



西德協助東德提高農產品品質

凡是在製造生產過程中通過檢驗的食物，在德國均給予特別的優良產品標示，供顧客選擇時之依據。此一措施不只保證消費者可以購入良好的食品，也為德國農民帶來更多的收入。

這一切都是德國農業產銷協會在20年間努力的成果。由於這種提高品質的努力，德國農產品外銷總值自每年3億馬克增加到每年30億馬克。該協會將推展優良產品標示做為90年代裡的主要目標。

西德預期東德產品在3年後也將進入國際市場。上述協會目前正在進行對東德相關企業經理的訓練，以便使之了解自由經濟體系下的產銷制度。東德農產品品質迄今尚無法符合世界市場的標準。

未來該協會將花費1億3千萬馬克來促銷德國農產品，而國土小很多的荷蘭則預備為其農產品之推廣花費1億5千萬馬克。法國的花費不會少於3億馬克。在德國除了上述經費外，還另外課征產品價格千分之一的特別稅，來做促銷。而業者可經由訓練

及諮詢服務，來學習如何使其產品符合市場的需求。

德國行銷專家推測，未來歐洲的消費者不會購買更多的食品，但却要買更好的產品。產品特別要注意對環境不能造成破壞。西德人平均花費收入的15%在食物上，據估計在10年中這個數字會降到8%。

資料來源：

Inter Naciones,
West Germany

實驗動物管制日嚴

近年來公眾對於利用動物從事研究一事，表現出前所未有的關切。美國農部為了因應這種情勢，特別制定了動物試驗的指導原則，加以規範。

所有提出之研究計劃先經過有關專家就其學術價值加以審查，若需要使用活動物，就要進一步接受審查。研究負責人要把將使用的方法作詳細敘述。由至少5位委員（包括科學家，獸醫及社區內公正人士）組成的動物保護委員會加以審核。委員會要查

看動物飼養場所，並要確定動物將受到合乎人道的待遇。

通常核准期限為1年，要延期或採用新的方法均須再經過審查。有關指導原則均詳細列於美國國立衛生研究所的“Guide for the Care and Use of Laboratory Animals”及“Guide for the Care and Use of Animals in Agricultural Research and Teaching”兩本出版物中。

資料來源：

Agricultural Research,
July 1990

野豬肉受歡迎

許許多多以前，東征的十字軍自伊朗、土耳其等中東地區把一些亞洲野猪帶回歐洲。有些就被當時的貴族養在私人的狩獵保護區裡，自行繁殖迄今不斷。最近有人將其引進美國飼養出售，居然相當受歡迎。

野豬肉在風味與口感上與一般豬肉不同，有人認為比較像鹿肉。此外野豬肉脂肪含量少，熱量低。一些想以新口味招攬顧客的餐館願以每磅6至12美元購入野豬肉，而飼養成本每磅僅為2美元。野猪生長較緩，成熟時也僅有一般猪的一半大小。由於其鼻吻較有力，故飼主需使用通電的欄柵來防止其破壞猪舍。

出售野豬肉之利潤較高是因為飼料消耗很少。雖然母野猪頭一胎僅生4隻小猪，但以後每年可生育2胎，每胎6隻，可以連續生育15年之久。在美國由於需求殷切，排隊等待購買每隻300美元斷乳小野猪的大有人在。除了美國人及歐洲人愛吃野豬肉之外，日本餐館中也有供應。

資料來源：The Furrow,
March-April 1990