



獸醫人員檢視屠體以確保品質



屠體自動分切設備

## 爲了更健康 請食用電宰雞肉

**電**宰禽肉之宣導，為近年來農政機關極力輔導的項目，究其原因，主要之用意乃為因應國人消費型態的改變及國家政策逐年走向經濟國際化，貿易自由化而作之調整，質言之，自從民國73年美國麥當勞公司首度打開國內速食市場之後，其他國外之速食業如肯德基、德州炸雞等以禽肉為主的速食業亦相繼順利開拓台灣地區之外食市場，此一現象顯示國人所食習慣已逐年擴增，而此等速食業所需求之禽肉，正是較衛生且分級規格化之電宰禽肉。另一項原因係為民國77年，由於進口火雞肉嚴重打擊國內家禽業者，農政單位乃積極輔導禽農組織北、中、南三台肉雞運銷合作社辦理家禽共同運銷及配合台中家禽市場、鳳山家禽市場規畫興建之家禽電宰場，以積極展開改善家禽產銷體系工作，電宰禽肉之開展宣導工作，乃為促進現有的及未來即將營運之家禽電宰場，其電宰的禽肉產品，能加速使消費者普遍接受。

以近兩年來有關電宰禽肉之宣導工作而言，首先係輔家禽電宰業者於77年

10月7日組織中華民國養雞協會電動屠宰小組，先由超泰、樂山、鄉美、卜蜂、東豪、國際、統全、振聲、明和、立晟、維聯等民營家禽電宰場組成，期以組織的力量，群策群力以謀開展電宰禽肉之銷路。該小組每月均定期集會，檢討國內電宰禽肉之產銷改進問題。目前刻正興建之台中市、鳳山市家禽市場電宰設備完成後亦將與三台肉雞運銷合作







### 新鮮 衛生 營養



社相同，一併輔導加入小組，以加強小組的號召力。

另一項與電宰禽肉宣導有關的措施即電動家禽屠宰場設置標準的誕生，本標準於去(78)年2月28日由農委會與經濟部會銜公佈。該標準內規定了電動家禽屠宰場之設置環境、廠房建築、基本設施、機械設備、一般設備及應聘雇之技術人員等項，除讓本第二代家禽電宰業，有了輔導的法律依據外，同時並可據以開拓電宰禽肉之內外銷路。

接著，為更進一步結合家禽產業的力量以積極辦理電宰禽肉的宣導工作，於去(78)年12月份由農委會、農林廳、中華民國養雞協會及其電宰小組為主體，並邀集黃豆協會、穀物協會等單位之宣導促銷專家共同組織“電宰雞肉宣傳、促銷推廣委員會”，訂定每年度之宣傳促銷及推廣項目。本年度之工作項目為印製雞肉分切標準之海報、看板分送各運銷、販賣、學術及教學單位；製作紀念品，隨電宰雞肉之販賣而贈送；舉辦品嘗會、講座及烹飪比賽；開發雞肉新的烹飪法並舉辦電宰禽肉之旅；設計電

電宰雞隻成品以低溫冷藏運送至消費地



請選購電宰雞肉(詹明宗)

宰禽肉標幟作為推廣電宰禽肉之精神標的；製作印有電宰雞肉標幟之衣、帽供傳統零售商穿著，以逐步輔導其調整銷售形態；將宣導重點刊登各種新聞媒體及雜誌；印製電宰新知供家禽電宰使用；印製消費者宣導手冊供消費者適用等。

本年4月份即將推出之電宰雞肉標誌係經過公開徵稿方式，及推廣委員會數次之評審方予推出，除預定於全省北、中、南173家超級市場開始進行外，並將於台中市“第二屆台中食品暨加工設備展”上展示。

電宰雞肉標誌之推出，主要是肯定國人目前的所得水準，理應有比較衛生、安全的禽肉消費品質，而期望對國人的雞肉消費有所指引，因之，推行此電宰雞肉標誌的工作是否具成效，則仍需全體消費者與家禽電宰業共同努力與支持了。