



冬季鮮勢力

國產鮮乳行銷系列活動開跑

文圖／葉小慧

由於鮮乳消費量每到冬天就呈現下滑趨勢，行政院農業委員會、財團法人中央畜產會特輔導中華民國乳業發展協會，為鼓勵民眾冬季多喝鮮奶，於今(91)年12月3日舉行「91年度國產鮮乳行銷系列活動」，由農委會程處長中江、畜產會莊執行長銘城及乳協邱理事長仕炎進行系列活動的啟動儀式。

程處長表示，台灣每年生產32萬噸鮮乳，由於國人大多將鮮乳當成飲料，一到冬天飲用習慣改變後，造成鮮乳消費量夏多冬少，使約有3萬公噸的國產鮮乳，必須轉加工成為調味乳、保久乳等製品。他強調，鮮乳是最好的鈣質來源，應該將鮮乳視為食物，不管天熱天冷，最好每天兩杯。多喝新鮮的國產鮮乳，比保久乳、調味乳等產品營養多了。

輔仁大學食品營養系陳教授炳輝指出，新鮮和營養是有關係的，進口牛乳因需長時間運輸，牛乳品質會改變，因此必須使用較劇烈的殺菌條件，而高溫滅菌的結果，就會造成部份營養素的破壞。

陳教授說，這種牛乳充其量只能稱為保久乳，品質不能拿來跟鮮乳比，但是，近來卻有業者在媒體刊登大篇幅廣告，先是宣稱為鮮乳，後又改稱「純牛



程處長中江(中)、莊執行長銘城(左)和邱理事長仕炎一起進行啟動儀式

奶」，明顯遊走法律邊緣；他認為，消費者有權知道兩者的不同，且業者更不應冠以鮮乳或「純牛奶」之名，混淆視聽。

統一企業乳品部專案經理陳明茂指出，今年以來，除經濟不景氣及我國加入世界貿易組織後，液態乳開放進口的衝擊外，目前水果量多，價格又便宜，水果類飲品成本也降低不少，這些都與鮮乳消費產生替代性，使得今年鮮乳不只冬季銷路不好，夏季消費量也不比往常。

國產鮮乳行銷系列活動包括，12月14日在台北市立動物園旁的ZooMall廣場，舉辦國產鮮乳親子嘉年華會活動，12月20至31日則為「國產鮮乳周」，全省大潤發各分店將配合促銷各個品牌的國產鮮乳。

