

投稿類別：農業類

篇名：

新屋農會農產品與現代零食結合——米乖乖

作者：

陳宇亭。國立龍潭高中。高三畜甲班
莊惠期。國立龍潭高中。高三畜甲班

指導老師：徐銘辰 老師
鄭孝全 老師

壹●前言

一、研究動機

因現今人飲食及觀念的改變，大家對米的食用漸漸地減少於是桃園市新屋農會繼台東縣關山農會與乖乖公司合作後，也製造了不同風味的米乖乖，讓北部也形成了一波米乖乖風潮。

二、研究目的

目的是為了讓大家了解到在某些農會與現代結合米乖乖的各種口味及其搭配當地之農產品，和藉由與新屋農會的合作推廣他們的米乖乖及各種農產品，並加以研究各口味之差異，順帶讓大家開始了解到米乖乖的市場，也可以讓現代的父母不用擔心小孩不吃米食了。

三、研究方法

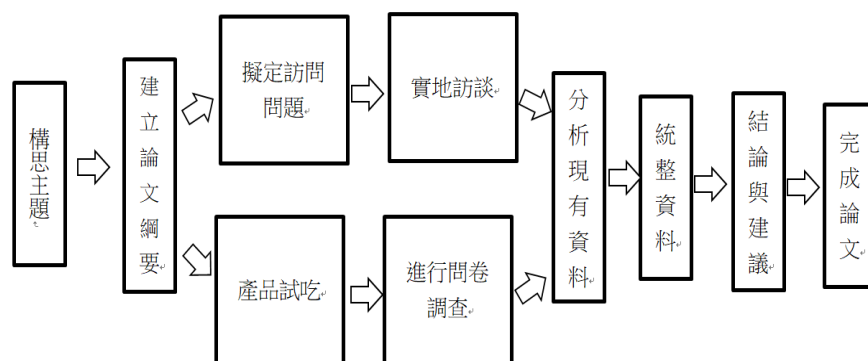
本研究主要使用「文獻探討」、「實地探訪」、「問卷調查法」

(一) 文獻探討：經由報紙及報導的收集及整理。

(二) 實地探訪：透過與農會供銷部主任之對話，可更了解其商品的資訊。

(三) 問卷調查：藉由網路調查的方式，並將大家對乖乖和米乖乖的了解，做了一個初步的調查

四、研究流程



圖一：論文流程
(圖一資料來源：作者編著)

貳●正文

一、新屋區介紹

(一) 地理位置

在氣候上新屋區位於副熱帶季風氣候區，因為其地勢夠平坦空曠，又鄰近於濱海，所以冬季常常出現台灣平地的最低溫，夏秋季也因為偏冬風過山沉降關係的影響，也曾經出現了全台灣的最高溫，也因為位於濱海附近，所以他們風力在全台位於首位，也讓新屋區充滿了風力發電機，新屋區在全桃園市中為最大的農業區，其主要種植之作物為水稻，也因為種植的數量，而被說成是北台灣重要的稻米產區。

(二) 農會歷史

從日據時期就存在，倉內提供碾米機房及稻穀倉庫使用，主要工作是收購稻穀。民國 5 年名稱為「新屋庄信用購買販賣利用組合」、民國 22 年改名為「新屋庄保證責任信用購買販賣利用組合」、民國 38 年才正式改稱為「新屋鄉農會」，並設立信用部，農會設計是以傳統的建築為主，擁有相當久的歷史，結構非常之特殊。倉庫內保存完整，具有相當濃厚的客家特色，為典型的客家農業建築。位於民國 96 年修建了稻米博物館，可以讓大眾對農業的教育繼續傳承下去，讓後代子孫更能感受到完整的歷史建築、客家文化和對米食的認識。

二、新屋區農會推廣

(一) 主要產品

1、新香米（桃園 3 號）

(1) 米的簡介

「『新香米』採用的桃園三號香米，是行政院農業委員會桃園區農業改良場經十多年所育成的水稻新品種。」（丘叔，2014）新香米名稱的由來是因為它的育成地在於桃園市新屋區，還有它的味道有著濃濃的芋頭味，新香米是屬於一種集結外觀、香味、食味的優良品種，其外觀粒大、飽滿、晶瑩剔透，其口感黏性佳，所以很適合做於壽司的材料。

(2) 米對人身體的益處

米對身體的好處百百種，裡面含有豐富的蛋白質、纖維以及澱粉，得以讓人吸收。特別是有機米，因為沒有使用農藥，含較少的化學物質，使用天然的防治方法，所以可以維持天然米的味道。米有分很多種，每個都可以讓人體帶來相當的好處，像是養顏、清熱、健胃等等益處。

2、黑豆

(1) 黑豆的簡介

早期在台灣栽培位於南部，70年代後，台灣對黑豆的栽培漸漸沒落消失，民國87年，台南改良場申請台南3號和台南5號，又為台灣的黑豆開啟了新機。桃園新屋也漸漸開始發展黑豆的相關產業及商品，例如：黑豆茶、黑豆粉。

(2) 黑豆對人身體益處

黑豆又稱烏豆，內含有豐富的蛋白質、脂肪酸、大豆黃酮、異黃酮和多肽，其中「**多肽不僅具有高消化吸收性、高穩定性、高溶解性等特點。**」（郭田田，2014）異黃酮可預防癌症，另外還有亞油酸、卵磷子和食物纖維，這些成分可降低膽固醇。豆為腎之谷，黑豆為黑色也屬水，所以大家常說：「黑豆入腎」。

(二) 推廣現況

1、新屋區農會

藉由自家農會的超市販賣，加上有任何活動時，出去擺攤，或者是藉由在農博或者是在世貿時的推廣。「**在新香米乖乖的包裝上，還有一組10碼的神秘數字，這組數字代表著新香米的產銷履歷流水號。**」（賴玟茹，2018）。

2、農業博覽會

在2018年4月時，「**新屋區農會與知名食品品牌『乖乖』合作，使用有爆米花香氣的『桃園三號米』，推出限定口味產品。**」（許倬勳，2018）椪柑口味的米乖乖，在博覽會上得到了相當多民眾的喜愛，有著農產加工產銷履歷認證，還讓對於食安有疑慮的人，得到了更多的保障。

3、台北世貿中心

在2018年6月底至7月初，米乖乖也邁入了都市中心，「2018夏季安心安全農業精品展銷會」，讓許多都市人對這項農產品有更多的期待。「**提升國內消費者對產銷履歷制度產品的信賴，以保障消費者食安問題。**」（王脩翰，2016）。

三、實地訪談

本專題以新屋區農產品與米乖乖為主題

表一：實地訪談問題列表

1.為何用米類來與現代零食結合	因為市長希望新屋區農會利用自己的農產品來與其他食品做結合，以利農產品行銷。
2.又用了哪些農產品與米乖乖做結合	其他農會也有以自己各地的農產品製作米乖乖，例如台東關山、高雄旗山等等。
3.一個月和一年的銷售量為多少	今年大概有 25 萬包左右，加上網路銷售量，不過還要再看總銷售量。
4.總共幾種口味（未來還有機會再製作更多與農產品結合的口味嗎）？	總共 3 種口味，分別是五香干貝與椪柑、蜂蜜奶油。未來有考慮研發新的口味，但是要看不可行。
5.有和其他縣市的農會交流或研發此產品的銷售嗎？	有，像是新竹縣的柑橘和我們新屋合作，透過農糧署，委託五峰果醬公司，把新鮮柑橘做成果醬和米乖乖結合。
6.工廠的製造流程有無把關或參與（保障食品衛生）？	有到門口，但是不允許進入，工廠會嚴格管制，所以就沒有進入了。
7.價格是大眾可以接受的（是否有調漲過）？	無調漲過，就是當初訂定好的價格，大家都可以接受。
8.未來趨勢	我個人認為，如果大家一窩蜂在做的話，是沒有什麼未來趨勢，因為這種食物可以吃或不吃。
9.剛開始販賣時是用何種方式推廣出去	藉由農業博覽會，而推廣這項新的產品，米乖乖不僅在農博上面受大家歡迎，還登上報紙、客家新聞。
10.有無得過什麼獎項，而更受歡迎	有，入圍了 2018 桃園金牌好禮，讓默默無名的新屋農會瞬間變得有名氣。
11.是否想過推廣或研究其他米製品	會，我會自行評估。我們主打新香米，當初有想過要做米面膜和米的沐浴乳。但後來因為經濟效應還有沐浴乳大公司的原因，就無繼續。
12.有因為製作此產品，讓大家更進一步了解農業	有，把米乖乖做為即時品，讓別人更知道米乖乖這項新的產品。
13.第一個推廣發明的農會（其他農會如何得知）	目前據個人所知，應該是台東關山農會推廣的。其他農會因為有自有產品，才會跟著發展其他米乖乖。
14.販賣前，有無請路人等試吃	沒有隨機請路人試吃，但是記者有來進行訪問。在展覽場上也有請人試吃。

（表一資料來源：新屋區農會供銷部主任羅煥鎬提供）

我們所到的結論是，這項產品在新屋區農會上發揚光大，讓許多人知道米乖乖，而且也有進行網路行銷。「**網際網路提供一些方法讓整個銷售過程，從製造商跳過批發商，甚至是零售商等些通路夥伴，直接面對消費者。**」（林豐智，2008）。在目前看來，發展得相當不錯，不僅增加了

新香米的知名度，也提升了大家對米的知識。但未來米乖乖可能沒有它的經濟價值，所以新屋區農會已經開始研發其他的農產品，即可以結合食用方便性的東西，例如糙米麩之類的農產品。

四、問卷調查

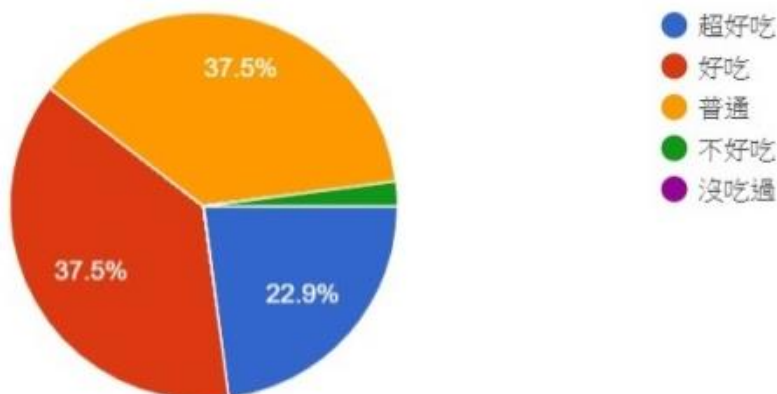
(一) 網路調查

利用網路進行網路問卷，並得到相關數據，網址:

<https://goo.gl/forms/MK3LA5hTgi9UgGIx1>

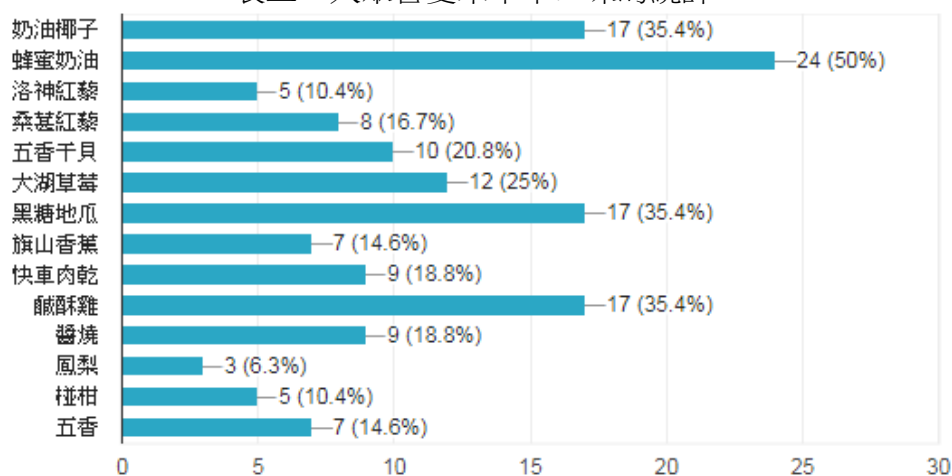
調查的對象占學生大多數比率，大家對乖乖的喜好和認知都有一定的程度。對於米乖乖可以搭配哪種口味做結合也擁有許多想像力，如：三杯、玉米濃湯等創新口味。藉由此調查我們得到大眾對米乖乖有很多不同的想法。

表二：對乖乖的喜好度



(表二資料來源：網路問卷調查)

表三：大眾喜愛米乖乖口味的統計

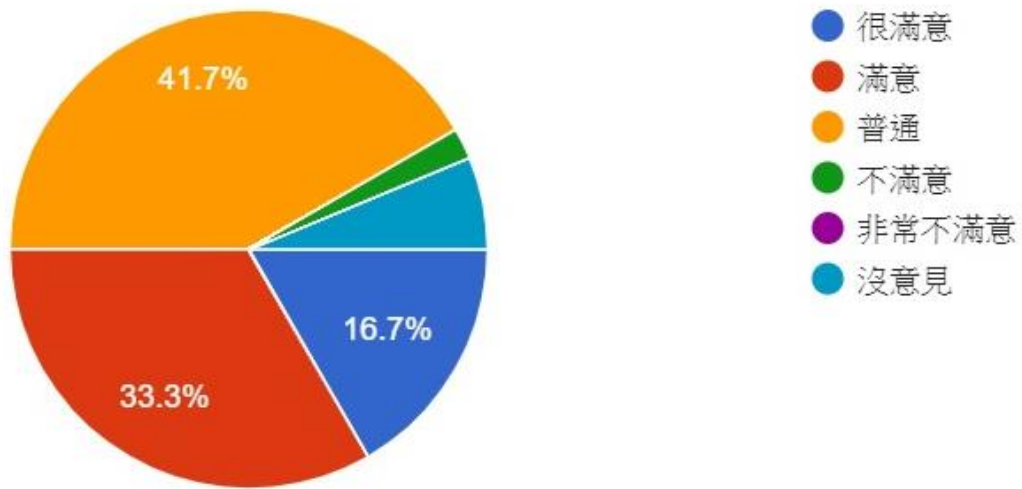


(表三資料來源：網路問卷調查)

根據表四的數據顯示：有大多數的人想吃蜂蜜奶油占 50%，接下來喜愛奶

油椰子、黑糖地瓜和鹹酥雞口味的人各獲得相同的比率。

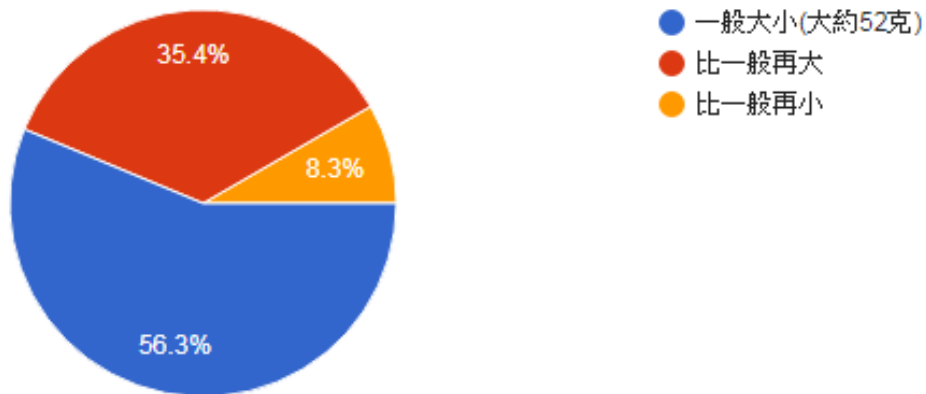
表四：對於乖乖包裝的滿意度



(表四資料來源：網路問卷調查)

根據表五調查顯示，很滿意的人還是占少數的人，滿意跟普通的人數也差不多一樣，但是還是也有人呈現對包裝跟價格不滿意

表五：大眾希望米乖乖的包裝大小



(表五資料來源：網路問卷調查)

根據圖六的調查顯示，大家還是覺得一般的大小，大家還是比較喜歡，但是還是有百分之三十幾的人認為應該再大一點，可是想要小的人也不少

五、分析

(一) SWOT

表六：米乖乖 SWOT 列表

S(優勢)	W(劣勢)
1.有了產銷履歷對食安有疑慮的人，更加有保障 2.對米製品知識加深 3.透過米乖乖增加米的知名度 4.拓展當地其他農產品的銷量	1.客源不穩定，沒有固定的顧客，也沒有太多地方在販售 2.知名度低，造成曝光率不足，無法讓許多大眾知道這個產品
O(機會)	T(威脅)
1.提供網路行銷，多加利用網路來進行消費 2.增加更多參加活動的機會，讓農產品可以給大家知道 3.農業產銷班，讓大家對米的來源更加安心	1.太多重複的農產品，導致未來趨勢降低 2.外國米的引進造成對台灣本地米的威脅 3.農地漸漸減少，造成台灣的米越來越少

(表六資料來源：作者編著)

(二) 4P

表七：米乖乖 4P 列表

產品(Product)	價格(Price)
<ul style="list-style-type: none"> ●了解米乖乖各種口味裡的農產品來由、生產過程 ●不同口味可以合併不同組合，不只是可以買到單一口味，讓產品有更多元的銷售 	<ul style="list-style-type: none"> ●大量購買，給予折扣 ●了解其他農會價格，做為參考，以利價格調漲 ●符合消費者的消費範圍，讓消費者滿意
促銷(Promotion)	通路(Place)
<ul style="list-style-type: none"> ●推出更多口味，進而影響購買的人數和銷售量 ●舉辦活動並提供試吃，讓更多人知道此產品，增加買氣 	<ul style="list-style-type: none"> ●以網路行銷進行販售，讓買不到的人在網路上也能輕鬆購買 ●新屋區農會上販售除外，可以到鄰近地區推廣自己的產品 ●每個地區米乖乖的口味的介紹影片，讓大家知道哪些地區可以購買

(表七資料來源：作者編著)

參●結論

藉由此小論文，了解新屋農會的特色和農產品，知道大眾對米乖乖這項產品的認知，也有越來越多口味陸續出現。從實地訪談中得知新屋農會的現況

和未來發展，雖然新屋農會以後的趨勢或許不是米乖乖，不過這項產品掀起一段時間的風波，讓不少民眾覺得有創新的感覺，不僅是在農博、農會上販售，也有開始在進行網路行銷，讓離桃園地區比較遠的民眾們也可以嚐到這種創新的味道，開闢更多地區大眾對此產品之喜愛。

不少地區的農會漸漸開始發展自己地區特有的農產品，慢慢進軍市場上，也有可能推廣到全世界，變成國家特別的農產品，使自己的國家越來越好，這對於自己地區的農會，還有其他地區的農會都有一定的幫助，希望可以讓全世界知道這個地方有這些特殊的農產品。

米乖乖裡所含的台灣農產品，需要民眾們的支持，正因為有這樣的產品出現，讓台灣的農產品有了一個創新的開端，各地區限定的米乖乖也使得農產帶動地方經濟，重新建立起大家對農業新的期待，也對農業有更多的見解。

肆●引註資料

劉主章（2018）。探討有機農產品體驗行銷對品牌形象與購買意願之影響。朝陽科技大學：碩士論文。

王脩翰（2016）。產銷履歷農產品之制度信任與知覺品質對購買意願影響—以大寮紅豆為例。國立屏東科技大學：碩士論文。

郭田田（2014）。黑豆多肽的製備及體外醒酒活性的研究。長春工業大學：碩士論文。

蔡佩伶（2014）。應用行動研究於農產品自產自銷之分析—以雲林縣黑金剛花生為例。：碩士論文。

許倬勳。農博隱藏版乖乖椪柑口味今推出。自由時報，4月19日，1版。

賴玟茹。「椪柑米乖乖」跳脫傳統吃出新意。大紀元時報，7月10日，1版。

邱叔。新屋新香米質好、味香消費者青睞。大紀元時報，10月24日，1版