

豐年專題討論

台灣肉雞產銷問題



年產量超過四千萬隻

看似發達但無利可圖

今後應加強推廣消費並改進生產方式

——中華民國養雞協會理事長 謝金波

近年來，台灣的肉雞生產事業發展的很快，已由家庭副業的小規模經營，轉變為專業化和企業化的大規模經營，而大量生產的結果，已使這過去當作請客或拜拜用的高貴食品，變為大眾化的便宜食品了。現在本省肉雞年產量已超過四千萬隻，每人每年平均消費肉雞三隻，而且仍在急速增加中。

但因生產的急增，也帶來了不少苦惱。①肉雞價格的低落，已使養雞利潤大為降低。這一年來，肉雞價格低於生產成本的時間約佔一半，就是半年賺錢，半年虧本。因為肉雞消費的旺季與淡季非常明顯，致使肉雞價格的波動很厲害。依照過去的例子，春秋兩季消費旺盛，價錢好，夏冬兩季消費差，價格不好。大家都知道消費有淡旺季別，但生產上很難調節，因為種雞生蛋是無法控制的，肉雞場的設備和人工也不能休閑，所以大多數肉雞生產者都採取整年不停的飼養方法，周年生產肉雞。②由於飼養規模擴大，且連續育雛的結果，環境被病原體污染，致使發育慢，死亡增加，結果生產成本提高，且帶危險性。

除此以外，去秋以來玉米、魚粉等首要飼料的漲價，也使生產成本大大地提高，減少養雞利潤。這些因素導致肉雞生產困難重重。

然而，台灣的肉雞生產事業，基於下列理由，仍將繼續迅速地發展下去：①雞肉已便宜到與豬肉不相上下，成為大眾化食品，逐漸普及一般家庭。②雞肉的烹飪方法富於變化，可做多形多姿的菜色。③肉雞生產的飼料效率高於其他任何肉類生產，且大量生產容易，飼養期間短，八至十周即可出售

，資金週轉快。但是日前國人對於肉雞抱有錯誤觀念，認為肉雞的營養和味道不及土雞，造成土雞和肉雞價格相差一倍的現象，阻碍肉雞消費的急速增加。其實所謂肉雞者，是由土雞改良而來，營養一樣，只是雞肉味道與飼養方式或飼養期間以及烹飪方法有關。一般說來，平飼（散養）的比籠飼的肉質要結實，又飼養期間愈長，肉質愈硬。如果把土雞籠飼且飼養六、七周宰吃，相信不比肉雞好吃。

今後如何發展肉雞事業，我們一方面要加強推廣消費，一方面要努力改進生產方式。中華民國養雞協會在推廣消費所努力，去年曾復農復會、飼料公會和美國飼料谷物協會的協助，印發彩色肉雞烹飪手冊十萬份，並舉辦肉雞品嚐會，招待新聞界。今年將再獲美國黃豆協會的協助，印發彩色炸雞做法卡片二十萬份，並舉辦炸雞品嚐會，招待各界人士。至於改進飼養方式，過去大家採用的多為籠飼的，和連續育雛的方式，不但飼養成績壞，成本貴，而且肉雞品質差。今後的肉雞飼養，應該改為平飼的，和整進整出的方式，以提高肉雞品質和飼養成績，降低生產成本。蓬萊畜產公司（台北市承德路八二九號）在中南部推廣的肉雞契約生產方式，做得很成功，生產者雖以每台斤十三元出售，仍可獲利。美國和日本等先進國家的肉雞，幾乎百分之十採取契約生產。在我們台灣，雖有時期尚早之感，但平飼和整進整出的辦法是值得提倡的。如此才能得到較高的利潤。



謝金波先生