

# 與環境為善・對土地感恩 推動稻米產銷革命

有機稻場一景

## —苗栗縣苑裡鎮稻米產銷班第 4 班—

文圖 | 徐清銘 部分照片由產銷班提供



苗栗縣苑裡鎮稻米產銷班第 4 班與山水米實業有限公司的發展之路，可說是台灣農業現代化的重要見證者。70 年代，率先為米糧業導入精緻化、品牌化革命；80 年代末，則積極推展有機農業、推動相關立法，使有機農業正式納入政府規範；產銷班員並發願，由苑裡平原出發，從點連成線、結成面，將台灣建構成為真正的有機島。

一般產銷班多由農會輔導，苗栗縣苑裡鎮稻米產銷班第 4 班卻是由糧商主導成立、立願宏大的產銷團隊。一手扶植起這個團隊的產銷班班長、山水米實業有限公司總經理葉淑蕙，談起一路走來的歷程，有艱辛、有不忍、也有對於土地無限的感恩，還有將稻米視為「台灣的生命道場」的滔滔志業。

### 苑裡平原・風土條件佳

苑裡稻米產銷班第 4 班又名山水有機米產銷班，生產基地位於苗栗縣穀倉苑裡平原。苗栗縣山多田少，苑裡這片面積不算大的大安溪沖積扇平原，完整純粹的稻米產區，格外顯得珍貴。更重要的是，當地得天獨厚的風土條件，不僅哺育了世世代代的農民，也是他們追尋台灣農業永續發展的泉源。

葉淑蕙回想起產銷班與山水米實業的發展之路，也成為台灣農業現代化的重要見證者。

民國 68 年，葉淑蕙隨夫婿李東朝回到火炎山腳下的苑裡平原，在一片相思樹





稻草人招牌  
模樣可愛



稻田間小朋友畫作

林中，從一輛三輪車的規模，開啟米糧事業。創業之初，一次只能載回一車的稻穀進行碾製，隔天，天還未亮，就得載出轉售，以此安家糊口。

當時的食米包裝以 60 公斤為單位，來自都市的葉淑蕙，提前嗅出社會趨勢的變化，她認為，未來的米糧消費必然走向小包裝制，以及品牌化，因為城市的家庭型態已逐漸演變為以小家庭為主，傳統的大包裝米短期內根本吃不完，甚至放到長蟲，葉淑蕙夫婦因此率先為米糧業導入小而精緻的包裝米革命，74 年並創建自有品牌「國光米」。

### 品牌策略・創立國光米

台灣稻米行銷型態不斷轉變，國光米創設不久，米的銷售點也從以前的糧商、雜糧行逐漸轉移為量販店、連鎖超市，市場形態的改變，小包裝、有品牌的國光米順勢而起，受到消費者歡迎，葉淑蕙夫婦的米糧事業逐步展開規模，碾米廠附近也逐漸繁榮，甚至一條新闢的巷子就命名為「國光巷」，成為他們打拚有最自豪的佐證。

隨著品牌化策略的成功，葉淑蕙開始反思

自己辛苦建立的國光品牌所代表的意義。她說，那時流行的「國光」兩字，代表的是「增產報國、為國增光」，但是時代正逐步改變與進步，社會的價值已經轉而注重品質更甚於產量。如果為了追求產量，付出危害環境的代價，例如使用過量的農藥與肥料，反而得不償失。

葉淑蕙初到苑裡平原時，生活周遭遍地的田間野菜、路旁蝸牛、溪中蝦蟹，即是勤儉持家的主婦就地取材的餐桌菜色，漸漸的，葉淑蕙驚覺到，過去視為理所當然的野菜、魚蝦慢慢都不見了，生態環境正一步步惡化之中。

### 走向有機・再創山水米

雖然，苑裡一帶因天然條件得天獨厚，農藥及肥料的使用量比起其他稻區較少



山水米系列產品





佇立苑裡平原的山水米專業生產工廠



另一方面也是發願向土地學習永續耕作之道。

，不過為了節工省時，除草劑等化學藥物同樣危害環境。葉淑蕙從事米糧業 30 年，看過不少農民因為噴藥而中毒甚至往生的案例，農民是農藥的第一線受害者，讓人不忍。推展有機農業，由動心起念進而化為行動。

走向有機，葉淑蕙由辛苦打造的國光品牌易名「山水」開始，她說，如果追求的是與環境為善，而不是過時的「增產報國」的價值觀，換個品牌勢在必行。至於何以取名「山水」，其間有深意。

葉淑蕙說，苑裡平原的豐饒，源自於雪山山脈流淌下來、台灣西部最無污染的大安溪，而且因位於台灣南北氣候分界線的火炎山腳下，純淨的水、肥沃的土、多雲霧高溫差的氣候，正是老天賜予好山好水出好米的最大恩澤。以「山水」為名，一方面表達對於土地的感恩，

### 保證價格・有機米契作

由「國光米」演進到「山水米」，預告了邁向有機農業的新方向。接著，葉淑蕙開始籌組有機生產團隊，但要說服農民放棄已習以為常的耕作方式，一時之間困難重重，尤其當時資訊仍然貧乏、仿冒有機充斥、法令既不健全、政策鼓勵也不夠積極，農民多少心存觀望，不過葉淑蕙決定推廣有機生產的腳步卻未有所猶豫躑躅。

苑裡有機米推手葉淑蕙班長







87 年一期稻作，在苗栗農改場的技術指導下，首先以試作方式展開自然生態農耕法。加入的稻作面積僅約 4.2 公頃，還未達產銷班 10 公頃的標準，不過至同年的二期稻作，面積已增加至 12.6 公頃，山水有機米產銷班正式成軍。

產銷班雖迅速組成，但推動過程絕非一帆風順，要改變農民的習慣、放棄簡易的慣行農法，改採作業繁複的有機種植，除了觀念的不斷溝通外，當然還包括不惜虧本的保證價格有機米契作、無償提供改善土壤的有機資材、1 公頃補助 3 萬元請農民採取傳統的人工除草作業、對以牛糞米糠製成的有機堆肥給予補貼等等措施，激勵農民加入的意願。

### 低溫烘乾・碾米自動化

山水有機米稻穀收購價格比一般行情高了 1.5 倍，成本較高，上

市初期，由於有機農業尚在起步階段，消費者接受度不高，市場通路也少，售價較高的山水有機米行銷情況並不理想，甚至還曾被迫下架，辛苦栽種的有機米，只好充當一般米賠錢出售，虧本經營持續了 4、5 年。

熬過初期困頓，如今山水有機米生產團隊已是 50 多名成員、耕作面積 46 公頃的龐然規模，且持續快速擴增中。

山水有機米產製過程一絲不苟，田間生產端奉行有機農法，稻米碾製從入料即進行嚴格的品質控管，確保後段加工的穩定度；田間收割的稻穀送至低溫烘乾的時間不超過 5 小時，並採用專業低溫的烘乾設備，確保米質口感。

烘乾後的稻穀，為保持最佳食味與口感，以攝氏 15°C 的冷藏桶保存，同時為確保冷氣循環正常，碾製廠還增設冷氣點偵測器，以最先進的設備完成儲存任務，碾米以輸送帶作業、全程不落地，碾米設備先進並全自動化，減少人為作業的不當因素，甚至運送也有自營嫡系運輸車隊，以避免外包車輛專業不足與服務不佳。

### 外銷日本・品質獲肯定

山水有機米栽培品種以「台稈 9 號」為主力，上市產品琳瑯滿目，包裝有精緻、有平民，精心設計的木質飯桶外覆棉布的精品禮盒，曾榮獲台灣精米禮盒設計競賽冠軍。諸項產品中，「鴨間稻」有機米最具話題性。鴨間稻乃利用稻田間放養



苑裡有機米工作夥伴群像

鴨子除蟲、吃雜草的古老智慧，進一步包裝成為最具生態概念的食米產品。91年推出後，一炮而紅，並帶動跟風。

另外，以農村產業生態旅遊概念發展出來的知性之旅、體驗之旅，更使山水米產銷班遠近馳名。取名「有機稻場」的有機稻米博物館，在象徵性地以1元委託觀樹教育基金會經營後，成為台灣最佳的環境學習中心之一，讓全民都可以來此體驗親近土地的樂趣；而產銷班的農民們也成為導覽示範時、前來進行戶外教學的小朋友口中的「農夫老師」。

如今，已建置完整生產履歷的山水米，不但銷路廣開，並打入高級餐廳、速食店、超商便當等通路，甚至外銷日本這個對米的品質要求極為嚴格的市場。除了市場肯定外，95年，山水產銷班並榮獲全國有機米評鑑競賽優等獎；96年，又榮獲全國十大經典產銷班殊榮。

### 推動產業・促立法規範

備受鼓勵之餘，葉淑蕙最關切的仍是有機產業的發展，多年來，她持續反映有機農業的相關立法，農委會去年開始實施「農產品生產及驗證管理法」，有機農業

及產品正式納入政府的法律規範，她至為欣慰。

葉淑蕙認為，面對其他國家的農產品大舉進口及黑心產品的衝擊，台灣農業的機會與國際競爭力就在有機農業，因此她積極參與台灣有機產業促進協會的籌備，並在成立後出任副理事長。今年6月，該協會將出席在義大利召開的IFOAM國際有機農業運動聯盟年會，與會人員將於會中大力爭取2011年年會在台灣召開，希望讓台灣農民與世界100多個國家的有機農業發展接軌，也讓全世



有機稻場兼具教育研究文化休憩多重功能

榮獲全國包裝設計競賽冠軍之山水米禮盒



界看到台灣推廣有機農業的可觀成果。

由4名班員開始，發展到50多名班員規模的山水產銷班，班員年齡從30歲到80多歲都有，不論老少、身體都很健康，施行有機農業的好處，該班班員是最佳見證。未來，葉淑蕙與山水產銷班夥伴發下更大的宏願，就是由苑裡沖積扇平原出發，從點連成線、結成面，將台灣建構成為真正的有機島。豐

**苗栗縣苑裡鎮稻米產銷班第4班**  
 苗栗縣苑裡鎮玉田里91-1號  
 班長葉淑蕙：037-743616