

營管理規模（以克服個別經營之困難爲主要訴求）爲手段，就近促銷產品，增加收益。

2. 拓展鹿產品經銷網路，促進養鹿事業穩定成長

(1) 擴大鹿產品國內外經銷網路

除繼續加強辦理社員「省產鹿茸」大批集貨，滿足供應公賣局業務需要，同時，擴大自營加工鹿茸酒類運銷與積極協助社員產品銷售外，將續與中國醫藥學院醫學研究所合作開發高級產品「鹿茸精」等項目及鹿隻各部位之綜合利用研究，大力進行鹿產品國內市場宣傳工作，並自創品牌，建立鹿產品市場暢銷售管道，從內銷市場開始，逐次拓展東南亞、韓國等外銷市場。

(2) 肉鹿事業之開發

近年來肉用山羊事業之蓬勃發展，即爲消費市場需求多元化導向之結果；惟對更形珍貴之鹿隻方面，其市場仍未開發，應具潛力，倘能仿效紐西蘭之作法選以現有品種「紅鹿」爲對象，運用密集圈飼技術（估計兩年期之活體重可達200公斤），於第2年春夏期鹿茸採收後加以肥育，

到冬季再充肉鹿出售時，一般肉質仍屬鮮嫩，自爲廣大消費者所歡迎；遠程計畫希望農政機關再比照市場肉羊拍賣成功之經驗，配合實施肉鹿拍賣，相信未來肉鹿事業之成長，提高鹿隻利用性與附加價值，將爲養鹿業者所期望，對肉類消費者而言，又可多增一項口感之滿足。

展望

鑑於國人偏愛消費「鹿茸」及「鹿肉」之殷切需求，而國外進口乾鹿茸、鹿角、鹿角碎等，其數量雖爲龐大，然品質却屬低劣之下脚品——其與省產鹿茸應有極大之替補機會與市場區隔。惟我「省產鹿茸」之調節產銷，尤其市場促銷工作亟待各方努力之情況下，本省養鹿事業，應在維持現有規模之基礎上，配合全面改良鹿隻品種，普遍提升各地鹿場經營水準、積極研發提高鹿產品之品質，並視市場消費推廣之程度，再穩健地逐步擴大鹿隻飼養之規模、增產各種鹿產品之項目，以滿足國內消費市場之廣大需要，從而有利進軍國際市場。



笑一笑

寧可不見

老王：「有老花眼，爲什麼不配副眼鏡？」

老李：「哎！我每天都得面對我老婆，不配也罷！」（風代）

歡迎投稿
