

外銷報導

文圖 | 楊瑩 部分照片由邱石崇提供

台灣農產品外銷宣導

打造鮮力蛋 · 藍海新策略

規劃策略 · 跳脫困境

隆昌牧場前身是邱石崇的父親於 1963 年開始經營的種雞場，從彰化縣永靖鄉遷至北斗鎮後，雖曾獲得優良農場的肯定，但養殖模式仍較為傳統。從小「睜開眼睛就看到雞」的邱石崇，從淡水專校（真理大學前身）觀光科畢業後，在台北市從事藝術經紀工作，日子過得自在瀟灑，13 年前，「立志不養雞」的他，在父親百般催促下，不情願地返回故鄉接手養雞場。

身為獨子，邱石崇別無選擇，雖然對於投入養雞產業有不少疑慮，但深知台灣畜產困境的他，規劃具體策略，誓言跳脫以往的產業困境，最重要的莫過於提升雞蛋品質、建立雞蛋的穩定價



邱石崇的用心與現代化經營理念，讓他獲得神農獎的肯定

格，不受蛋價波動的影響，而實踐該兩項策略，足足花了他 6 年時間。

提升品質 · 投入設備

邱石崇先從提升雞蛋品質著手。他發現，各國廠牌中，以德國某品牌的自動化設備最優良，於是陸續投入 5,000 萬元，為 8 萬隻蛋雞興建 1 棟「別墅級」的屋舍。這棟「密閉式環保蛋雞舍」最大特色是水簾環境控制系統與負壓送風設備，可讓密閉雞舍內沒有細菌、病毒侵入，人們進入前，還得經過消毒殺菌程序，並穿著無菌衣；送入雞舍的微風，得先經過添加消毒藥劑的水簾，消滅空氣中的病毒、細菌後，直接從雞舍前方一路送到後方，再由大型風扇抽離雞舍，空氣不會在雞舍內循環，這種徐徐

每顆雞蛋都得歷經 4 道刷洗過程，才能確保衛生





隆昌牧場雞舍為密閉式（圖右），雞蛋以輸送帶送到洗選場（圖左）



邱石崇採用歐洲製造的環保雞蛋盒，確保雞蛋安全衛生地上市

送風的負壓設施，還能讓雞舍溫度維持在清涼的恆溫中，每周並消毒 1 次，雞糞則以拖糞帶移至堆肥場發酵曬乾作為肥料，雞蛋則從輸送帶運到洗選場，全程自動化。

邱石崇不僅營造舒適的環境呵護蛋雞，給予人性化的生產空間，甚至還播放古典音樂，讓蛋雞在優美的旋律與乾淨的雞舍裡，生下健康、沒有污染的蛋。

住在「密閉式環保蛋雞舍」的蛋雞，安穩地生下健康的雞蛋



建立品牌·穩定售價

雞隻雖然不必施藥，但仍不足以生產品質優異的蛋品。邱石崇曾精算投資報酬率，過去雞飼料每公斤約 5 - 6 元，如今則飆漲至 10 元，以 2 公斤飼料可生產 1 台斤雞蛋及近期每台斤蛋價約 17 - 23 元計算，雞農投入 20 元飼料，最高只能獲得 17 - 23 元的報酬，一整年下來，雞農可能虧本或「做白工」，為避免此種困境，邱石崇認為蛋品不能陷入價格廝殺戰中，必須建立品牌與穩定售價，才有利潤，不受蛋價波動影響，他的策略是提升品質打入精緻消費市場。

在此理念下，他採用尖端生物科技的德國飼料配方，飼料中添加蛋雞腸胃道益生菌、硒等微量元素，還有胡蘿

葡素、深海魚油、蒜頭粉等營養素，雖然每公斤飼料要價 13 元，比一般飼料貴了 3 元，卻能生產沒有蛋腥味且口感紮實的雞蛋，蛋黃、厚蛋白與稀蛋白層次分明，其紮實的程度甚至能用手指捏起來，該種雞蛋締造了 CAS 優良食品的最高境界，在零售市場中，即使每顆蛋售價高達 9 元，仍備受消費者青睞。

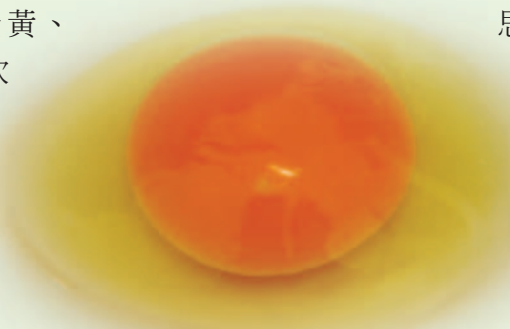
超市鋪貨·搶占市場

有了高品質雞蛋，邱石崇著手建立本土蛋品品牌，他為蛋品取名「SUNNY EGGS 鮮力蛋」，可能也是台灣第一個為雞蛋「取洋名」的雞農，該品牌雞蛋從 2001 年起進駐台北縣市百貨超市與超商，搶占精緻消費市場，建立口碑與消費者品牌忠誠度後，再於中南部生鮮超市鋪貨，打破了以往雞農認為「蛋品沒有優劣之分，努力提升品質，也無助於提升蛋價」的迷思。

值得一提的是，「SUNNY EGGS 鮮力

蛋」的經銷商都是第二代蛋商，具有專業知識與新穎經營觀念，邱石崇每周與蛋商開會，從中激發許多行銷的巧思。

隆昌牧場生產的雞蛋，蛋黃、厚蛋白與稀蛋白層次分明



隆昌牧場生產的蛋品於 2002 年獲得 CAS 優良食品認證，為維護 CAS 「掛保證」的信譽，他每月仔細閱讀從零售市場抽樣檢驗的報告，從中改善產銷之間的每項細節，例如更嚴格的檢驗、分級與洗選以及全程維持在 25°C 以下的保鮮配送，還採用歐洲製造的環保蛋盒，建立「產銷履歷記錄」，可追蹤生產到末端銷售的所有過程，這些用心也讓邱石崇於 2004 獲得神農獎的肯定。

進入日產 7 萬顆雞蛋的隆昌牧場，迎面而來的是寧靜優美的鄉間景緻、流暢悠揚的古典音樂，絲毫聞不到傳統養雞場的阿摩尼亞味，原本被迫承繼家業的邱石崇，以用心提升品質、顛覆傳統的行銷策略，為蛋品產業打造出一片藍海，也為自己的人生開創不一樣的前景。



邱石崇可能是台灣首位為雞蛋取「洋名」的蛋農