



■台灣土雞迎戰進口洋雞，做好市場產品區隔，可以提升產業競爭力。



台灣土雞

標誌應用與消費者權益保障

台灣特有產品的時代逐漸來臨，尤其在農產品方面產品之區隔性日趨重要，因傳統要面對競爭力的挑戰是在進入世界貿易組織(WTO)前後不得不面對的課題。了解自我分析自己的特質自然成爲我農業產品首應著手做的。

在家禽產品方面，白色肉雞與產蛋品系之來亨雞其種源、品系育種與商品化之專業品系等，全爲國際化育種公司掌握？一旦

入關其衝擊不可能不大，單就成本就很懸殊，更不用說對產品品質的區隔了！雖然如此，如何另類思考，化危機爲轉機就成爲極爲重要工作。有色肉雞的發展就是要迎合未來挑戰！

或許有人要問國人很早就開始消費土雞了？何需再加強呢！其不知非在消費意識中留有土雞空間，但在西方速食潮流的影響下，飼養6星期即可上市的白色肉雞，遂逐漸蠶食鯨吞雞肉市

場。加上生產業者的垂直經營，其結果已使五五波的局面走向以白色肉雞爲主體的消費現象。

爲此，農政單位研究機關早已投入對本省特有之有色肉雞(泛稱土雞)之育種選拔固定研究工作，前後由省畜產試驗所與中興大學分別固定育成表現優良的台灣土雞品系。

其目的有下列幾項：

第一，將土雞的特徵固定，產品與白色肉雞區隔化。

第二將飼養方式、體型重量規格化，使能大規模經濟化量產。

進能配合電宰，推出如白色肉雞般一致性高的產品。

第三國外肉雞生產出口國均無有色雞，若進入 WTO，以往自我研發的有色肉雞品系，特有的肉質口感與消費烹飪方式，必能固守原來消費比例。但其前提是育成一表現型固定穩當，種禽產蛋與孵化率高，有色肉雞子代飼料換肉率具飼養經濟性，屠宰能配合衛生安全的電宰流程，且最重要是消費者能接受能青睞此土雞產品才是最關鍵點。

因未來是必需打破毛雞活體交易的，如何使消費者接受飼養期長，而屠體外觀較瘦小，與如何教育消費者將土雞活體外觀與屠體外觀連結而樂於接受，以及如何保證消費者能夠真正購買到貨真價實的土雞產品這才是重要的。

為解決此消費者疑惑，中華民國養雞協會便邀請十餘位在各大學任教的肉品育種加工專家，就其專業立場來推動品質認證的工作，期望為此目的而組成的委員會，能擔負起替消費者把關的角色功能。台灣土雞標誌就在大家的努力下誕生了(如附圖)其對有色肉雞的定義與規範對象如下：

有色肉雞：泛指白色肉雞(White Broiler)以外之肉用

雞種，不包括烏骨雞與鬥雞等特殊雞種。

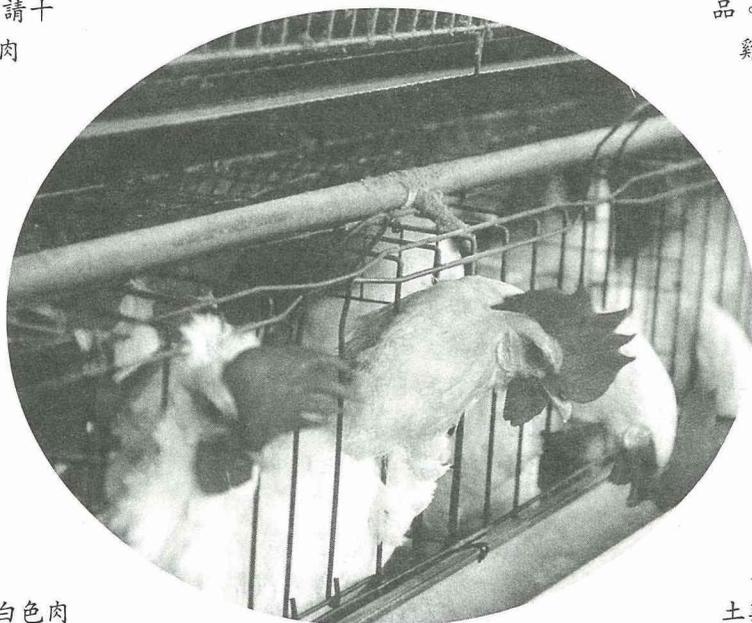
1. 土雞：台灣地區育成，具有單冠、鉛(或黑)色腳脛之雞種，其外觀已有性成熟之第二性徵，但仍未開始產蛋或配種。
2. 放山系列土雞：包括小型土雞與放山雞。

(1)小型土雞——為土雞之一種，但其體型較細緻緊湊，上市體重公雞在 1.8 公斤以下，母雞在 1.5 公斤以下，成熟(40 週齡)體重公雞在 3.5 公斤以下，母雞在 2.5 公斤以下。

(2)放山雞——放山雞為小型土雞之一種，但飼養後期至少有 2 個月每隻雞有 0.33 平方公尺之生活空間(約 0.1 坪/隻)。

故具此認證的土雞產品具下列特點：

1. 經專家認可，並通過電宰廠生產，符合衛生安全條件。
2. 對土雞的飼養週齡與飼養方式有一定的保證與規定。
3. 所有產品的品管與責任皆由受



證的電宰廠監控，使產品品質能在生產的上游，就能嚴格控管，責任清楚。

4. 土雞推廣委員會針對受証電宰廠，平時定期抽檢產品與赴場考評以維持產品具一定水準。
5. 授証的電宰廠以優良農產品標章為優先普查對象，其能以雙標誌來保障消費者在能購買到衛生安全的電宰禽肉外，更能吃到道地台灣土雞！

目前本會已陸續展開電宰申請單位的赴場評授的工作，在 4 月底完成第一階段授証工作，接著舉辦產品推廣工作，配合提升競爭力方案與農建計劃，積極向消費者推荐經輔導認證的優良土雞。

台灣土雞品系已經育種固定，未來如何使飼養農戶願意生產此品系，有賴農政單位努力。本會將以市場為導向，以保障消費者權益為目標，將有系統的使台灣土雞產品介紹給大眾，更希望消費者能接受衛生安全的屠體產品。因時代在進步，活體毛雞污染的階段已過去，放心的以品質標章為購置參考依據，讓授証的土雞電宰廠擔當起把關的角色，因為品質的受肯定才是業者生存永續經營的不二法門。

請大家拭目以待，好好來評價台灣土雞的風味吧！

6 月底前本會將編輯一本專門介紹台灣土雞的消費者推廣手冊與土雞食譜供大家免費索閱，教請期待。

圖