

宅急便服務開跑 台灣土雞通路新紀元

文圖／葉小慧

由行政院農業委員會輔導，財團法人中央畜產會於今(91)年1月15日舉行「台灣土雞宅急便」新通路發表會，宣布中央畜產會與統一速達企業公司結盟，以宅配到家的直銷通路模式，提供消費者方便購買認證土雞。會中由農委會副主任委員暨中央畜產會董事長陳武雄、農委會畜牧處長程中江、中央畜產會執行長莊銘城、統一速達副總經理洪金谷、中華民國養雞協會副理事長郭福順等人共同啟動「台灣土雞宅急便

超級包裹」，宣示「台灣土雞宅急便」服務正式開跑。

陳副主委表示，國人對畜產品逐漸重視品質與服務，台灣土雞新鮮度高，口感與營養價值絕佳，未來我國土雞產品應充份利用在地便利性與本土風味兩大優勢，迎戰進口雞肉。陳副主委又說，在貿易自由化的趨勢下，我國業者面臨外國雞肉的低價競爭，過去單打獨鬥的做法已行不通，在此知識經濟時代，畜產業的經營型態需進行橫向及垂



中央畜產會與統一速達結盟，台灣土雞宅急便正式開跑(左起分別為莊執行長銘城、陳副主委武雄、郭副理事長福順及洪副總金谷)

行銷系列活動

在地畜產 台灣優鮮

「第一屆台灣土雞節」

雞宅急便 新通路發展



洪副總金谷表示，落實產地直銷是統一速達的理念

直整合，唯有異業結盟，積極開發市場，才是因應競爭的不二法門。

莊執行長指出，宅配服務可將「生鮮」的在地優勢充分發揮，因此中央畜產會與統一速達的結盟，就是要以專業冷藏「宅急便」的配送服務，突破舊有的土雞銷售型態，為台灣高品質土雞做出明確的市場區隔與定位。而統一速達所建置的完整配送網，不僅是國內畜產販售通路的一大突破，更將大幅提昇台灣畜產競爭力。

農雞協會鄧副理事長表示，參與該聯盟的土雞業者都通過「台灣土雞認證」合格的，共5家，包括廣泰野山雞、Hi-Q玉山雞、本土正放山雞、苗栗鬥雞、東農放牧雞，必須經過品種及飼養環境鑑定，衛生電宰與包裝作業環境查核通過，飼養日齡滿110日的土雞產品。他也指出，目前台灣土雞消費量每年約為1

億7千3百萬隻土雞。以去年10月~12月通過土雞認證標誌的土雞產能資料為例，全省認證土雞生產量已達到26萬7千隻，故未來絕對足夠供應「台灣土雞宅急便」所需。

統一速達洪副總經理表示，台灣土雞宅急便的出現，使消費者除了可以到傳統市場選購土雞，也可以一通電話，直接洽詢政府認證

合格的這5家土雞業者，透過匯款方式以合理的價格(土雞每台斤90元，鬥雞每台斤120元，運費另計)，由統一速達專業、高品質的低溫宅急便服務，將台灣土雞全程低溫保鮮配送到消費者手中，立即享受新鮮優質的道地土雞美味。這項業務的開發，不僅增加消費者選購台灣土雞的便利，為品質把關，也讓土雞業者減低其他賣場通路的成本，更落實了統一速達長久推廣的「產地直



台灣土雞迎戰進口雞肉，強調新鮮及本土風味



古早味土雞、紅燒土雞



藥膳土雞、山藥燉土雞



養生土雞、蘆筍炒土雞柳



野味土雞、燒醬蜜汁土雞腿

資料提供：中央畜產會、中華民國養雞協會

→ 銷」概念。

會中也邀請到美食專家高桂蘭老師，針對土雞營養、自然及健康的獨特質感，設計了四大台灣土雞主題餐，分別以古早味土雞、野味土雞、養生土雞及藥膳土雞，展現多變的土雞美味，她強調土雞肉結實，脂肪少，熱量低且營養價值高，簡單的烹飪方式就可以吃出土雞獨到原味，並在現場公開土雞年菜烹煮炒炸等各式料理手法的秘訣。

除了新的行銷通路外，中央畜產會

特將1月份定為「台灣土雞節」，第一屆台灣土雞節即以「台灣土雞趴趴走、遊山玩水吃透透」為主題，同時也於1月18、19日兩天，在知本溫泉風景區台東縣農會，進行「關懷國產畜產行銷系列活動」的第四階段—「台灣土雞東遊記」活動，期盼在冬天旅遊旺季，結合台東縣特殊的人文風情，以全面性的活動規劃，兼具廣度及深度議題，針對消費者宣導台灣土雞的新鮮、優質形象，同時也協助產業的銷售。

