

台灣畜產種原知識庫 -

台灣雞蛋產業生產效能導向發展策略

類別：豬

_MD_POSTEDON由 Anonymous 發佈於 2005/5/23

台灣雞蛋產業生產效能導向發展策略

中央畜產會家禽組 2005/04/10

一、前言

我國雞蛋產業的發展，始於50年代，中國農村復興委員會推廣農村養雞及副業式的蛋雞生產。至60年代，逐漸朝集中生產及專業分工（蛋種雞場、孵化場、中雞場及蛋雞場）之趨勢發展。其中，彰化地區之蛋雞業者得當地花卉及高集約式作物（如葡萄）推廣成左漲a利之便，透過銷售有機肥料（醱酵雞糞）提高所得等有利因素，持續擴展成為飼養量佔全國雞蛋產業47%之產業聚落。及至80年代末期及90年代中期，受經濟多元、蓬勃發展，非農業就業機會增加，人工及土地成本持續高漲等因素，使得蛋雞飼養業的發展，逐漸朝向兩個方向；即工商業城市週邊，高人工及土地成本地區（例如：台中市及高雄縣、市）朝集約專業化生產方向發展，而遠離都會之鄉、鎮區域，以小型（飼養規模約二萬隻）之多元經營模式發展。前者為採用擴大經營規模，應用立體籠式自動化設備、配合高架式或密閉式雞舍，期藉由資本投資，提高生產效能及規模經濟以降低生產成本的專業飼養戶。後者則為利用農家自有勞動力，採用傳統開放式雞舍，經營項目包括農、園藝作物及蛋雞等之飼養戶。

前述發展歷程中，蛋雞飼養業者藉由引進優良蛋雞品系、先進飼料配方、疾病控制技術及生產設備等手段擴大規模，提高產量。此期間，雞蛋產量快速成長，但受國內市場規模之限制，消費量一遇到氣候、節慶及各級學校假期的影響，即出現週期性之產銷失衡。一旦發生產銷失衡，囿於產地雞蛋運銷為包銷制度，即便雞蛋供過於求，蛋商雖仍需承銷，但亦對蛋農提出減碼銷售之要求，如果雙方協商未果，部分蛋農生產之雞蛋乏人問津，最後不得不降價求售，蛋商、蛋農間之糾紛時有所聞。

產業領導者與政府多年共同努力的目標，即在於解決前述產銷問題，透過逐年編列預算，設置雞蛋產業公共設施及推動雞蛋產品及行銷多元化等分流措施，例如，補助蛋農產業團體有系統地蒐集生產面資訊，輔導蛋農組織雞蛋運銷團體，中華CAS優良食品發展協會制定蛋品CAS認證制度，行政院農業委員會及財團法人中央畜產會輔導雞蛋產業團體及蛋農自行設置雞蛋集貨、洗選、分級及包裝場，藉此輔導蛋農建立自有蛋品品牌，並自民國91年起，補助中華民國食品暨農產品電子商務協會及台北農產運銷公司建立雞蛋行銷新通路及補助六家液蛋廠新設置或改善原有生產設施等行銷多元化措施，目前雖礙於食品衛生相關法令、民間消費習慣及行銷通路變革速度等因素，一時之間尚無法充份發揮行銷多元化及調節產銷之弁端A但依近年來國人消費習性發展趨勢來看，前述政府輔導業者建立之產業公共設施，確實符合產業未來發展的需求。我國自91年度起，成為世界貿易組織正式一員，且自94年1月起畜產品市場全面開放自由進口。依全球市場資訊調查，台灣鮮蛋及部份雞蛋加工製品具國際競爭力，應可努力開拓成為出口農產品項目之一，以調節產銷。

除了上述行銷措施外，行政院農業委員會透過財團法人中央畜產會輔導成立之雞蛋產業服務費用管理委員會，經由產業組織自主管理，自民國92年起，推動蛋種雞進口總量管理，並於94年度起研擬推動產蛋雞飼養總量管理方案，以期雞蛋產業朝向產業自主管理及計畫性生產方向發展。

另就我國雞蛋產業來自臨近週邊國家地區的機會及競爭而言，週邊國家地區中，生產、加工技術、產品品質及家禽疫病防治等方面，臺灣較中國大陸、泰國及馬來西亞等國具有相對優勢。而日本、香港及新加坡等國家地區，文化及飲食習慣均與我國類似，國民所得較我國為高，非常適合作為外銷之標

的市場。故而在未來，前述國家地區可作為吸納我國雞蛋生產過剩時之出口市場。

由以上對雞蛋產業之各項分析可知；2005年，國內農產品雖面對市場全面開放的衝擊，其中雞蛋產業具有下列優勢；民眾嗜食之民生必需品，產業廢棄物可循環利用、增進地力及生產成本具有國際競爭力等，使得雞蛋產業可作為我國永續農業的發展項目之一。

以下為本會彙整我國雞蛋產業資訊、優、劣勢、發展契機及今後之重點工作，提供農政機關及業界擊劃雞蛋產業永續發展大政方針之參考。

二、產業現況分析

（一）、各項雞蛋生產指數

依據中華民國養雞協會產銷督導小組日報表統計顯示，93年度雞蛋產量總計31,248,380箱（每箱200枚，每箱12公斤），產值新台幣10,199,471,232（產地價格）。產蛋雞在養數維持在21,616,815隻至24,635,275隻（平均23,566,713隻），每隻蛋雞年產256枚，產蛋率70.13%。國民人均年消費國產雞蛋275枚（民國93年底總人口22,689千人）。

（二）、雞蛋產銷結構

1. 生產結構

（1）蛋種雞場：國內現有蛋種雞全數購自國際家禽育種公司，種雞場七家，代理蛋雞之品種包括：Hy-Line、Bovans、Lohmann、ISA、DEKALB及NICK等六個品種，年進口約189,133隻蛋種母雞，其中Hy-Line市場佔有率約為42%。

（2）蛋中雞場：飼養戶242戶。

（3）蛋雞場：飼養戶1,491戶，每戶平均規模為15,805隻。

2. 銷售結構

（1）盒裝蛋

（A）CAS鮮蛋：雞蛋生產者將自產雞蛋經洗選、分級、包裝後，以自有品牌銷售。國內現有CAS認證廠14家，市場佔有率約為6%。

（B）EGG鮮蛋：此部份雞蛋生產者或運銷業者，將雞蛋經洗選、分級、包裝後，以自有品牌或代工生產（例如標示大賣場品牌）銷售。國內現有30家，市場佔有率約為25%。

（2）箱裝散蛋：大部份蛋農直接將所生產之雞蛋裝箱後，直接交由雞蛋運輸商或地區零售商直接販售，市場佔有率約為61%，銷售對象包括零售商、各類食品製造或服務業廠商及團膳業者。

（A）大運輸：自蛋雞場收集箱裝蛋後，直接配送各都會區雞蛋盤商，每台斤加價約2元。

（B）行口盤商：盤商將雞蛋整理後，配送零售商、各類食品服務業廠商及團膳業者，每台斤加價約3元。

（C）零售商：包括各型零售店、超市及賣場。

（3）液蛋廠：國內目前已有7家殺菌液蛋廠（其中高農食品廠股份有限公司停業中），每小時產能合計9,360公斤（180,000枚，900箱），每日處理93,600公斤，目前平均產能利用率為50%，市佔率為8%。經營方式為自行或結合運輸商自雞場購買雞蛋製作殺菌或未殺菌液蛋，全數供應食品製造或服務業廠商及團膳業等作為業務用蛋。

（三）、雞蛋產業面臨挑戰

1. 國內蛋雞生產效能仍待提升

國內雞蛋生產業者之場內生產資訊系統，尚未建置完整，但可由各項產業調查資訊推估我國蛋雞之重要生產指標如下：每隻產蛋雞年產256枚、產蛋率為70.13%（日本1997年：286枚/隻/年，產蛋率78.36%）、每日產蛋42公克（日本1997年：每日產蛋48公克/隻/日），飼料換蛋率2.44（日本1997年：飼料換蛋率2.24），要言之，我國雞蛋生產效能約為日本之80.33%（日產蛋重87.5% X 飼料換蛋率91.8%）顯示我國生產效能仍有提升空間。

2. 季節性產銷失衡

國產鮮蛋受生產特性及全數供國內消費等因素之限制，一旦發生生產過剩，立即影響蛋價，每逢夏季及暑假期間，消費量減少約10%，隨即衝擊蛋價。如何利用生產資訊、生產及加工技術及外銷等措施避免季節性產銷失衡造成之損失，實為一重要課題。

3. 提升雞蛋生產及加工產品之品質及衛生安全標準

蛋雞可藉由換羽調節生產及延長使用期限，生產業者常藉此生產技術延長使用年限，但蛋雞強制換羽後所生產之雞蛋，常衍生品質參差的問題，影響運銷商利潤。另外食品產銷履歷制度（Food Traceability），生產者對自己生產之產品負責，已成為國際食品產業一重要發展趨勢。近來中國及中南半島多國發生高病原性禽流感，家禽產品無法外銷；促使我國家禽產品出口機會大增，但雞蛋外銷時，進口國常提出查場（廠）等檢視雞場及蛋品加工廠衛生安全之要求，以符合該等國家之食品衛生安全標準。輔導雞蛋生產及加工業者提升衛生安全水準，應作為近期重點工作項目。

4. 雞蛋行銷體系有待提升

國內鮮蛋行銷體系，由於都會區之家庭採購盒裝蛋的比率逐年成長及都會區懼憚A務業用蛋受衛生條件之規範，趨向於採購洗選鮮蛋等之發展趨勢來推估，未來，盒裝蛋及洗選業務用箱裝蛋之市場佔有率的擴大及品牌行銷（包括生產履歷）將成為主流，如何依前述發展趨勢，如何提升現有雞蛋行銷體系，成為雞蛋產業之一項重大課題。

5. 雞蛋分類計價制度亟待建立

現行雞蛋運銷仍以包銷制為主軸，雖然雞蛋運銷商依各蛋雞場雞蛋品質給予不同程度之加減碼（分級計價），但此種制度下，品質之判斷全憑承銷商之主觀判定，致使實際交易價格常為蛋農所垢病。確有必要引進及推動先進國家客觀之雞蛋分類計價制度，導引飼養業者注重雞蛋品質之提升。

6. 如何加強雞蛋生產者、蛋品加工業者及通路商之間的合作關係

由前列各項挑戰及發展趨勢顯示，合作發展，共存共榮，產銷一元化在未來是必走之趨勢，但業者間的合作，採取何種方式，仍須藉由業界妥為協調，始能成事。

三、雞蛋產業未來展望

（一）、推動蛋雞產業總量管理制度

1. 蛋種雞場依各自蛋種雞實際進口日期及數量，按期淘汰屆齡蛋種雞。
2. 依國內雞蛋供需量訂定年度蛋種雞進口配額量。
3. 落實畜牧場登記管理，繼續推動蛋雞場總量管理觀念，建置蛋雞場產量報告資訊系統。
4. 建置蛋雞場逾齡專產蛋雞淘汰管理資訊系統。
5. 蛋雞場容養量 / 實際飼養量調查。
6. 蛋雞場依各自蛋種（中）雞實際進雞日期及數量，按期淘汰逾齡專產蛋雞。

（二）、推動整體防疫觀念，加強宣導正確用藥及接種疫苗

1. 研擬適合國內之疫苗接種及用藥計畫，供生產業者參考。
2. 宣導蛋雞場設置生物安全防護相關設施。
3. 推動蛋種雞、蛋中雞及蛋雞場建立批次生產程序。
4. 輔導蛋中雞場改善設施，並輔導蛋農組織產銷班共同實施統進統出及適合各蛋雞場之疫苗接種計畫。

（三）、設置蛋農終生學習機制，協助蛋農提升生產效能

1. 輔導蛋農善用農政機關提供之改善養雞設備貸款（最高額度新台幣800萬元）及營運週轉金（最高額度新台幣300萬元整），提升雞場生產效能及產品品質。
2. 與雞蛋生產集中地區之農會及學術機構合作，設置雞蛋產業教育中心，依產業需求，定期辦理教育訓練。
3. 依前項調查結果，釐清影響生產效能因子，並訂定不同規模別之生產指標。
4. 輔導不同規模別生產業者與學者專家建立場內生產資訊報表或電腦系統，建置產業生產指數調查資訊網。

(四)、持續輔導產業團體強化產業自治意識及產銷雙方協商、聯繫機制

1. 遴選、訓練專業蛋農、培植產業領導幹部。
2. 持續輔導產業團體強化產業自治意識及奔竄C
3. 定期邀集雞蛋產銷幹部分析、研判產銷資訊穩定蛋價。

(五)、持續辦理蛋品檢驗及認證制度，建立優良蛋品品牌，加強宣導消費者重視蛋品品牌意識

1. 持續辦理蛋品檢驗，尤以食品衛生安全之項目為要。
2. 輔導相關產業團體辦理國產蛋品之國內、外廣告宣傳及消費者教育。
3. 推動雞蛋產品食品安全可回溯性（例如生產履歷制度等）。
4. 研擬及推動無藥物殘留雞蛋生產程序標準。

(六)、推動蛋雞場與飼料廠、鮮蛋洗選廠、液蛋廠及通路商統合經營或策略聯盟

定期邀集蛋雞場、飼料廠、鮮蛋洗選廠、液蛋廠及鮮蛋通路商等業者座談，彙集產業共識，研擬統合經營及策略結盟方式。

(七)、推廣品牌鮮蛋、液蛋及高附加價值之雞蛋加工品（如：熟食蛋品），提昇品質水準，輔導外銷，平衡產銷及提高業者利潤

1. 製作國內鮮蛋、液蛋及蛋品加工廠及產業鏈解說媒體，提供國內、外業務使用戶及國際農產品展覽推廣展示之用，伺機辦理殼（鮮）蛋及加工熟蛋製品外銷，調節產銷。
2. 延聘學者、專家組成技術輔導團，輔導鮮蛋、液蛋廠及蛋品加工廠符合CAS或HACCP作業規範。

(八)、持續推動雞蛋分類計價制度

1. 促成CAS鮮蛋獨立報價，推動雞蛋分類計價制度及規格標準。
2. 建立依據雞蛋品質及用途之計價制度。
3. 招募、訓練雞蛋分級技術人員。
4. 輔導鮮蛋洗選、分級、包裝廠與鄰近蛋農及雞蛋運銷商共同組織統合經營體，經營雞蛋集貨場（蛋粉廠），推動雞蛋分類計價、提高盒（箱）裝鮮蛋市場佔有率、蛋農議價能力及雞蛋品牌意識。

(九)、持續辦理雞蛋產地行情報導系統，規劃設立物流中心，整合既有業者之銷售機能（通路）建立銷售通路網

1. 俟短、中程策略中有關雞蛋生產面及消費面之價、量資訊系統及分類計價制度健全後，彙集各鮮蛋洗選、分級包裝中心之報導，統一行情報導。
2. 輔導雞蛋產業統合經營體整合成立雞蛋物流調配中心。

四、建議優先推動之重點工作項目

(一)、短期內，促成CAS鮮蛋依市場供需定價，不要以散裝蛋加上固定價格（現行為散裝蛋價格加7元/台斤）報價，中、長期目標為落實雞蛋分類計價制度。

(二)、提高盒（箱）裝鮮蛋市場佔有率。

(三)、落實畜牧場登記管理，繼續推動蛋雞場總量管理觀念。

(四)、輔導蛋農、雞蛋洗選場共同組織經營體，經營雞蛋集貨場（蛋粉廠），提高蛋農議價能力。

(五)、輔導蛋農善用農政機關提供之改善養雞設備貸款（最高額度新台幣800萬元）及營運週轉金（最高額度新台幣300萬元整），提升雞場生產效能及產品品質。

(六)、伺機辦理殼(鮮)蛋及加工熟蛋製品外銷，調節產銷。