【響應2014年家庭農業年—台灣農業的發展策略】

消費者支持與糧食主權

●鍾怡婷／國立成功大學人文社會科學中心「人文創新與社會實踐計畫」博士後研究員

家庭農業式的食物生產，傾向小規模、多樣化及環境永續，然而，若消費者仍舊維持以「低價」及「便利」作為食物選擇的考量，那麼以家庭農業方式所生產的食物將可能在無消費者支持的情況下舉步維艱。新形式的家庭農業，應超越傳統的經濟生產，同時也需要消費者改變其飲食習慣來給予支持，建立生產與消費之間的直接、縮短的連結關係。

「改變飲食習慣」說來容易，實踐起來卻似乎困難重重。消費者在食物選擇這個每天都會面對的問題上，究竟有沒有選擇的自由？如果沒有，那又該如何突破控制、重新找回選擇食物的自主權呢？

單調的食物景觀

現代化的「超級市場」於1980年代出現在台灣人的日常飲食生活中，雖然在很長的一段時間裡，主婦們仍舊習慣在傳統市場購買家庭三餐的食材，但隨著女性投入就業比例升高、準備三餐的時間被壓縮，超級市場日漸吸引購買食材或即食品的消費者。如今，都市消費者已相當習慣在假日到量販型的超級市場採購食物，迷失在看似豐富實際上卻單調的食物風景之中。

超級市場在台灣的出現，背後是一系列西方飲食型態的引入，或嚴格地說，台灣消費者逐漸朝向並接受了「美國式」的飲食結構。傳統上，我們的飲食結構是以米飯作為核心，再搭配其他下飯的配菜或配料，這樣的飲食結構在1980年代出現明顯的改變，以白米的消費量來看，1983年每人每年消費約89.33公斤的白米，到了2012年我們每年只消費45.64公斤的白米（行政院農業委員會農糧署2013），換算成米飯[1]，我們原先每天要消費將近四碗的米飯，三十年後，我們每人每天大約只裝進了一碗半的白米飯而已。我們的餐桌上，或我們的胃，擺進了其他各式各樣的食物，包括麵粉類食品、肉類、蛋，當然還有蔬菜與水果。從熱量供應的來源可看出，我們的飲食結構中穀物所佔的比例逐漸減少，肉類等蛋白質增多，而且我們吃進驚人的油脂，使得我們攝取的熱量／卡路里快

速增加，比起1980年代，當前我們平均攝取的熱量多出了近兩百大卡（參見附錄一）。

美國式的飲食內容，最典型便是一顆漢堡，配上炸薯條與可樂，漢堡的組成是兩片麵包中間夾一份肉排、少許葉菜、一片番茄再加上大量醬料，如美乃滋（mayonnaise）。消費者吃上一頓這樣的組合套餐，攝取了高脂肪與高糖分，而追溯這一餐所使用到的原料農產物，會發現我們吃進的食物竟大部分來自黃豆與玉米：炸薯條與煎肉排所需的食用油來自黃豆、飼養牲畜的飼料是黃豆製品，而可樂中的甜味現在則來自玉米所提煉出來的高果糖玉米糖漿。

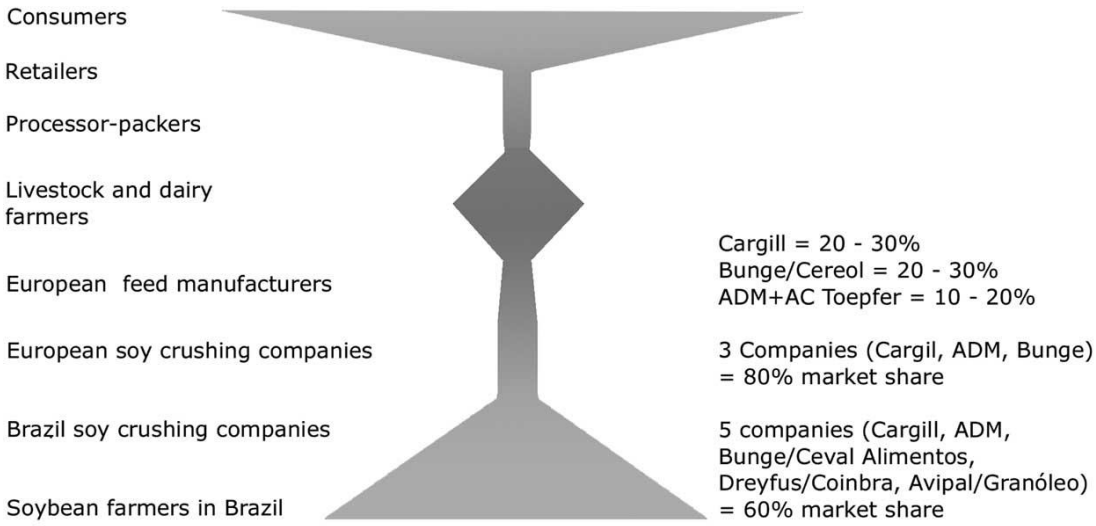
走在超級市場販售零食、餅乾與非酒精飲料區的通道上，若仔細端詳貨架上每一個食品的成份，肯定無法完全理解成份表中所列出的十多項原料與添加劑究竟代表著什麼意思。以貨架上的巧克力為例，不難發現各品牌的成份表中皆有「卵磷脂」，卵磷脂作為一種讓脂肪與水可完美黏合的添加物（乳化劑），讓巧克力產品可以發展出多種口味，尤其是牛奶巧克力，卵磷脂這個神奇的成份也是自黃豆中所提煉，而且它的用途不僅於製作巧克力，大部分的餅乾、零食都含有此一成份。在這些看似豐富多樣的食品中，剝除其華麗的外衣之後所看到的是黃豆、玉米及小麥所組成的飲食內容，而這單調的食物景觀，是來自單一的農業生產。

於是，現代消費者看似擁有多樣的食物可選擇，事實上卻沒有太多選擇自由，我們的飲食早已被置於全球化財團的控制之下。

消費者選擇食物的自由在哪裡？

大部分消費者可能會相信自己在飲食消費這件相當個人化的行為上是具有自由選擇權的，然而在我們仔細檢視加工食品背後的成份表所代表的意涵之後，可能會意識到，我們的飲食生活似乎被黃豆和玉米的生產者給綁架了。當我們沿著黃豆與玉米的供應鏈往上游追溯，會看見一個有如沙漏狀的食物供應體系。

Raj Patel在「糧食戰爭」一書中，追溯了黃豆的生產與供應過程，指出從生產到消費之間所存在的「瓶頸」，此即少數幾間大公司所掌控的加工與流通管道。當消費者與生產者之間的距離越來越遙遠，便愈需要甚至依賴中介的批發業者、運輸業者、零售業者。尤其是那些需經加工才能食用的食物類別，消費者與生產者在此所受到的控制程度更高。



（資料來源：Soybean feed “Bottleneck” from Brazil to Europe. Source: Vorley, 2003）

圖一、黃豆供應鏈（從巴西生產到歐洲消費）

在這個沙漏狀的糧食供應體系中，消費者與生產者是數量最為龐大的，因此我們的飲食消費在量與質的層面上都有受箝制的潛在風險。有時我們自以為有所選擇，但大多時候只是在不同品牌之間做取捨，不同品牌之間的食品製造成份可能相差無幾，而且也都可能來自那少數幾家大公司。

此外，為了讓消費者吃下更多單一農產所製造出來的加工食品，廣告與行銷手法被大量地運用以改變我們對食物的想法，進而重塑了消費口味、飲食習慣。正如諸多國內外研究已指出的，美國將過剩小麥輸出，同時也輸出麵包這種食物的意義，自文化層次到物質層次改變了人們的飲食習慣，例如，以西方營養科學知識來宣稱吃麵包比吃米飯更加營養；美式飲食象徵著「自由」等（Patel 2009, 劉志偉 2011）。

揭開這個自由選擇的面紗，消費者能夠認識到那些我們認定是自己選擇的口味，實際上是被決定的，而我們能否買到健康與安全的食物，也很大程度地受制於那些隱身在後的力量。那麼，接下來我們才能夠在探問消費者還有什麼選擇之後，奪回主控權？

找回糧食主權

世界各地的農業生產者已集結起來抵抗那些控制著他們的力量，要擺脫糧食體系中少數財團的掌控，消費者必須與生產者連結並團結起來才得以實現，因此，消費者在此刻與未來就不再僅是單純的消費者，除了加入共同購買、參與社區支持型農業之外，我們應扮演更積極的角色：

一、做一個具有識別能力的消費者

由於從產地到餐桌的過程受到控制，當代消費者必須培養識別能力，認識與追溯食物背後的生產過程，飲食消費同時是一種享樂過程，也是一種對環境永續負責任的道德消費。

挪威長期以來對其國內農業實施保護政策，但在WTO的規範下，農產食品的市場逐漸被打開，而被迫進口外國產品。但由於消費者對進口農產不具信心與信任，於是挪威政府以標識國產食品的策略來回應消費者對安全的需求，消費者因此認定那些自己熟悉的與在鄰近地區生產的產品比那些在國外生產的還要安全。消費者的信心決定了哪些產品會被購買，從而對抗了從外國進口的便宜農產。Nygard and Storstad（1998）認為，消費者並非純粹的經濟行動者，所謂的消費者利益，除了價格、品質與個人健康之外，應該還有環境與道德面向。也就是說，人們作為公民（citizen）會關注社會與集體利益，並且會藉由消費行動來保衛這些利益與價值。

二、消費者可以是法令制度的共同治理者

歐洲國家的消費者因食物恐慌而對政府與財團失去了信心與信任，此一不信任促使農產食物系統在生產方式、品質管理和政府決策等層面上有重大改變。1986年狂牛症在英國爆發，引發了消費者對食物安全的強烈關注，尤其是要求農食生產來源的資訊透明，因而歐洲國家對農產品與食物生產的管制政策開始著重在產品生產過程的監控。de Krom（2009）觀察西班牙發生禽流感所致的食物恐慌，發現歐洲的食物安全管制出現了轉變，此一轉變是從過去完全以科學為基礎的管制，轉而納入決策者、食物供應鏈中的行動者及消費者的意見。在這個轉變過程中，消費者理性扮演關鍵角色，當消費者出現了關注食物品質與健康的理性，甚至形成對整體人類與環境關懷的理性時，他們會成為「共同的治理者（co-governance），而不再只是被專家治理的行動者（de Krom, 2009: 16）」。

三、主張符合社會正義的糧食主權

「糧食主權（Food Sovereignty）」一詞來自世界各地小農所組織起來的農民運動團體── 農民之路（La Via Campesina）。糧食主權是追求永續生產之世界各地小農的理想，主張人民有權民主地決定自己的農業生產與糧食體系，而且是在一個永續發展的前提下，決定食物要如何及由誰來生產。

消費者也必須奪回糧食體系的控制權，主張糧食主權，意謂著重新建立一種符合在地性與多樣性的飲食內容與習慣。透過以下具體行動，消費者將與生產者共同實現糧食主權的理想：吃當季與當地的食物（地產地消）、認真對待與品味食物、與符合生態永續和社會正義之生產者成為農友。

飲食消費實際上是慣性很強的行為，一旦被定著在固定軌道上，便很難由此脫離轉向建立不同的慣性，然而，改變世界仍須從每一個個人的改變開始。藉由上述對糧食體系的理解，並重新定位消費者的角色、發揮支持的力量，我們將有機會使烏托邦成為真實可能。

二十一世紀的家庭農業在消費者與生產者之間的關係上所強調的不是買者與賣者之間的銷售活動，而是要建立鑲嵌在社會中的人際互動，超越簡單的貨幣交換關係。

【註釋】

1. 一公斤白米約可煮成十四碗白米飯。

【參考文獻】

De Krom, Michael P.M.M., 2009/01. "Understanding Consumer Rationalities: Consumer Involvement in European Food Safety Governance of Avian Influenza," *Sociologia Ruralis*, Vol.49, Issue 1, pp. 49 (1), 1-19.

Nygard, B. and Storstad, O. 1998. "De-globalization of Food Markets? Consumer Perceptions of Safe Food : The Case of Norway," *Sociologia Ruralis*, Vol.38, Issue 1, pp. 35-53.

Patel, Raj. 著，葉家興、謝伯讓、謝佩妏等譯，2009。《糧食戰爭》。台北，高寶。

Vorley, Bill, 2003. *Food, Inc. Corporate Concentration from Farmer to Consumer*. London: UK Food Group.

行政院農業委員會農糧署，2013。《臺灣糧食統計要覽中華民國101年》。台北：行政院農業委員會農糧署。

劉志偉，2011。〈國際農糧體制與國民飲食：戰後臺灣麵食的政治經濟學〉，《中國飲食文化》，第7卷第1期，頁1-59。◆

【附錄一】

每人每年熱量供給量　　單位：大卡；%

類別 / 年別		總計	穀類			薯類	糖及蜂蜜	子仁及油籽類	蔬菜類	果品類	肉類	蛋類	水產類	乳品類	油脂類
				白米	麵粉										
民國 72 年		…	43.8	…	…	…	…	…	…	…	33.4	…	…	…	…
73 年		2,534.4	1,073.1	809.3	228.7	64.0	258.8	177.1	77.8	106.0	254.6	38.9	68.0	48.3	367.9
74 年		2,553.4	1,045.1	771.0	246.0	74.9	257.5	195.1	74.8	107.5	270.5	38.9	67.5	51.9	369.7
75 年		2,664.9	1,047.4	735.2	271.0	73.3	275.6	232.3	67.9	102.6	273.8	38.0	68.5	57.7	427.7
76 年		2,742.1	1,037.4	704.9	286.3	75.2	275.4	242.4	76.1	121.8	284.5	39.9	80.2	57.2	451.9
77 年		2,754.9	1,026.9	672.2	309.7	80.3	279.0	233.8	71.7	131.6	285.2	37.8	80.3	61.9	466.4
78 年		2,806.9	990.8	655.9	292.7	91.2	278.4	225.3	69.9	132.2	296.7	41.2	85.1	66.1	529.8
79 年		2,836.8	957.5	633.3	282.3	104.7	274.9	246.0	67.8	130.8	304.3	42.7	95.7	69.6	542.7
80 年		2,855.8	929.2	600.4	280.7	113.4	266.1	256.7	68.0	135.3	312.4	46.7	75.0	80.6	572.2
81 年		2,872.3	934.2	596.3	284.9	117.5	262.9	251.6	72.4	123.9	324.2	47.8	86.8	83.5	567.4
82 年		2,929.2	922.9	583.0	285.1	110.6	256.4	250.9	72.8	141.2	339.9	49.9	93.5	89.5	601.7
83 年		2,976.7	949.6	575.3	311.1	108.2	254.4	262.1	67.7	134.2	349.1	52.2	78.5	95.4	625.3
84 年		2,968.9	935.0	567.6	314.2	92.4	248.2	271.5	75.4	135.2	351.2	56.9	77.3	97.9	627.9
85 年		2,968.7	901.0	562.3	290.6	107.8	251.8	271.4	80.0	132.8	362.1	61.3	77.4	96.0	627.0
86 年		3,042.1	899.2	559.7	298.6	127.2	247.6	275.0	79.8	147.5	372.1	67.7	82.8	97.9	645.1
87 年		2,886.8	897.6	543.6	314.6	118.0	248.5	220.1	74.9	129.6	379.7	67.4	73.1	94.2	583.6
88 年		2,964.7	879.1	525.8	312.3	124.3	254.2	224.8	86.1	143.1	373.8	67.5	79.9	93.2	638.8
89 年		2,936.8	862.9	503.3	320.6	127.9	289.2	230.9	83.3	130.4	377.9	66.6	72.8	92.3	602.6
90 年		2,792.5	841.0	479.8	327.3	114.8	260.2	212.4	81.2	129.4	368.1	66.8	67.8	89.8	561.0
91 年		2,866.4	844.6	478.6	336.2	99.8	247.6	243.8	87.4	140.6	371.2	64.3	70.2	92.9	603.8
92 年		2,908.3	857.8	469.9	364.2	106.3	271.8	243.2	80.4	139.2	369.7	63.6	83.4	87.3	605.6
93 年		2,830.1	866.8	464.0	379.2	115.2	248.7	221.5	81.1	134.1	373.6	62.2	65.5	84.5	576.8
94 年		2,891.2	873.7	465.5	382.0	107.3	266.1	237.9	76.8	120.6	370.2	58.7	67.0	80.1	632.8
95 年		2,759.4	801.1	460.3	315.4	118.9	247.1	240.8	78.7	133.8	379.9	59.6	53.3	82.2	563.8
96 年		2,781.6	830.6	454.5	350.3	111.7	244.7	237.6	75.2	128.0	358.5	60.1	68.3	79.6	587.3
97 年		2,579.8	774.2	458.6	290.0	107.8	247.0	204.0	73.8	123.7	348.1	57.8	68.4	65.5	509.5
98 年		2,680.1	825.0	450.6	349.4	110.0	257.3	216.6	73.6	116.7	356.6	57.1	58.2	73.9	535.3
99 年		2,694.2	807.3	442.3	337.3	106.4	244.1	220.2	73.9	126.8	367.2	59.8	68.3	73.0	547.2
100 年		2,674.8	806.9	430.6	351.0	103.5	244.8	219.4	75.3	131.5	373.3	58.8	75.7	75.8	509.7
101 年		2,729.5	810.1	436.0	351.5	118.7	260.7	224.1	70.9	124.4	362.4	59.2	74.7	72.0	552.1
101 與 81 比較	實數	-142.8	-124.1	-160.4	66.5	1.2	-2.1	-27.5	-1.5	0.5	38.2	11.3	-12.1	-11.5	-15.2
	百分比	-4.97	-13.28	-26.89	23.35	1.06	-0.81	-10.93	-2.14	0.42	11.79	23.63	-13.93	-13.76	-2.68
101 與 72 比較	實數		766.4								329.0				
	百分比		1,750.90								985.40				