

# 110 年「精饌米獎」實施計畫說明書

110 年 1 月 26 日農糧產字第 1101092070 號函

## 壹、目的

為強化國產稻米生產端與消費端連結，以「品種、品質、品牌」三品及「安心、安全」二安策略，選拔市售通路中高品質包裝食米，激勵業者強化生產管理及品牌行銷，並宣導消費者選購優質包裝食米，以提升國產稻米市場競爭力及消費量。

貳、報名期間：自公告日起至 110 年 3 月 31 日止，郵戳為憑。

## 參、參賽資格

- 一、稻米產銷契作集團產區營運主體、糧食業者，及自產自銷之農民(以下簡稱參賽者)於通路販售之小包裝食米皆可報名參賽，但以國產米為限，倘參賽產品混有進口米者，直接取消資格，不得參賽。
- 二、參賽之包裝食米產品限白米，參賽品種需為附件一所列國內食用粳稻品種，另外包裝標示項目須符合糧食管理法規定，且外包裝需標示正式命名之稻米品種(不得以商品名代替品種標示)，並以標示品種進行檢驗，品種標示之認定原則如下：
  - (一) 標示正式命名之品種名稱者，依該品種進行檢驗。
  - (二) 商品名為益全香米者，應標示品種名為臺農 71 號。
  - (三) 商品名為臺灣(或臺灣地區名稱，如臺南越光米)之越光，應明確標示品種名，如臺農 77 號、臺南 16 號或其他具越光親緣性品種。
  - (四) 倘品種名稱標示為越光，認定為日本越光品系。
- 三、產銷履歷、有機(含轉型期)及優良農產品食米項目驗證之產品需符合農產品生產及驗證管理法與相關管理辦法規定；友善耕作產品需經審認通過友善環境耕作推廣團體所登錄農民產製之包裝食米。
- 四、銷售通路規定：參賽之小包裝食米產品需於 3 處(含)店家以上販售通路(包括實體及非實體通路)販售，方具參賽資格。
  - (一) 實體通路，係指可常態性供貨(每日或每週至少 5 日以上)，提供消費者易於購買之特定銷售場所，其據點數量以門市總數計算；另屬流動性、臨時性營業之市集，不予列計。
  - (二) 非實體通路，係指利用電話、網路或其他方式，供消費者訂購食米之電子商務平臺(如電視台購物、廣播電台購物、YAHOO 購物中心購物或手機 APP 等)，並以單一電商平臺為計算單位，同一電商平臺項下包含多款組合式商品者，僅得列計 1 處；另屬封閉性、無法

公開取得之私人FB、Line帳號等訂購管道，不予列計。

#### 肆、參賽組別

- 一、參賽組別區分為「臺灣好米組」及「臺灣有機米組」二組，每一參賽業者最多得於「臺灣好米組」及「臺灣有機米組」各報名2件產品參賽，惟報名同一組之參賽產品不得為相同品種。
- 二、報名「臺灣好米組」之產品需取得產銷履歷、有機轉型期驗證、優良農產品食米項目驗證(CAS食米驗證)或經審認通過友善環境耕作推廣團體所登錄農民產製之包裝食米，具備上述任一項條件者始得參賽；報名「臺灣有機米組」之產品，須取得有機驗證，且其參賽產品之農藥殘留檢驗不得檢出。

#### 伍、報名方式

##### 一、報名類型：

(一)推薦參賽：由通路業者推薦所屬銷售據點架上販售之小包裝食米參賽(建議以受消費者歡迎之產品為主，至多5項)。請推薦單位填列推薦清冊(如附件二)，並於110年3月20日前函送營業所在地之農糧署當地分署，受薦業者應於3月31日前完成報名作業，後續由該分署依據受推薦名單清冊，確認報名及資格篩選。

1.自行報名：符合參賽資格者，請至台灣優良農產品發展協會設立之報名網址(網址：<http://www.cas.org.tw/SingleEvent>)進行網路報名。網路報名於公告日起至110年3月31日止。

2.填妥報名資料後，請自行下載列印「業者基本資料表」(如附件三)加蓋公司及負責人印章，切結其為參賽包裝食米產品之負責廠商，並連同其他報名應備資料，於報名期間內(報名至110年3月31日止，郵戳為憑)，以限時掛號郵寄至：參賽者營業登記所在地之農糧署當地分署(辦事處)報名(請農糧署四區分署於110年4月9日前彙寄台灣優良農產品發展協會)。各地分區分署管轄區域說明如下：

(1)北區：基隆縣(市)、臺北市、新北市、桃園市、新竹縣(市)、苗栗縣、金門縣、馬祖縣。

(2)中區：臺中市、彰化縣、雲林縣、南投縣。

(3)南區：嘉義縣(市)、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣。

(4)東區：宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣。

##### 陸、報名應備資料：

- 一、填妥報名資料後，下載列印之報名表。

- 二、參賽者證明文件：請上經濟部商業司列印公司登記資料，或提供設立登記文件（具統一編號或許可立案之字號）影本，或其他相關證明文件。
- 三、參賽產品認(驗)證之佐證文件：報名「臺灣好米組」產品，應檢附通過產銷履歷或有機轉型期或CAS 優良農產品證明標章（食米類）之驗證證書或友善環境耕作推廣團體審認通過之證明文件；報名「臺灣有機米組」產品，應檢附有機驗證證書。

## 柒、選拔方式

一、主辦單位：行政院農業委員會農糧署，執行單位：財團法人台灣優良農產品發展協會。

### 二、比賽產品取樣

(一) 取樣時間：以抽籤方式決定採買月份，於110年4月1日至7月31日至各參賽者提供之販售通路購買樣品。

(二) 樣品採買注意事項：

1. 由主辦單位於報名完成後，以錄影方式抽出本年度樣品取買月份，再進行秘密採購，並於第一階段初賽成績公布時公開取樣抽籤影片及本年度取樣月份。
2. 由執行單位依報名表提供之販售通路及產品照片為依據，隨機挑選3處，以秘密購買方式，每處至少購買2份產品(及重量需6公斤以上)，購買人應留存購買發票(收據)，並將購買之包裝食米樣本拍照留存，以利後續審查。
3. 樣品以專用紙箱（包括檢驗樣品專用紙箱暨評審樣品專用紙箱）籤封拍照並依指定時間送達本署指定地點，如送達過程中籤封遭破壞或變造，需重新購買取樣。
4. 倘挑選之通路該產品已售完，則另挑選一處通路購買，不予扣分，第二處通路仍未能購得，或公斤數不符等，則以扣分計算。
5. 廠商提報通路時，應明確列出通路地址，如為連鎖店時，應列出該連鎖店有販售該項產品之分店名稱，如未列出時，由執行單位隨機挑選。

### 三、評審作業

- (一) 參賽樣品外包裝標示需符合糧食管理法及糧食標示辦法之規定，且經農藥殘留檢驗及國產稻米品種檢驗合格(且未混摻進口米)，未符規定者，逕予取消參賽資格。
- (二) 相關檢驗以一次為限，不受理申請複驗。
- (三) 評審作業包括：品牌形象(品種標示、通路普及度)、外觀品質及食

味(粗蛋白、食味值、官能品評)。

1. 品牌形象：由主辦單位及執行單位針對等級標示及通路普及度進行評分。
2. 公開換包裝重新編號：為求比賽公平性，外觀品質、粗蛋白質、食味值暨官能分析需將參賽樣品公開統一更換外包裝，並重新編號後，充分混合後取樣約 2 公斤，再均分為 4 份；1 份進行白米外觀品質規格分析及蛋白質含量、食味值檢測；1 份留作評審委員進行官能品評(如廠商提供烹煮流程，該流程併置入樣品袋內)；2 份為備份樣品。重新編號之信封於成績揭曉前由本署保管，並確保未被破壞及變造，俟官能品評評分結束後，拆封公布編號及其對應之產品。
3. 外觀品質、粗蛋白質及食味值分析：參賽者之產品皆由本署指定之檢驗機構就外觀品質規格、粗蛋白質含量及食味值分析評分，合計為第一階段總得分。
4. 第一階段報名件數為 20 件(含)以上，取前 10 名入選第二階段，低於 20 件，取前 8 名入選第二階段，另主辦單位得視入選件數調整獲獎名額。
5. 官能品評：
  - (1)由本署聘請稻米品質專家、飯店主廚及糧食業者等專業人士進行官能品評評審。
  - (2)考量產品評審流程公平性，請參賽廠商依產品特性提供白米重與加水量之比例，未提供者依本署統一比例(米重:700 克、水重:875 克)進行烹煮，烹煮條件統一為將樣品稱量完畢後，同時浸水洗米，以使浸水時間一致，重複洗米 2 次，最後一次將水儘量瀝乾並加水靜置 50 分鐘後，烹煮 44 分鐘，進行鬆飯，鬆飯後 20 分鐘盛盤品評給分。

#### 6. 評審項目及計分標準

項目		配分	審查內容	備註	
第一階段	品牌形象	等級標示	5	1. 外包裝標示 1 等米之參賽樣品 5 分，2 等米 3 分，3 等米 1 分、等外者 0 分。 2. 無標示或倘標示與外觀品質分析結果不符者，取消參賽者資格。	參賽產品包裝標示。

項目		配分	審查內容	備註
	通路普及度	7	<p>針對參賽產品於市售通路普及度給分。</p> <p>一、實體通路：</p> <p>(一)臺灣好米組：</p> <p>1. 1~5 家通路販售：1 分。</p> <p>2. 6~10 家通路販售：2 分。</p> <p>3. 11~15 家通路販售：3 分。</p> <p>4. 16~20 家通路販售：4 分。</p> <p>5. 21 家以上通路販售：5 分。</p> <p>(二)臺灣有機米組：</p> <p>1. 1~4 家通路販售：1 分。</p> <p>2. 5~8 家通路販售：2 分。</p> <p>3. 9~12 家通路販售：3 分。</p> <p>4. 13~16 家通路販售：4 分。</p> <p>5. 17 家以上通路販售：5 分。</p> <p>二、非實體通路：以每家平台（如網路、手機 APP 等）業者 0.5 分累加，滿分 3 分。</p> <p>三、滿分 7 分，累積超過 7 分者，以滿分 7 分計。</p> <p>四、執行單位針對業者提供之販售通路隨機抽查 3 處之不合格扣分方式：</p> <p>1. 實體通路 1 處不合格酌扣 2 分，2 處扣 4 分，3 處皆不合格則扣 5 分。</p> <p>2. 非實體通路 1 處扣 1 分。</p> <p>3. 扣分以 7 分為上限，不繼續累扣，即扣分至本項 0 分為限，不計負分。</p>	<p>1. 執行單位針對業者提供之販售通路，隨機挑選 3 處訪察。</p> <p>2. 執行單位隨機抽查原則：2 處實體通路，1 處非實體通路，共 3 處（若無非實體通路者，3 處皆訪查其實體通路）。</p>
外觀品質	白米（外觀品質分析）	30	熱損害粒、被害粒、異型粒、碎粒、白粉質粒、米粒飽滿度、粒型均勻度及光澤。	得分=30-各(單項百分率/CNS 一等最高限)總和。

項目		配分	審查內容	備註	
	食味	粗蛋白 (化學分析)	5	白米粗蛋白含量。	得分=10-(粗蛋白含有率 x100)。
		食味值	8	依食味計測得之食味值進行評比。	得分=食味計測出之食味數值 x 10%。
第二階段	食味	官能品評 (評審評分)	45	白米之外觀、氣味、口感、黏彈性、硬性、總評。	1. 委員針對所有參賽產品採用序位排列，並將所有委員序位轉換的分數加總平均，做為官能品評分數。 2. 序位級距及分數由評審委員於評審會議中討論。

四、成績統計：完成所有評審工作後立即統計總成績，於現場公開宣布各參賽者得分並拆封參賽產品編號，依成績排序公布「臺灣好米組」及「臺灣有機米組」總分最高之冠、亞、季軍各乙名，為 110 年「精饌米獎臺灣好米組冠(亞、季)軍」及 110 年「精饌米獎臺灣有機米組冠(亞、季)軍」。

五、頒獎：由本署擇期公開辦理頒獎典禮。

六、選拔流程：參見 110 年「精饌米獎」流程圖(附件四)。

#### 捌、獎勵措施：

一、獎勵方式：頒發「臺灣好米組」及「臺灣有機米組」冠、亞、季軍獎狀及獎盃各乙份，入圍第二階段者頒予「精饌米入圍獎」獎狀乙張。

二、製作精饌米獎貼紙或提供貼紙圖像檔案(AI 檔)予得獎廠商張貼或印刷於產品外包裝，俾利消費者辨識選購。

三、行銷廣告措施：為協助行銷得獎產品，另由本署規劃媒體行銷宣傳，強化得獎產品故事行銷，提高媒體曝光度及消費者關注。

四、安排促銷攤位：本署於得獎當年度內舉辦農業精品展銷會中，為得獎單位保留攤位，以促銷得獎產品。

五、得獎證書性質屬事實證明文件，得獎產品若欲於包袋上標示為 110 年精饌米獎得獎產品，係引述事實，並不涉及授權事項，惟應誠實標示內容及得獎年度。

## 附件一、110 年「精饌米獎」參賽水稻品種表

項次	水稻品種(粳稻)
1	桃園 3 號
2	臺農 71 號
3	臺農 77 號
4	臺農 81 號
5	臺農 82 號
6	臺粳 2 號
7	臺粳 4 號
8	臺粳 8 號
9	臺粳 9 號
10	臺粳 14 號
12	臺粳 16 號
13	臺中 192 號
14	臺中 194 號
15	臺南 11 號
16	臺南 16 號
17	高雄 139 號
18	高雄 145 號
19	高雄 147 號
20	臺東 30 號
21	臺東 33 號
22	臺東 35 號
23	花蓮 21 號
24	越光

## 附件二、「110年精饌米獎」推薦名單清冊

推薦單位名稱	(如大潤發、愛買、家樂福)		
受薦產品一		業者名稱	
		公斤數	
受薦產品二		業者名稱	
		公斤數	
受薦產品者三		業者名稱	
		公斤數	
受薦產品四		業者名稱	
		公斤數	
受薦產品五		業者名稱	
		公斤數	
備註：建議以受消費者歡迎之產品為主，至多5項。			



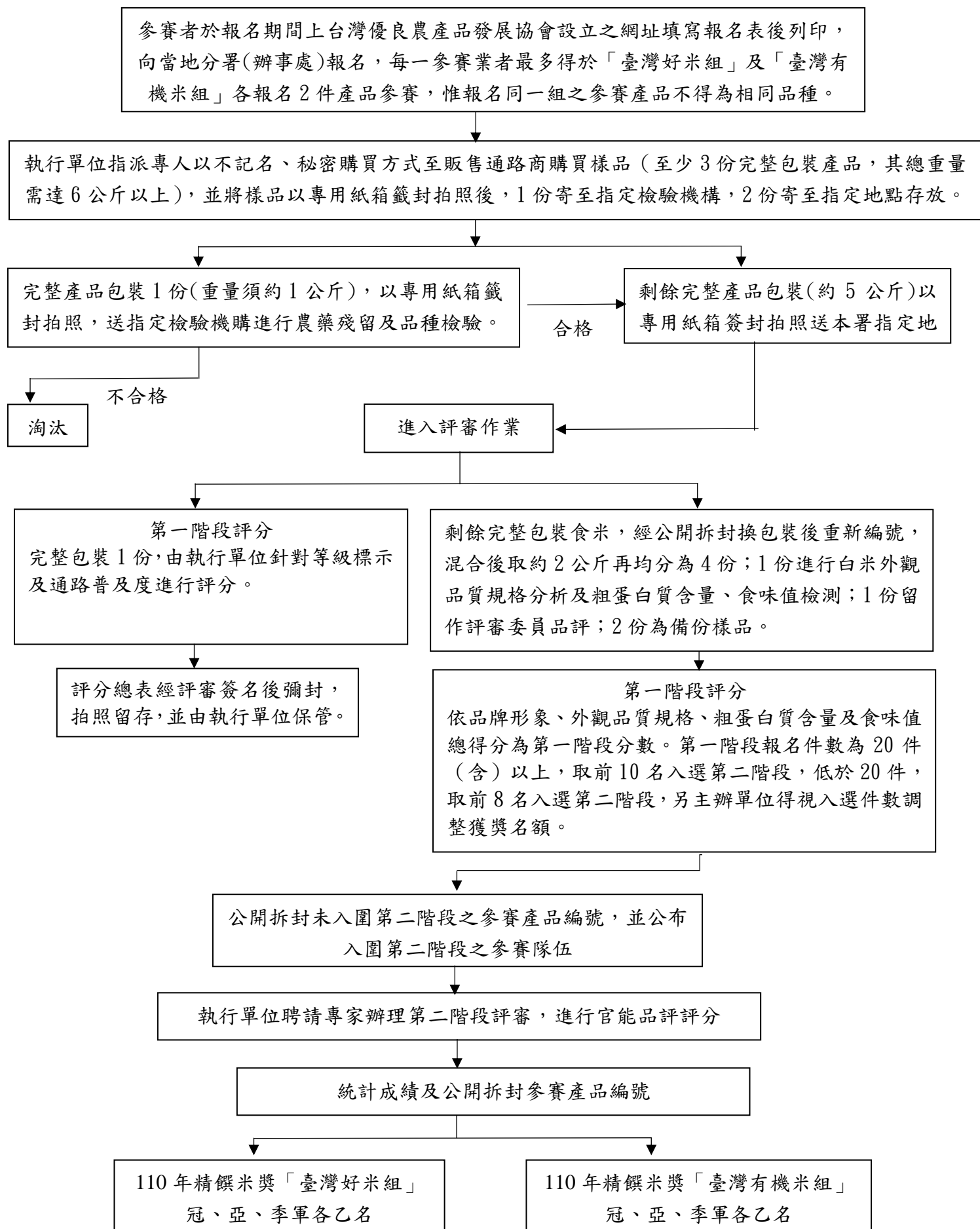
附件三、110 年「精饌米獎」參賽業者資料表

業者資料	參賽產品名稱		公斤數	
	參賽組別	<input type="checkbox"/> 臺灣好米組： <input type="checkbox"/> 產銷履歷、 <input type="checkbox"/> 有機轉型期驗證、 <input type="checkbox"/> 優良農產品食米項目驗證，或 <input type="checkbox"/> 友善環境耕作 <input type="checkbox"/> 臺灣有機米組		
	類別	<input type="checkbox"/> 農民 <input type="checkbox"/> 糧食業者：登記證號_____。 <input type="checkbox"/> 稻米產銷契作集團產區營運主體		
	業者名稱			
	業者負責人			
	聯絡人/職稱		聯絡人 電話	
	銷售量	約 _____ 噸/年		
	通訊地址			
	實體販售通路	共_____處，銷售據點明細（需含地址）：		
	非實體販售通路	共_____處，銷售據點明細（需含地址）：		
	所屬當地分署 (辦事處)			
	產品介紹			
	品種標示			
	廠商建議 (米與水之比例)	米重:水量= ____ : ____		

- 一、報名廠商(負責廠商)填列以上資料屬實且為本署輔導之稻米產銷契作集團產區營運主體、農民或糧食業者，以示負責，若經查違反規定屬實，而因此喪失參賽資格、或得獎被追回獎座(牌)，無任何異議。
- 二、本業者已瞭解上述說明事項，同意行政院農業委員會農糧署依所列之資料類別，且依個人資料保護法蒐集、處理及利用個人資料。
- 三、報名「臺灣好米組」產品需檢附產銷履歷、有機轉型期、CAS 食米驗證或友善環境耕作推廣團體審認通過之證明文件；報名「臺灣有機米組」產品須檢附有機驗證證書。
- 四、參賽產品照片：（於網路報名時上傳照片）

業者：(簽名或蓋章)

## 附件四、110 年精饌米獎流程圖



附表、110 年「精饌米獎」實施計畫書條文修正對照表

修正條文 (110 年實施計畫書)	現行條文 (109 年實施計畫書)	說明
<p>貳、報名期間：自公告日起至 110 年 3 月 31 日止，郵戳為憑。</p> <p>參、二、參賽之包裝食米產品限白米，參賽品種需為附件一所列國內食用稈稻品種，另外包裝標示項目須符合糧食管理法規定，且<u>外包裝需標示正式命名之稻米品種(不得以商品名代替品種標示)</u>，並以標示品種進行檢驗，品種標示之認定原則如下：</p> <p>(一) 標示正式命名之品種名稱者，依該品種進行檢驗。</p> <p>(二) <u>商品名為益全香米者，應標示品種名為臺農 71 號。</u></p> <p>(三) <u>商品名為臺灣(或臺灣地區名稱，如臺南越光米)之越光，應明確標示品種名，如臺農 77 號、臺南 16 號或其他具越光親緣性品種。</u></p> <p>(四) <u>倘品種名稱標示為越光，認定為日本越光品系。</u></p> <p>參、四、<u>銷售通路規定</u>：參賽之小包裝食米產品需於 3 處(含)店家以上販售通路(包括實體及非實體通路)販售，方具參賽資格。</p> <p>(一) <u>實體通路，係指可常</u></p>	<p>伍、報名期限：自 109 年 3 月 1 日起至 109 年 3 月 31 日止。</p> <p>貳、二、參賽之包裝食米產品限白米，參賽品種需為附件一所列國內食用稈稻品種，另外包裝標示項目須符合糧食管理法規定，且需標示稻米品種，並以標示品種進行檢驗，品種標示之認定原則如下：</p> <p>(一) 標示正式命名之品種名稱者，依該品種進行檢驗。</p> <p>(二) 標示益全香米者以臺農 71 號進行品種檢驗。</p> <p>(三) 標示臺灣(或臺灣地區名稱)之越光，因恐有臺農 77 號、臺南 16 號或其他具越光親緣性品種之疑慮，需另標示正式命名之品種名稱始得參賽。</p> <p>(四) 上述以外之越光，認定為日本越光品系。</p> <p>(五) 未標示品種或未符前等認定原則者，不得參賽。</p> <p>貳、四、參賽之小包裝食米產品需於 3 處(含)店家以上販售通路(包括實體及非實體通路)販售，方具參賽資格；實體通路店家數以門市總數計算，非實體通路指</p>	<p>條次變更；按年度計畫實施期程，調整報名時間為公告日起至 110 年 3 月 31 日止。</p> <p>條次變更；修訂品種標示認定原則，並明定參賽產品外包袋須標示正式命名之稻米品種規定。</p> <p>條次變更；明確定義實體及非實體通路之範圍。</p>

修正條文 (110年實施計畫書)	現行條文 (109年實施計畫書)	說明
<p><u>態性供貨(每日或每週至少5日以上),提供消費者易於購買之特定銷售場所,其據點數量以門市總數計算;另屬流動性、臨時性營業之市集,不予列計。</u></p> <p>(二) <u>非實體通路,係指利用電話、網路或其他方式,供消費者訂購食米之電子商務平臺(如電視台購物、廣播電台購物、YAHOO購物中心購物或手機APP等),並以單一電商平臺為計算單位,同一電商平臺項下包含多款組合式商品者,僅得列計1處;另屬封閉性、無法公開取得之私人FB、Line帳號等訂購管道,不予列計。</u></p> <p><u>伍、一、(一)推薦參賽:由通路業者推薦所屬銷售據點架上販售之小包裝食米參賽(建議以受消費者歡迎之產品為主,至多5項)。請推薦單位填列推薦清冊(如附件二),並於110年3月20日前函送營業所在地之農糧署當地分署,受薦業者應於3月31日前完成報名作業,後續由該分署依據受推薦名單清冊,確認報名及資格篩選。</u></p>	<p>供消費者利用電話、網路或其他方式訂購食米之商店(如電視台購物、廣播電台購物、YAHOO購物中心購物或手機APP等)計算。</p>	<p>本款新增;為使參賽產品與消費市場接軌,並引導市占率高之包裝食米業者提升品質,報名方式新增通路業者推薦參賽機制。</p>

修正條文 (110年實施計畫書)	現行條文 (109年實施計畫書)	說明
<p>伍、一、(二)<u>自行報名2</u>：填妥報名資料後，<u>請自行下載列印「業者基本資料表」</u>…。<u>各地分區分署管轄區域說明如下</u>：</p> <p>(1) <u>北區：基隆縣(市)、臺北市、新北市、桃園市、新竹縣(市)、苗栗縣、金門縣、馬祖縣。</u></p> <p>(2) <u>中區：臺中市、彰化縣、雲林縣、南投縣。</u></p> <p>(3) <u>南區：嘉義縣(市)、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣。</u></p> <p>(4) <u>東區：宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣。</u></p> <p>陸、報名應備資料：</p> <p>一、<u>填妥報名資料後，下載列印之報名表。</u></p> <p>二、<u>參賽者證明文件：請上經濟部商業司列印公司登記資料，或提供設立登記文件(具統一編號或許可立案之字號)影本，或其他相關證明文件。</u></p> <p>三、<u>參賽產品認(驗)證之佐證文件：報名「臺灣好米組」產品，應檢附通過產銷履歷或有機轉型期或CAS優良農產品證明標章(食米類)之驗證證書或友善環境耕作推廣團體審認通過之證明文件；報名「臺灣有機米組」產品，應檢附有機驗證證書。</u></p>	<p>肆、報名方式：參賽者請至台灣優良農產品發展協會設立之報名網址(網址：<a href="http://www.cas.org.tw/Form/PerfectRiceApply.aspx">http://www.cas.org.tw/Form/PerfectRiceApply.aspx</a>)，填具「業者基本資料表」(如附件一)，並切結其為參賽包裝食米產品之負責廠商，資料填妥後列印，並加蓋公司及負責人印章，由參賽者向所在地分署(辦事處)報名(請分署5個工作天內寄送台灣優良農產品發展協會)。</p>	<p>條次變更；修訂自行報名注意事項，並明列廠商報名區域別。</p> <p>新增報名應備資料規定，俾使廠商參賽報名時有所依循。</p>

修正條文 (110年實施計畫書)	現行條文 (109年實施計畫書)	說明
柒、一、(二)4. 倘挑選之通路該產品已售完，則另挑選一處通路購買，不予扣分， <u>第二處通路仍未能購得，或公斤數不符等</u> ，則以扣分計算。	陸、一、(二)4. 倘挑選之通路該產品已售完，則另挑選一處通路購買，不予扣分，其餘狀況如未販售或公斤數不符等，則以扣分計算。	條次變更；「其餘狀況如未販售或公斤數不符等」語意較不明確，修訂為「第二處通路仍未能購得，或公斤數不符等」之文字。