

「第一屆臺灣燴飯王爭霸戰」 冠軍燴飯 上市紀實

撰文—農糧署 廖婉均

冠軍燴飯風靡登場 揭開國產米食全新篇章

當「快速」、「便利」、「即食」成為現代人飲食的關鍵字，傳統米食也正悄然轉型，以嶄新樣貌重返大眾視野！這場米食復興的背後推手，正是農業部農糧署。為了讓傳統米食更深入國人日常，農糧署自107年起陸續舉辦碗粿、炒飯、飯糰等主題式競賽，鼓勵業者發揮創意，為米飯料理注入新靈魂，每一次冠軍新品上市，皆成功掀起一波米食消費熱潮，6年來冠軍商品累計銷售量突破400萬份，帶動超過40萬公斤產銷履歷米的使用，有效結合消費市場力量，持續推動國產稻米的內需成長。

農業部胡次長與冠軍店家御饌臻品、璞樹文旅，以及量產廠商7-ELEVEN與喜生食品代表合影，共同見證冠軍燴飯上市。





第一屆臺灣燴飯王爭霸戰，經典美味組冠軍作品—田野蕃茄牛腩燴飯，酸香濃郁、創意十足。

去（113）年，農糧署首度以「燴飯」為主題，舉辦全臺「第一屆臺灣燴飯王爭霸戰」，希望透過競賽機制，串連產銷履歷國產好米與在地食材，開發具即食潛力的新式燴飯，讓熟悉的米香轉化為更符合現代節奏的多元樣貌。賽後更積極促成商品量產與上架，實踐「從田間到餐桌」的政策推動，進一步強化國產米產業鏈價值與糧食韌性。

2款冠軍燴飯強勢上市 國產米即食化邁向新里程

本次競賽歷經區域初賽與全國決賽，共吸引113家業者、183款燴飯作品參賽，最終由「田野蕃茄牛腩燴飯」與「客家小炒燴飯」，分別榮獲經典美味組與創意飄香組冠軍。農糧署隨即協助2款冠軍作品商品化量產，正式進軍即食市場，為國產履歷米拓展出全新應用場域。



第一屆臺灣燴飯王爭霸戰，創意飄香組冠軍作品—客家小炒燴飯，傳統風味創新呈現。



「田野番茄牛肉燴飯」

由臺中「璞樹文旅」主廚賴群凱監製，嚴選產銷履歷臺梗9號白米，搭配黃金比例國產蕎麥與糙米，並以臺灣在地番茄與牛五花慢火燉煮，湯汁濃郁、米粒Q彈。商品由喜生食品工業股份有限公司負責標準化製程與冷凍量產，採即食調理包形式，自本（114）年6月1日起全面於家樂福、愛買等83處量販店上架販售。此外，璞樹文旅賴群凱主廚亦監製「經典沙茶豬肉燴飯」與「香草起司雞肉燴飯」等延伸系列商品，同步推出，擴大國產米即食化產品線。



「極饗一客家小炒燴飯」

由臺中「御饌臻品—黎明店」開發，使用晶瑩剔透、Q彈飽滿的臺南11號產銷履歷米為基底，融合魷魚、五花肉、金勾蝦與豆干等燴料，香氣濃郁、鹹香鮮明，展現臺式傳統與創意融合的豐富口感。產品由統一超食代股份有限公司負責量

產製作，採鮮食微波即食包裝，自本年5月13日起於全臺7-ELEVEN超過7千家門市獨家販售，為國產米即食化應用開創新局。

這2項燴飯為全臺首款取得產銷履歷驗證的即食燴飯，製程同時通過ISO22000與HACCP國際食品安全驗證，從原料、製造到包裝全面可追溯，強化消費者對米食安全信任。依據通路及量產業者評估，2款冠軍燴飯上市首半年銷量可望突破80萬份，預估帶動產銷履歷國產米使用量超過8萬公斤，為國產米即食市場寫下嶄新里程碑！

即食不只是便利 更是米食創新的關鍵解方

燴飯產品融合即食便利、營養均衡與在地特色3大優勢，正是推動米食創新與消費型態轉型的重要切入點。本次冠軍燴飯上市，成功建構從競賽選拔、產品研發、標準化製程、產銷履歷驗證到多元通路上架的完整推動鏈，落實農業部「智慧、韌性、永續、安心」政策方針，透過即食米食推廣，不僅提昇國產稻米加值應用，也強化糧食自給基礎與消費端認同。

此外，透過競賽模式，也有效引導業者開發具商品化潛力的燴飯品項，進一步帶動農產契作、加工技術升級與通路布局優化，使傳統米食由單一販售進化為「具備品牌與價值的量產商品」，不僅擴大內需市場，也展現稻米產業升級與政策落地的雙重效益，同時透過引導農民契作、食品加工業者與零售通路的聯動，建立米食產業合作典範，為臺灣米開啟永續發展的產業模式。

透過競賽模式，也有效引導業者開發具商品化潛力的燴飯品項，進一步帶動農產契作、加工技術升級與通路布局優化，使傳統米食由單一販售進化為「具備品牌與價值的量產商品」。





左圖：極饗—客家小炒燴飯於全臺 7,000 多家 7-ELEVEN 門市同步上架，便利即食新選擇。
右圖：田野番茄牛肉燴飯登上愛買、家樂福等 85 處量販通路，美味即食隨手可得。

「第一屆臺灣燴飯王爭霸戰」冠軍燴飯商品資訊一覽表

組別	創意飄香組	經典美味組
冠軍得主	御饌臻品黎明店	璞樹文旅
量產廠商	統一超食代股份有限公司	喜生食品工業股份有限公司
產品名稱	極饗—客家小炒燴飯	田野番茄牛肉燴飯
產品售價	99 元 / 份	125 元 / 盒
產品型式	鮮食燴飯 (微波加熱即可食用)	冷凍燴飯 (微波加熱即可食用)
產品特色	御饌臻品監製，臺南 11 號米結合客家小炒經典食材，香氣四溢、創新呈現	璞樹文旅監製，臺梗 9 號米搭配國產蕎麥、糙米與牛五花燴製，酸甜濃郁、營養美味兼具
產品圖示		
銷售通路	114 年 5 月 13 日起於全臺超過 7,000 家 7-ELEVEN 門市銷售	114 年 6 月 1 日起於家樂福量販店 65 家門市、愛買 18 家門市販售

展望未來

打造國產米食的永續競爭力

面對氣候變遷與國際糧食安全風險升高，國內糧食供應穩定與國產米市場拓展已成重要課題。農糧署將持續推動米食的加工化、即食化與品牌化，協助業者導入產銷履歷制度與標準化製程，並透過聯名行銷、競賽選拔與跨域合作，打造更多兼具品質與市場力的創新米食商品。

未來亦將深化競賽成果延伸，推動即食產品系列開發、食農教育推廣與外銷市場鏈結，全面擴大臺灣米的國內外影響力，提升產業附加價值，為臺灣稻米注入多元發展動能，邁向穩健且永續的產業未來。

不論你是死忠米飯控、喜愛嚐鮮的美食探險家，或是追求營養與效率的現代上班族，這場以「冠軍米食」為名的即食革命，絕對值得你親自嚐嚐！下回逛統一超商、家樂福或愛買等通路，別忘了將這兩款有故事、有品質、有溫度的冠軍燴飯帶回家，支持在地農糧與餐飲創意的美味結合。🌱

「第一屆臺灣燴飯王爭霸戰」經典美味組冠軍主廚指導監製燴飯系列商品資訊表

產品名稱	經典沙茶豬肉燴飯	香草起司雞肉燴飯
產品售價	125 元 / 盒	125 元 / 盒
產品型式	冷凍燴飯 (微波加熱即可食用)	冷凍燴飯 (微波加熱即可食用)
產品特色	璞樹文旅主廚監製，臺梗 9 號米吸附沙茶醬香，搭配豬肉與時蔬，鹹香濃郁層次豐富	璞樹文旅主廚監製，臺梗 9 號米搭配香草雞與起司白醬，滑順濃郁，營養豐富層次十足
產品圖示		
銷售通路	114 年 6 月 1 日起於家樂福量販店 65 家門市、愛買 18 家門市販售	