

壹. 糧食管理

六. 稻米運銷與管理

撰文：楊明憲

(一) 稻米政策與產業發展

水稻為台灣地區的傳統作物，在「唯米是糧」的觀念下，歷來在農業部門中即是主要作物，加上耕作技術發達、機械化程度普及，其種植面積及產值，一向居於各作物之冠。依農業年報統計資料顯示：民國93年的稻米收穫面積為237,015公頃，產值275億元，從事稻作的農戶則約有25萬戶，以兼業為主。

早期台灣稻米生產尚具比較利益，故能出口賺取外匯，提供經濟建設所需的資金，

扶植工業發展，尤其低廉糧價及充分供應的糧食，有助於減輕勞動密集產業的成本和社會安定，因此，政府除透過制度改革及技術進步來增產糧食之外，亦利用隨賦徵購、肥料換穀等方式來抑制糧價並掌握糧源。

但在50年代中期，農業經營條件漸趨惡化，稻米耕種面積下降，政府存糧銳減，危及糧食安全及物價穩定，從民國61年以後，稻米已不具有在國內生產的比較利益。然而政府基於糧食安全與農民所得的考量，乃於63年起實施稻米保證價格收購制度，並限制國外稻米進口。

目前國內米價較國際價格約高出3倍。



台灣好米



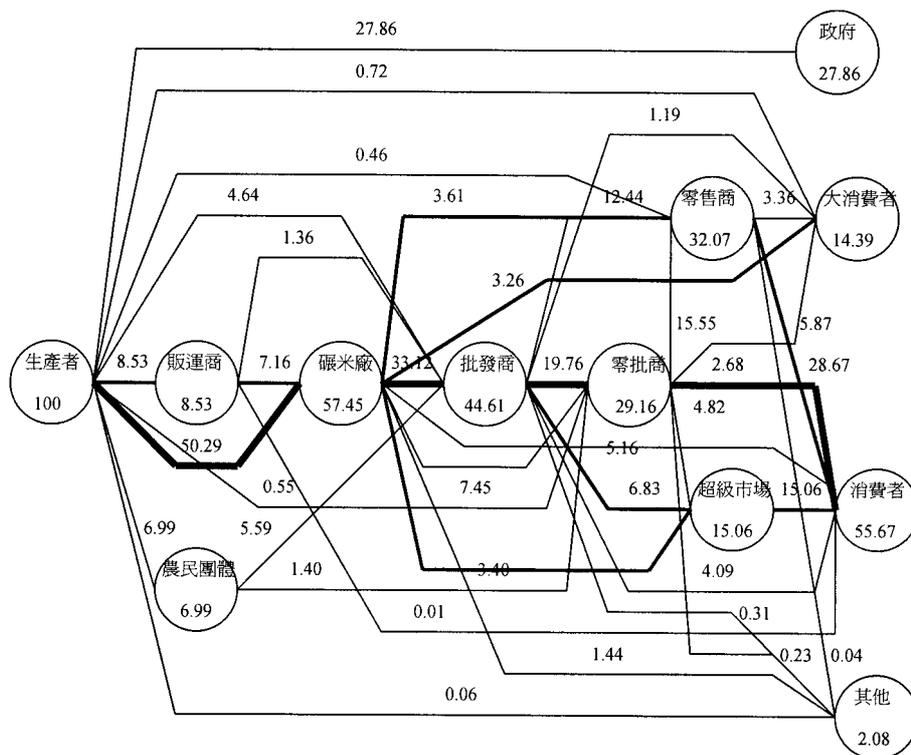
稻穀低溫乾燥機

在此期間，政府仍企圖改善作物生產結構和糧食平準基金的赤字，例如從73年起推動的「稻田轉作計畫」，以及86年開始的「水旱田利用調整計畫」。我國在91年加入世界

貿易組織（WTO）之後，即開啓了稻米進口的門戶，目前在關稅配額制度下，每年從國外進口144,720公噸的稻米，同時稻米保價收購政策也面臨調整的壓力。

（二）運銷職能與糧商角色

長期以來，稻米在政府強調糧價穩定和掌握糧源的干預下，稻米的運銷體系是相當穩定的。在稻米運銷體系中，政府與糧商各具重要的地位。政府歷來以肥料換穀、田賦徵實、隨賦徵購為名強制收購，以及實施計畫收購、輔導收購的保證價格收購，所收購的數量約占產量近3成，但近年來已有下降的趨勢，如在93年政府收購稻穀數量為262,249公噸，占稻穀產量1,433,611公噸的18.29%。



稻米運銷通路

資料來源：行政院主計處（民國87年），農漁產品運銷實況調查報告，行政院主計處編

政府的收購糧大多作為安全存糧、軍糧、機關糧、學午糧、各項專案糧、外島民糧及充作釀酒用的加工原料，過剩餘糧則以援外、國內救助或撥充飼料等方式處理，收購糧中作為調節民食的部分，則經消費地批發商流入市面，其比率低於收購量中的20%，且在糧價平穩期間數量更少。

一般而言，稻米為要完成集貨、分級、加工、包裝、運輸、貯藏等運銷職能（marketing functions），並為接近廣大而零散的消費者，共同參與的中間商（糧商）相當繁多，分別執行不同的運銷職能，並扮演批發或零售的角色。在過去封閉而靜態的經濟中，已自成穩定而有秩序的運銷體系，尤其各稻米產區的糧商即居於樞紐位置。在市場上提供一般消費者購買白米的，則多來自各級運銷商的服務，含產地批發商、經紀商、消費地批發商、消費地零售商，分別完成集貨、分級、加工、包裝、運輸、貯藏等各項運銷職能所致。

依行政院主計處的調查，在86年流入市場的稻米即占產量的72.14%，由附圖得知，市場上稻米的流通，大都以各地的碾米廠為主要集運站，由生產者及販運商直接交付至碾米廠的數量，占產量的57.45%；換言之，扣除政府收購部分，經由碾米廠的運銷通路占稻米市場流通量即高達8成，碾米廠在市場稻米價格形成上有其重要功能。而生產者的產量除了將近3成為政府收購之外，餘糧中有7成係直接流入各地的碾米廠，顯然稻農與碾米廠之間關係相當密切，碾米廠亦可能是傳遞市場訊息與政策內容至稻農的重要管道。

碾米廠亦是集合多項運銷職能於一身的糧商，舉凡集貨、分級、加工、包裝及貯藏等業務無不包辦。再經由碾米廠流通出去的通路即呈多元化，如流通至批發商、零售商、大消費戶、消費者、零批商、超級市場

等，其中仍以至批發商為最主要，占有近6成。批發商之後主要聯結至零批商、零售商，再至消費者。從事各項運銷業務的糧商，根據台灣糧食統計要覽指出，93年在台灣地區的糧商計有7,354家，較71年最高峰22,120家已減少了67%之多，此雖因市場消費量萎縮所致，但也代表糧商的規模有擴大的跡象。

此外，就消費者的購買來源而言，雖有5成係購自零售商（占產量比率為28.67%），但不能忽略超級市場所扮演的角色，占約27%，此與都市生活型態及小包裝米的推廣有關。不過，因外食人口的增加，小包裝米占市場消費量的銷售比率近年來多維持在43%，較83年最高的57%，已有明顯下降。



濕穀暫存桶

（三）運銷成本與運銷價差

運銷成本乃運銷商執行集貨、分級、加工、包裝、運輸、貯藏等各項運銷職能的成本總和，含運銷商正常利潤及各項稅捐或市場管理費；而運銷價差係指零售價格（消費者所付價格）與產地價格（生產者所得價格）的價差。若各級運銷商均只獲取正常利潤，如完全競爭市場，則運銷價差應等於運銷成本；反之，若有超額利潤，則運銷價差應會大於運銷成本。

合理的運銷價差不一定是零售價格愈接近產地價格愈好，因為隨著消費者的要求提高，運銷價差反而有擴大的可能，合理的運銷價差應以接近運銷成本為宜，則當糧商的營運規模愈接近長期平均成本的最低點時，應愈有可能實現運銷價差的合理性。至於運銷效率的提昇，則有賴在服務量及服務品質不變下，追求運銷成本的降低。

依行政院主計處 86 年調查資料顯示：稻米產地價格每百公斤為 1,674 元，零售價格為 3,521 元，運銷成本為 1,847 元，其中以販運階段運銷成本所占比率 62.04% 為最高，計 1,146 元。依前述附圖對照此階段，即是稻農至販運商及碾米廠之間的運銷通路，此階段執行集貨、分級、加工、包裝及貯藏等運銷職能最為繁雜，故運銷成本亦耗費最鉅，基於反映成本的觀點，對於後續白米零售價格的決定也最為重要。其次，在批發階段及零售階段的運銷成本所占比率分別為 17.29% 及 20.68%，與販運階段相較，則低了許多，此係其運銷職能單純化之故。不過，隨著生活水準的提昇和消費型態的轉變，運銷價差有擴大的現象。

（四）未來運銷之發展

由於台灣稻米的生產成本遠高於國際價格，開放的經濟體系將面對進口的衝擊。由於稻米為國人的基本糧食，聯結市場供給並流通至消費者的運銷體系，並不會因進口或產量減少而偏廢。不過，有關的集貨、運輸、加工、倉儲等運銷職能可能會有所調整，運銷通路可能也會有所改變，則過去傳統的糧商有無可能轉型為貿易商，或經由組織行為來協調進口事宜，乃至於開創地區性品牌以強化市場競爭力等，均是可能的發展方向。

面對國外稻米的進口，國產稻米在生產面雖不具比較利益，但國產稻米仍可透過品種改良、品質差異化、品牌建立，以及運銷效率的改善來提升競爭力。



稻穀冷藏桶