雜糧產業文化，以及農業的多功能效益，促進國人對國產雜糧支持與信賴。
- 4.製作國產雜糧（大豆）繪本分送全國主要圖書館，並透過各式行銷活動（如國產雜糧野餐趣活動等）進行導讀，提升國人對國產雜糧的科普知識。
- 5.透過《鄉間小路》等5篇文章報導，介紹各產區特色雜糧作物與生活飲食應用，並製作食譜放置於本署網站推廣雜糧食用方式。

四、發展國產雜糧未來展望

為加強國產雜糧消費端行銷工

作，農糧署將從集團生產、品種選育、加工技術、市場區隔、多元行銷、食農教育等面向，加強辦理下列工作：

- （一）輔導建置國產雜糧集團產區：透過集團營運模式與地區農友契作，實施標準化田間管理與衛生安全措施，並結合推動商業品牌行銷，以降低生產成本、提高產業收益與穩定農民所得；另產量具規模外，強化分級、倉儲、烘乾等採後處理工作，提高與加工業者、通路商等議價能力。
- （二）加強選育優質雜糧品種：為有效搭配田間生產、收穫調製機具及相關加工技術等，透過各農業試驗改良單位加強選育優質雜糧品種，例如：高優質蛋白及高加工製成率之大豆、抗病蟲害之硬質玉米與落花生、不裂莢且耐疫病之胡麻、抗蟻象與合格諸型比例高之甘藷等



製作大豆繪本，提升學童雜糧科普知識。



辦理國產大豆食農教育研習，帶領學校老師進行田間體驗。

新品種，有效增加國產雜糧產量與品質。

- (三) 開發雜糧加工產品：鮮食雜糧產品並非現代消費者日常主食，且多數民眾不諳如何烹煮調理，唯有改變產品型態，以二級加工產品上市或結合三級服務業方可促進消費利用與拓展更多需求市場。爰此，未來依不同市場需求，運用新鮮、安全之國產雜糧產品，積極研發新加工技術，產製具地方特色、市場競爭力之雜糧加工品。

- (四) 提高國產雜糧市場區隔：

1. 輔導農民、產銷班、農民團體等通過取得產銷履歷、有機等溯源驗證，讓消費者容易辨識國產雜糧及其加工品，以利消費者指定選購，進而成為加工業者及通路業者採用國產雜糧之拉力。
2. 為讓國內消費者更加支持國產雜糧，除以國產、新鮮、非基改等品質或安全特色宣傳外，未來將著重營養機能性（如低GI、高纖維、全食物等）、產品包裝設計、環保低碳足跡、國土利用、農地地力、生態維護及糧食安全等面向，創造出高於進口雜糧之產品附加價值，增加對國產雜糧支持。

- (五) 辦理國產雜糧多元行銷與食農教育：

1. 媒合食品加工廠、量販店、連鎖超市、大消費戶（如國軍副食及團膳）、電商通路等優先採購國產雜糧及其加工品；另增加農產品直銷通路據點數量，並透過新北市農會等已建置之網路商城，整合線上線下銷售通路。
2. 辦理地區型及全國性行銷活動，並運用多元行銷通路（網路）加強宣傳，提高國產雜糧知名度及銷售量。
3. 輔導各縣市政府或農民團體推動國產豆奶進校園午餐，建立從小飲用國產豆奶習慣，進而影響家庭提高購買意願。

五、結語

基於國際自由貿易，政府尚無法限制國外雜糧進口，惟近年來消費者對於食品安全、健康保健、環保責任、農業永續等議題概念已日益重視，故持續強化國產雜糧後端通路行銷推廣工作，將有助於提高產品銷售量並深化國人對國產雜糧之信賴與支持，進而減少對進口雜糧之依賴，達成大糧倉計畫推動國產雜糧產業發展政策目標。