

投稿類別：商業類

篇名：

米食面面觀－探討米食的創新產品及行銷

作者：

陳人綺。永年高中。商業經營學程。高三信班。
吳介欣。永年高中。商業經營學程。高三信班。
張芸妮。永年高中。商業經營學程。高三信班。

指導老師：
王桂芬老師

壹●前言

一、研究動機

民以食為天，在傳統社會裡，「米」是人類三餐中不可或缺的主食來源。然而現今的稻米因為品種的不同，水質、土壤、環境的因素，使農夫不斷地改良生產技術，以不同耕作技術栽培出高品質的稻米，隨著文化改變，人們不再只是求吃得飽，更是追求美食的創新口味。

市場上的米百百種，是農夫經過長期的栽培，再加上陽光雨水慢慢灌溉，每種米都可以吃出各自獨特的口感，為了能更了解稻米在環境的輔助下如何生長，以及從一粒普通的白米發展出多元化的米製品更經由包裝增加價值，發展具有市場高競爭力的產品，因此以「米的發展」做研究。

二、研究目的：

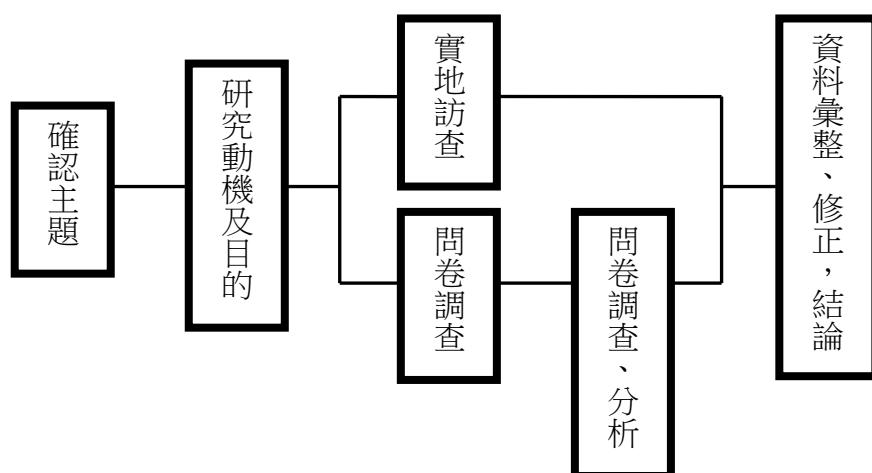
- 1.探討米的種類及生產過程
- 2.多元化發展米類飲食
- 3.高附加價值產品的研發
- 4.新型產品的 4P 分析、傳統 VS.新型之 SWOT 分析

三、研究方法：

文獻資料：透過網路資料查詢、新聞報導了解米的生長、種類及發展創新

問卷調查：透過問卷了解學生、上班族及家庭主婦以不同職業對飲食的偏好

四、研究流程圖：



貳●正文

一、米的介紹、發展

稻米是世界主要的糧食作物之一，總產量占世界糧食作物的第三位，僅低於玉米和小麥，高品質的米，源自於各地農產改良專家的努力及農夫的細心耕種。

台灣的稻米隨著人民生活水準日漸提升，消費者要求口感、優質外，更需具有保健營養功能，因此擴大稻米多樣性增加米的價值。除了研發具有適合食用的保健營養米外，另外也朝向滿足不同人群的美容保養，藉以增加米的經濟價值。隨著經濟的發展，稻米市場加入世界貿易組織（WTO）開放進口，使國內稻米受到相當大的衝擊及改變。水稻生產由早期的高產栽培，逐漸轉為以市場需求導向使稻米能迎合消費者在消費上的需求，也提升稻米之競爭力。

二、稻米的生產過程及種類

表一、稻米的生產過程

育苗	農夫先在田地中培育秧苗，撒下稻種後，多半會在土上灑一層稻殼灰，等秧苗長高約八公分時，就可以進行插秧了。	
插秧	將秧苗插進稻田中，間格有序，一般會呈南北走向。插秧的氣候相當重要，如大雨則會將秧苗打壞。	
施肥	秧苗在抽高時，長出第一節稻莖的時候稱為分蘗期，這段期間往往需要施肥，讓稻苗成長的健壯。	
灌排水	一般都需在插秧後，幼穗形成時，還有抽穗開花期加強水份灌溉。如有遇到低溫就深灌水來防止低溫冷害。	
收成	當稻穗垂下，金黃飽滿時，就可以開始收成，現在有收割機，將稻穗捲入後，直接將稻穗與稻莖分離，一粒粒的稻穗就成為稻穀。	

（資料來源：註一）－ 由本組整理

表二、以米特性區分：粳稻、秈稻、糯稻

類型	米粒外觀		產地及特性	用途	圖片
粳米	米粒透明、短圓		俗稱蓬萊米，產地以雲林、台南面積最廣	一般食用	
秈米	米粒透明、細長		俗稱在來米，主要作為米食加工原料之用	蘿蔔糕、米粉、炒飯	
糯米	粳糯	外觀白色不透明、米粒短圓	產地以彰化、雲林及台南一帶為主	釀酒、製湯圓、紅粿	
	秈糯	外觀白色不透明、米粒細長		粽子、米糕、油飯	

(資料來源：註二)－由本組整理

表三、以加工方式區分：糙米、胚芽米、白米

類型	米粒形成	特性	用途	圖片
糙米	稻穀僅經過脫殼的步驟	含豐富纖維、維生素B、E及礦物質	糙米飯、糙米粥、米漿、米糊、雜糧飯	
胚芽米	脫殼後去除部分米糠層	不易保存，含多種維生素、脂肪、蛋白質	醫學、美容、飼料、麵包糕點、營養輔助食品、佐料	
白米	脫殼後去掉所有米糠層、胚芽	味道最香甜但營養最低	一般食用米	

(資料來源：註三)－由本組整理

三、發展米的多元化食物

近年因為外食人口增加、飲食習慣西化等因素，每年稻米的食用量逐漸下降，「提升稻米的利用性」成為近幾年重要的課題。(註四)

然而現代人生活忙碌，三餐飲食相較之下則選擇快速、便利為主，為了搶時間，便選擇漢堡、麵包等速食解決一餐，讓米飯成為不再平常的事。本組以喜生米漢堡作為創新米食研發的例子，探討如何在市場上為這新產品創下新的商機。

（一）、米漢堡已經是【新米食文化】的代表

喜生食品創立於 2000 年，致力經營米漢堡產品，至今已經研發出 10 多種口味，例如洋蔥牛肉經常是好市多超市的熱賣商品。除了推廣米食文化之外，更期望對社會有所回饋，因此在試吃會活動中協助募款，展現無限大的理念。



圖一、YouTube 影片搜尋

台灣人以米為主食，以往餐餐要有的白米飯，卻逐漸被漢堡、披薩等西方飲食給取代了，為了能讓人重新喜歡上米飯的香氣，同時考量現代人快速、方便的飲食習慣，喜生食品將傳統米飯與西方漢堡做結合，讓米食文化有了不一樣的生命力。詹清林董事長說：「喜生致力推廣台灣的米食文化，過去累計使用了近萬噸的台灣米，換算下來有將近一萬五千公頃的農田不用廢耕。由於大量採購的關係，不僅讓消費者可以吃到便宜的米漢堡，現在還將各式的米板出口到歐美日澳，除了可以促進台灣農業發展外，也將台灣的美食推向全球。」

（二）、米漢堡輕鬆滿足現代人的一餐，吃得安心又美味

只要有一台微波爐與冷凍的米漢堡，兩分鐘的時間，就能夠讓忙碌的現代人品嘗到新噴噴的米飯。從一開始堅持用台灣道地米，手工挑選九層塔梗，嚴選天然食材，豬肉也是選用 CAS 優良冷凍肉品，全程製作均不添加防腐劑，並經過 SGS 認證及 HACCP、ISO22000 的肯定，為了保持米飯香 Q、晶透，使用會呼吸的紙蒸籠，並以純手工方式包裝。除了好市多、大潤發等實體通路都買的到外，更提供了網路宅配服務。



圖二、米漢堡

（三）、米漢堡 4P 分析

表四、米漢堡 4P 分析

產 品 (Product)	喜生米漢堡主打以銷售米漢堡為主，口味多種變化，如全牛肉洋蔥牛肉、和風豬、素沙茶鮮菇等，其中全牛肉是團購最熱門的口味之一，以及愛吃速食小朋友最愛的起司培根口味，融合濃濃起司香與薯條、培根。
------------------	---

價 格 (Price)	在實體通路的彩盒包裝每個 55 元，而目前在網路銷售的是無包裝外盒、環保業務包的米漢堡，每包 3 個，180 元/包。
通 路 (Place)	實體通路：各大賣場都可以買到喜生米漢堡，如好市多、大潤發、家樂福；網路通路：宅配全程由冷凍宅急便配送，訂購金額未滿 2,700 元運費需自付。
促 銷 (Promotion)	凡加入會員即可享有會員價，官網訂購滿 5,400 元打 9 折優惠，此外也可以到官網或粉絲團得知訊息，或訂閱喜生米漢堡電子報，不必上網就可以知道最新促銷活動。

(四)、米食創新產品的 SWOT 分析

表五、米食創新產品的 SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
1、米漢堡符合現代人對食品衛生安全及便利需求的創新產品。 2、不管是小巧精緻的馬卡龍，還是冰淇淋，這些都是利用米做出來的，更能展現出米食的新風貌。	1、新產品不容易被老年人所接受。 2、舊口味與新口味有認同上的差距。 3、消費者對於新上市的产品知名度低。
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
1、在飲食文化方面能發揮更多巧思及創新。 2、擴大促銷通路，提供消費者更多選擇，也能提高購買意願。	1、受到多元飲食文化影響，使得稻米消費量逐年降低的趨勢。 2、現階段面臨「米食文化」vs.「速食文化」問題。

四、高附加價值的米加工產品之開發

近年來紛紛利用新技術進行米的加工產品開發，提升價值，其中含米釀造產品、米蛋白及米糠加工產品等。除了原料是白米外也針對米糠、米胚副產品進行加工利用與物質萃取，以研發新產品。

米的營養價值相當完整，除了做為食品用途外，其萃取物具有如除皺、保濕、抗氧化、深層清潔、修護、控油等多項功能，作為化妝品原料開發的方向。市面上已開發多種美容保養品，如米香胚美容皂、酒粕美顏皂、化妝水、精華液、乳液、酒粕面膜等多種以米為原料的美容保養產品。

(一) 最天然的保養來自【米的萃取物】

- 1、米香胚美容皂：是米美容保養品研發上的第一個產品，它利用黃金米、巨胚米、梗香米及紫香米等材料所開發的。

2、酒粕美顏皂：研發主要基於酒粕富含保濕及美容保養功效等 100 多種營養成分，因此利用米酒粕及紅麴酒粕為主要原料，搭配米糠、無患子、蘆薈等多種植物精華研製出來的。

3、酒粕面膜：酒粕面膜膏之原料經多程序處理除去酒精後，搭配天然植物配方研發，因此不會因含有酒精成分而引起皮膚過敏反應。

（二）淡畫出的自然光彩－米彩妝產品的開發

米澱粉的顆粒細緻且有稜角，可以均勻的附著在紙或人的皮膚上，進而達到表面光澤平滑的效果。為了配合彩妝需求，對於粉底製品原料的要求具有被覆力與附著性，使用上對皮膚是安全、無毒、無刺激性。

米澱粉不僅細緻、安全、無毒，使用時更是附著性佳與被覆力高，因此應用於彩妝產品開發上深具潛力。而農試所亦於 95 年度利用梗米為原料萃取米澱粉，並以米澱粉搭配滑石粉及雲母粉開發出蜜粉及眼影等產品，使得米澱粉研發產品成為未來彩妝利用上極具商業價值。

五、問卷分析

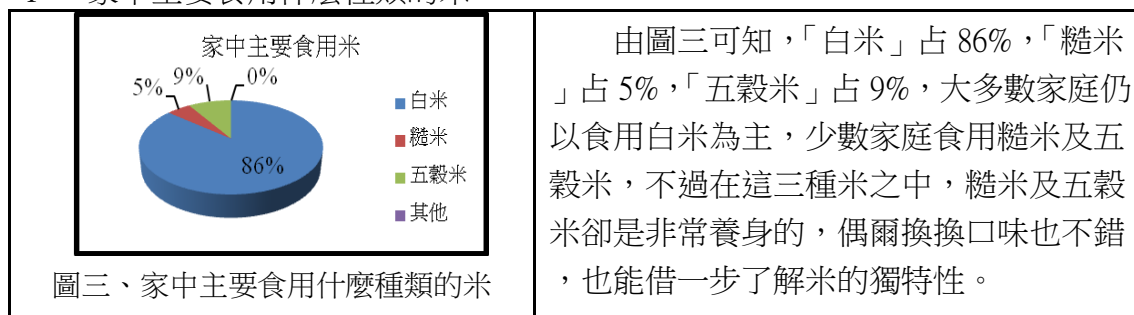
此問卷調查目的為了探討大部分人在主餐中食用何種米飯居多，以及在多元文化的影響下，傳統米製食物是否會受到衝擊，因此透過問卷調查來了解。

本問卷共發放 100 份問卷，有效問卷 100 份，無效問卷 0 份，回收問卷 100 份，問卷統計結果如下：

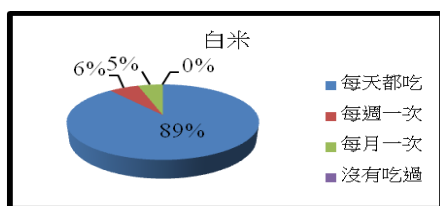
表六、基本資料統計

性別	男		女	
百分比	57%		43%	
職業	學生	上班族	家庭主婦	
百分比	62%	17%	21%	

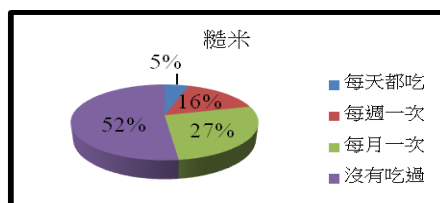
1、家中主要食用什麼種類的米



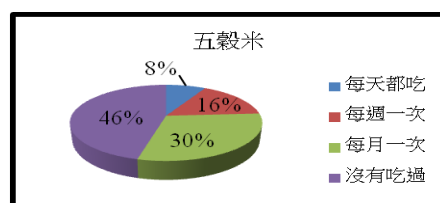
2、對於白米、糙米、五穀米食用頻率



圖四、白米食用頻率



圖五、糙米食用頻率



圖六、五穀米食用頻率

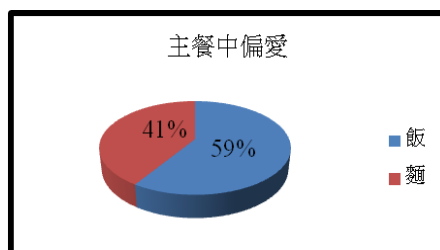
由圖四可知：白米「每天都吃」占 89%，「每週一次」占 6%，「每月一次」占 5%，「沒有吃過」占 0%。

由圖五可知：糙米「每天都吃」占 5%，「每週一次」占 16%，「每月一次」占 27%，「沒有吃過」占 52%。

由圖六可知：穀米「每天都吃」占 8%，「每週一次」占 16%，「每月一次」占 30%，「沒有吃過」占 46%。

白米仍是人們主要食用頻率最高的米類，也是每個人最為平常的能量來源；而糙米則是大多數人沒有吃過的米種，糙米口感不比白米有彈性，但是營養價值卻比白米多很多；五穀米也是家中不常食用的米，也有滿多人沒吃過，但別忘了其實在食物上也是有利用五穀米製成的，例如五穀饅頭、雜糧漢堡等，其所含的纖維素具有通便功效。

3、在主餐中偏愛飯類或是麵類

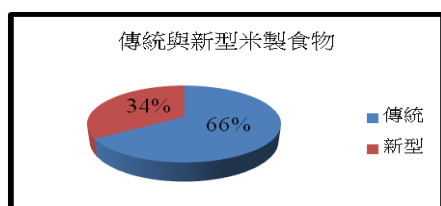


圖七、在主餐中偏愛飯類或是麵類

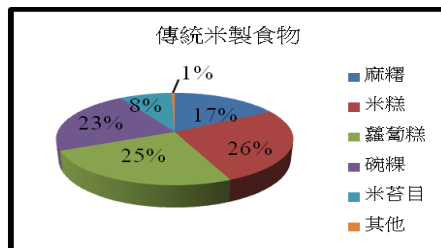
由圖七可知：主餐中「飯」占 59%，「麵」占 41%。

以主餐來講偏愛飯類仍多於麵類，以學生在學校的活動量來看，大多數學生認為飯比麵更能填飽肚子，而且也是主餐中最重要的食物，缺少了飯，有時還需要其他零食來充飢。

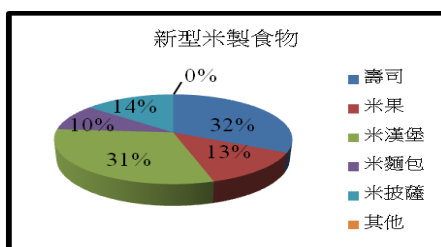
4、傳統米製食物 VS. 新型米製食物



圖六、喜歡傳統還是新型米製食物



圖七、傳統米製食物種類



圖八、新型米製食物種類

由圖六可知：「傳統米製食物」占 66%，「新型米製食物」占 34%

由圖七可知：傳統米製食物「麻糬」占 17%，「米糕」占 26%，「蘿蔔糕」占 25%，「碗粿」占 23%，「米苔目」占 8%，「其他一粉粿」占 1%。

由圖八可知：新型米製食物「壽司」占 32%，「米果」占 13%，「米漢堡」占 31%，「米麵包」占 10%，「米披薩」占 14%，「其他」占 0%。

因此比較對傳統與新型食物的偏中，人們偏愛傳統食物多於新型食物；傳統食物之中又以米糕占最多，米糕不僅是男女老少都喜愛的食物也是代表著傳統文化的象徵，延續老一輩的美食小吃；在新型食物中，則是米漢堡占最多，是現代年輕人最熱愛的一道美食，就連外國人也讚賞，有著在地文化與多元文化的結合。

參●結論

一、土地給予的回饋很直接，種田要關心它而非管理它，讓它快樂一點。許多農民的價值觀、務農理念已產生很大不同，紛紛投入有機、無毒生產，他們用更友善的大地與環境的方法生產出優質產物，為農業帶來新面貌。

二、隨著時代的文化變遷，人們對食物越來越講求美味與創新多元化，也延伸出更多新創意或與在地產業結合成的食品，如喜生米漢堡、米多力冰淇淋…等，以最原始的傳統「米」為基礎原料，研發出保留原有的風味又能品嚐出它該有的獨特氣味。

三、比較傳統美食與創新美食當中，可以看出其實大多數人還是較能接受原始的味道；沒有精緻的長相，沒有華麗的包裝，沒有貴族的身價，卻有著最純潔的心，最簡單的外表，就能讓我們永久無法忘懷。傳統美食也伴隨著傳統文化的氣息，走在一條散發著古色古香的小鎮上，搭配著撲鼻而來的香氣，這時，整個街道瀰漫著傳統美食的風貌。

透過傳統文化的演變，發展創新的文化，訴說著傳承延續，嶄新的開始；從

一粒白米生長過程了解米是如何在農夫細心呵護下長大；從原始的傳統美食發展出多元化飲食，結合著在地文化與多元文化的核心理念；從高科技的技術中，開創新商機與多方面用途；因此，不管是傳統或是新型都有著他們特有的價值，期望傳統文化能傳承延續下去然而也能開創更多新產品推廣國際提升產業價值。

肆●引註資料

中文文獻：

- 一、遠見－一百大黃金農夫。取自（第 24 頁、第 286 頁）
- 二、商業周刊－經濟關鍵 9 問。

網路資料：

- 一、註一：維基百科－稻。查詢日期（2015/09/04）。取自
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E7%A8%BB>
- 二、註二：Yahoo 奇摩搜尋：稻米的種類。查詢日期（2015/09/04）。取自
<http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2006/mrps8846003/2-1.htm>
- 三、註三：認識我們每天吃的米。查詢日期（2015/09/04）。取自
<http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2003/C0334950068/a/main2.htm>
- 四、註四：2013 台灣美食系列活動－米饌饗宴。查詢日期（2015/09/26）
- 五、Google 圖片搜尋：稻米生產過程
- 六、喜生米漢堡官方網站。查詢日期（2015/10/03）。取自
<http://www.sisheng.com.tw/chuansheng/front/bin/home.phtml>
- 七、農委會－米食創新產品研發。查詢日期（2015/10/15）。取自
<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=13607>
- 八、YouTube 影片搜尋：東森新聞－喜多米漢堡