

## 加入關貿總協農業總體因應對策(草案)(續上期)

84/06/25 花蓮區農情資訊 39

(4)畜牧業方面—畜牧生產將朝向大規模、企業化經營方式發展，透過組織整合及自動化，以發揮團隊自我調節產銷功能，有效降低產銷成本；並將加強進口檢疫和檢驗工作，推動牧場專任或特約獸醫師制度，建立疫情預警系統，改進畜禽排泄物處理效率，推動牧場減廢，同時，嚴格執行衛生安全品質控制，建立品牌及標章制度，以發揮國產畜產品新鮮特性，形成與進口產品之區隔。 毛豬—將輔導中小規模不具生產效率之養豬戶離牧，逐漸提高平均養豬規模，並加強放流水污染管制，降低養豬之社會成本。 家禽—將增加土雞產量，逐漸減少白肉雞之生產，鴨、鵝則維持目前之產量。 酪農—乳牛方面，小規模酪農戶將鼓勵離牧或擴大牛經營規模，以規劃總產乳量之增加速度，提高經營效率。

### (四) 調整農產運銷策略

台灣農業生產以小農為主體，個別農戶生產數量少，難以達到運銷的經濟規模，如果能改進產品之集中、均衡及分散之流程，將有助於降低運銷成本。又根據國產農產品的特性，研訂適當行銷策略，當可有效提高國產品之市場價值，形成與進口產品之區隔。其策略如下：

1. 推動批發市場經營主體民營化：修正農產品市場交易法，放寬農產品批發市場經營主體之資格，研究由民營公司承租經營之可行性，以提昇市場經營效率。
2. 建立現代化拍賣制度及運銷體系：在主要果菜產地及消費地興（擴）建中大型果菜批發市場，導入電腦拍賣制度，使價格合理形成；設置花卉現代化產地集貨場，建立產地預冷、冷藏運輸及批發市場低溫拍賣之作業流程；加強肉品市場營運管理，獎勵民間投資建立毛豬屠宰、肉品分切、運輸、零售冷藏體系，逐步達成南肉北運，促進肉品運銷現代化；建立漁市場電腦拍賣制度，協助漁民團體設立魚貨配送中心，改善低溫保鮮技術，充實冷藏設施。
3. 建立農漁會直銷網路：強化農漁會區域性整合配送功能，以縣為單位，設置農漁會農產品包裝配送中心，以統一進貨、集中處理、配送及聯合促銷作業方式，並配合企業識別體系之建立，促使農漁會超市聯合經營。
4. 建立國產品之行銷策略：強化國產品之產品特產—新鮮、甜美、生猛活跳。突顯國產品之品種特性—蓬萊米(Q)，柑桔（易剝皮），土雞（甜、嚼感），巨峰葡萄（果粉）。建立國產品品牌形象（如 CAS 形象標誌），增加國人對國產品之品牌忠誠度。強化行銷管道，建立國產品之專有通道。加強重要農產品產銷資訊調查、統計分析及報導，發揮調節功能，穩定供需。研訂進口與國產農產品之檢疫（驗）標準與法規，提高檢疫（驗）標準，並防止開發中國家產品傾銷。
5. 加強農產品消費保護法規：依據消費者保護法，政府對於商品之品質、衛生有督促維護之責任。農產品一般具有易腐之特性，品質良好與否影響人類健康甚鉅，宜對其消費加以保護。在我國面臨進一步開放農產品進口之際，許多國外農產品將以「冷凍」及「濃縮」等

方式進口，再經「解凍」及「稀釋」後銷售，此類產品與新鮮產品之性質不同，宜有明確標示，以保障消費者權益。（待續）