

雲林縣芳源畜牧場

台灣鵝展翅 向全球叩關

三代薪火
燃起養鵝產業
新版圖



一家三代終生與鴨、鵝為伴，走過一甲子，
從逐稻趕鴨的遊牧生活，到以電腦控制鵝舍溫度、記錄鵝隻成長的科技作業，
雲林縣芳源畜牧場等於一部台灣鴨、鵝養殖史。
經歷市場的變化起伏，場主吳祥斌深知要站穩一席之地，
在顧客面前，永遠要端出最好的品質，除了美味，還有安心，
這份堅持，不僅使芳源畜牧場成為全國第一家通過鵝肉產銷履歷認證的鵝場，
還將台灣鵝送到日本，開創台灣養鵝產業新版圖。

採訪・攝影／陳曦



鴨子大軍開拔囉！
(陳雨祥/攝影作品)

60年前，台灣經濟尚未繁榮、民生消費冷清，肉類是可望不可得的奢侈品，逢年過節才吃得到雞蛋，孩子打開便當若看到個荷包蛋，甚至可以樂上好一陣子。

不解之緣 三代投入養鴨

雲林縣芳源畜牧場場主吳祥斌的祖父吳籠卻洞悉其中商機，將腦筋動到產蛋能力強的土鴨，著手飼養母鴨，專事下蛋，家族三代從此與鴨、鵝結下不解之緣。剛開始，吳家鴨寮僅飼養100多隻母鴨，至民國34年台灣光復，民生消費隨著經濟成長而抬頭，鴨蛋需求量愈來愈大，吳籠蛋鴨場規模日益擴充，飼養隻數最高達1,000隻，幾乎成了當地的「鴨母王」。

吳祥斌的父親吳文源於民國57年接下家業，同時展開肉鵝飼養，吳祥斌表示，隨著購買力逐漸提升，光吃鴨蛋已無法滿足一般消費者的欲望，更多人希望嚐到美味的鴨肉，生產者自然得設法因應，父親嗅到市場正逐漸轉型的風向，決定改變經營手法。

但當時台灣畜產業不如現今發達，人工混合飼料尚未問市，種鴨則多半來自屏東縣，買下成群的鴨子也找不到貨車運送，聰明的養鴨人家於是發明俗稱「遊牧式」的飼養模式。

逐稻趕鴨 養鴨人家辛酸

吳祥斌表示，台灣稻作收割次序係由南到北，每逢屏東稻作進入採收期，便是「鴨子大軍」開拔的時刻。早年稻作收割主要仰賴人力，工人以鎌刀割取整束的稻子，放進踩踏式的打稻機，利用特製的滾軸轉動扯下稻穀，因旋轉力道大，部分稻穀會掉入田裡，便成了鴨子現成的飼料。

養鴨人家白天將鴨子趕過一畦畦的稻田，啄食稻梗間殘餘的穀粒，晚間則在荒野以帆布搭座簡易工寮度日，生活方式類似露營，卻毫無露營的休閒樂趣；大熱天窩在密不透風的工寮悶熱難當，即使只穿件薄汗衫仍汗流浹背，且無蚊香驅蟲，被蚊蟲叮得滿頭包，有時天候冷冽則凍得無法成眠。這種日子一過就是兩個月，童年經常跟著父親「逐稻趕鴨」的吳祥斌，迄今仍記憶深刻。

由於鴨子係集體行動，幾隻帶頭偷溜，後面即跟著一大群，為防止鴨子夜半成群脫



集牧式的養鴨人家（豐年社）

隊，年幼的吳祥斌得時刻留意鴨群動靜，往往一個晚上睡不到幾個鐘頭，白天只好帶著濃濃睡意繼續趕路，最後抵達桃園販售市場，直至賣掉鴨子，一趟披星戴月的旅程終於換得一疊鈔票。

家族事業從販售鴨蛋到肉鴨，

吳祥斌清楚了解到，消費者才是市場導向的真正決定者。

飼料上市 養鴨技術變革

隨著鴨子的市場需求量穩定成長，遊牧式的養鴨模式已無法因應龐大的需求，加上粒狀飼料上市，再次帶動台灣養鴨技術的變革，開始出現集牧式養鴨，在濱河的行水區圍上竹籬，圍地裡一半是灘地、一半是水域，鴨子可以在岸邊休息或到水裡沖涼，是台灣走向專業養殖場的濫觴。

吳祥斌表示，遊牧式一次僅能飼養1,000隻鴨群，且受限於稻作收割季節，每年工作期只有2個月，剩下的10個月間，鴨農有莊稼便做莊稼、沒莊稼則靠打零工度日，因此飼養規模談不上專業，河道集牧式則動輒2,000~3,000隻，業者只需成天守著鴨寮，不再餐風宿露，飼養作業也變得較為輕鬆。

養鴨產業上軌道，吳祥斌退伍後順理成章接下家業，此時父親又察覺市場的些微變化，建議嘗試兼養肉鵝，這句話在吳祥斌的內心埋下種子，成就吳家養鵝場的誕生，也開啓吳祥斌對畜牧事業更寬廣的視野。

吳祥斌用心琢磨父親的建議，比較鴨子及鵝的經濟效益，發現鴨子雖處於市場巔峰期，卻存在貨源過度膨脹的危機，分析客觀因素便可了解，鴨子飼養期約2個月，且每天都在下蛋，一隻鴨可年產240顆蛋，而鵝的飼養期則長達4個月，一隻鵝年產蛋不過20顆，可見其市場稀有性。

評估市場 轉向飼養肉鵝

吳祥斌於民國77年踏入這項產業，當時產地一台斤鴨肉約20元，鵝肉則要價100元，是鴨肉的5倍，雛鵝價格一度飆高至每隻220元，雛鴨則僅2~3元，身價有如天壤之別，吳祥斌明白鴨肉便宜且貨源充裕，市場總有飽和的一天，萬一業界爲了生存出現削價競爭，導致瑕疵品流入市場，整個養鴨產業恐將受到極大衝擊。

反觀鵝肉貨源成長不易，價格相對穩定，如果用心經營，很有機會在台灣市場找到新的天地；此後，吳祥斌有計畫擴充肉鵝飼養規模，每批增加1,000~2,000隻，鴨子數量則漸次遞減。

民國87年，吳家祖傳的養鴨場轉型爲養鵝場，此時，吳祥斌鵝場的鵝隻數量達2~3萬隻，每年仍持續成長，目前已達6萬多隻，是其祖父草創養鴨事業時鴨隻的600倍。

雖然鵝肉市場暫時沒有飽和危機，但產蛋季過於集中每年農曆2月至8月期間，仍舊存在產銷失衡的隱憂，吳祥斌未雨綢繆，認爲有必要錯開產期，首先必須克服的難題是母鵝對環境的敏感性。

產學合作 尋求專家奧援

沒有資金成立研發團隊作爲奧援的吳祥斌，想到台灣大專院校多的是長年從事學術研究的專家學者，絕對能夠幫他找到對策，產學合作的第一步因而邁開，吳祥斌的誠懇、熱忱感動不少學者，中興大學、嘉義大學及屏東科技大學都曾與吳祥斌合作的對



吳祥斌指著家裡懸掛的匾額，強調91年便推動優質肉鵝飼養



去年政府實施生產履歷認證，吳祥斌是第一個獲得水禽認證的鵝場



吳祥斌取得國際安全食品認證，象徵取得進軍歐美市場的入場券



吳祥斌因首創
肉鵝水簾式繁
殖獲頒神農獎

象。

經過多位專家會商、診斷獲得一個結論，母鵝喜歡在晝短夜長、氣溫涼爽的環境產蛋，因此必須營造一個環境類似的「產房」，但鵝是水禽，沒有水池將影響其作息，連帶下蛋率難以達到理想的狀態。

但若在室內產房增設水池，專家學者從理論觀點推測，可能造成室內溫度升高，讓鵝媽媽們感覺不適，身體健康、受精率均將大幅下滑，吳祥斌想過加裝空調設備改善，但專家則提醒，一旦產房發生疫情，屆時病菌透過空調傳播，整個產房的鵝媽媽恐將無一倖免。

如何突破空調瓶頸，困擾吳祥斌好一陣子，直到與友人聊天時，無意間得知有台灣業者引進水簾式技術降低溫度用來飼養雞隻，認為值得一試，吳祥斌表示，該項技術係早期美國為栽種蘭花所研發，如果可以成功運用於雞隻飼養，鵝應該也沒問題。

部分專家則建議慎重其事，室內產房濕度未獲妥善解決前、切勿輕易投資，吳祥斌卻自信台灣空氣負壓式設備已經成熟，只要結合水簾式技術及相關設備，將濕度、照明控制在最舒適的範圍，這座台灣第一座先進的鵝媽媽產房可望順利完成。

千萬投資 興建環控鵝舍

話雖如此，但吳祥斌不免有經營上的顧忌。民國80、90年代之交，台灣經濟正走向十字路口，一座密閉式光照環境控制水簾式鵝舍，光是硬體設備即需花費600多萬元，連同正式運作的後續開銷，總金額超過1,000萬元，倘若景氣未如預期往上爬，這些投資能不能回收，誰也不敢論斷，吳祥斌斟酌再三，毅然決定「賭這一把」，畢竟養殖產業已到了進退維谷的瓶頸，或許突破後將是「柳暗花明又一村」，新鵝舍於民國93年興建並完工。

試用結果讓吳祥斌相當滿意，鵝舍溫度由電腦控制，母鵝產房太熱即啟動電風扇降溫，溫度若未下降，牆上的出水口便噴出一道道水簾，可以維持在最涼爽的狀態，至於水池產生的濕氣，專家事後評估並沒有太大影響，這一步讓吳祥斌終於踩穩了。

吳祥斌表示，鵝蛋產期如果可以錯開、平均分布，市場肉鵝貨源供應將更穩定，鵝肉價格也不致因供需失調導致崩盤，養鵝業者惟有獲取合理利潤才可能繼續投資設備。

獲神農獎 提供產業建言

回顧新鵝舍從無到有，吳祥斌內心有過多次天人交戰，在投資效益與鵝的健康之間拉鋸，最後之所以傾向鵝隻健康，吳祥斌表示，真正原因是他領悟到鵝的健康關係著產品的優劣。



有了水簾式的產房，鵝媽媽可以在舒適的環境待產



為讓肉鵝獲得更均衡的營養，吳祥斌不惜成本打造高檔飼料攪拌機



吳祥斌將負壓設備引進母鵝產房，使水池未造成濕度提升

他設想，如果上市產品來自一隻病鵝，消費者食用後，身體產生負面影響，可想而知商譽將遭受波及，銷路必然萎縮，屆時花再多的金錢恐怕也難以挽回流失的客源，與其如此，乾脆多花些錢，讓每隻鵝都可以「昂首闊步」地賣到市場。

民國91年擔任中華民國養鵝協會理事長時，吳祥斌提出優質鵝肉肉鵝場、優質種鵝肉鵝場主張，糾合同道合的業者組成優質鵝肉技術服務團展開宣導，2年後吳祥斌以身作則，取得優質鵝肉肉鵝場、優質種鵝肉鵝場證書，說明吳祥斌的主張不是空喊口號。

吳祥斌的努力引起農委會注意，民國94年，他獲得台灣農民的最高榮譽「神農獎」，當時吳祥斌年僅39歲，滿腦子的新觀念及豐沛的活力，在業界頗受矚目，並成為政府重要產業政策的諮詢對象之一，多次接受政府邀請出席產業會議，針對產業政策提出建言。

提升肉質 篩選野草餵養



為培養優質肉鵝，吳祥斌另行闢地栽種狼尾草作為飼料

完成密閉式光照環境控制水簾式鵝舍後，吳祥斌的下一步是設法提升鵝的肉質。長年接觸鵝、鴨，他深知兩者肉質之間的差異，鴨是雜食性家禽，葷素不拘，反觀鵝以草食為主，如果配合其生理機能，單純餵養青草，鵝肉肉質應更為鮮嫩多汁。

吳祥斌再度求助於專家學者，就近分析雲林沿海常見的草本植物中，哪些適合作為鵝飼料，經篩選數十種野草後，以耐強風、抗旱的狼尾草為最佳選擇。

吳祥斌表示，中興大學教授認為，狼尾草含有豐富的纖維質與蛋白質，十分符合鵝的生理機能。

此外，狼尾草是沿海原生植物，可運用現有土地進行人工栽種，夏天飼料不虞匱乏，冬天生長緩慢，略為添購飼料便可補足整個鵝場所需，曾有業者表示，市售飼料的鵝肉代換率為3:1，意即鵝隻吃了3台斤飼料可以長出1台斤的肉，若吃狼尾草，代換率卻

不到1/10，未必划算，吳祥斌卻有獨到看法，他認為以狼尾草養鵝不但可以提高品質，如以一隻鵝省下30元飼料計算，6萬隻鵝便能省下180萬元，數目相當可觀。

帶頭示範 預防流感入侵

除了嚴格控管環境與飼料，吳祥斌也重視疫情防範，早在政府採取防範禽流感相關措施前半年，即與養鵝協會成員研商防範之道；去年7月18日，首場養鵝場圍網示範



春江水暖「鵝」先知（朱義朝/攝影作品）



為防範禽流感，吳祥斌帶頭示範架起圍網，養鵝同業紛紛跟進



鵝肉香腸是吳祥斌將豬肉加工品概念帶進新產品的嘗試



為搶奪節慶市場，吳祥斌委託專人開發3種不同的禮盒包裝



吳祥斌善用鵝蛋的多變，幻化成各種討喜的藝品



優質鵝肉登上國宴舞台後，吳祥斌更打出總統牌促銷



為迎合年節市場需求，吳祥斌不斷研發產品拓展商機

觀摩，便在芳源畜牧場舉行，當天除全台養鵝業者外，各縣市家畜疾病防所及農委會防疫人員也前來參觀。

吳祥斌表示，為避免圍網遭巨風吹破、鵝隻啄損形成防疫漏洞，圍網需依台灣的天候設計，每個網目直徑約3公分，足以抵擋強烈颱風，網絲分成兩部分，底層針對鵝喜歡啄東西的嗜好以不鏽鋼製成，上層則為一般PE材質、以降低成本。

鵝是水禽，鵝寮必須圍一池水塘，吳祥斌根據專家建議，在圍網通往水塘的入口設計2種不同機關：一種是簡易推門，門扉懸在通道，擁有2公斤力道的家禽才能推開，一般候鳥將被阻隔在外；另一種則是將入口以拖網向下延伸至水塘，網面末端距離水面約10公分，飛行呈弧形路線的候鳥便難以入侵。

吳祥斌強調，解除產業危機不能靠運氣，如果業者不願投資設備隔離候鳥與家禽，未來可能付出極大代價；有了吳祥斌的示範，養鵝業者紛紛跟進，台灣水禽產業有驚無險地度過那段禽流感風聲鶴唳的期間，吳祥斌的帶頭示範，對保護本土養鵝產業發揮一定程度的影響。

仿照國外 自製生產履歷

加強防疫的同時，吳祥斌也發現台灣畜牧業的隱憂——業者幾無安全食品的觀念，一旦爆發負面訊息，整個產業無一倖免，民國80年代發生的口蹄疫便是最佳例子，直至如今，每回司法單位查獲不肖業者屠宰病死豬的消息披露，豬肉價格便盪到谷底，但台糖毛豬卻不受影響，旗下賣場的豬肉、香腸、貢丸甚至賣到缺貨，也讓吳祥斌了解，一旦品牌在市場建立了信譽，便不畏無端的風風雨雨干擾。民國90年起，吳祥斌仿照外國模式，自行製作生產履歷，將每天餵食、注射疫苗等作業逐一記錄。

為了落實生產履歷，吳祥斌配合餵鵝工人上班時間全程監督，一發現缺失立即要求改進；鵝舍大門則掛上防疫守則，提醒工作人員遵守，門外並闢建一間更衣室，進入鵝舍得換穿消毒過的工作服；每個飼料桶並標示編號，隨時了解飼料裝填時間、是否過期等資訊。

國立嘉義大學機械工程系畢業的吳祥斌深知電腦的好處，開水禽產業界先河，率先以電腦記錄母鵝的產蛋次數，以數據作為鵝群補充飼料營養的依據，鵝舍則廣植花木，除了綠美化環境，夏天時並提供鵝群乘涼之用。

贏得認同 德不孤必有鄰

為推動成立優質鵝肉服務團，吳祥斌四處與業者溝通安全食品的觀念及理想，台灣於民國96年落實生產履歷制度，但吳祥斌與養鵝協會夥伴的想法則較其他產業快了好幾

拍，連農委會官員也不禁稱許。

然而，這樣的構想並未獲得民眾普遍的認同，消費者取捨商品仍舊停留在「俗擱大碗」，吳祥斌坦承無力感很深，周遭朋友也不抱持樂觀，認為他的理想曲高和寡，與市場現實面有極大落差，尤其國內尚未成立認證機構，尚有許多難題等待解決。

去年底發生的「瀝青鴨事件」雖經證實是一場烏龍，但接踵而來的食品安全疑慮相關報導卻層出不窮，「食品安全」的概念漸漸在消費者的心裡發芽，吳祥斌與協會成員的堅持也獲得愈來愈多的迴響，更多消費者了解購買擁有生產履歷的農產品才有保障，即使購買的產品有瑕疵，也可透過包裝的條碼追出產品來源及哪個環節出了問題。

進軍國際 接受嚴格考驗

地球村的時代來臨，吳祥斌深知，鵝肉不能侷限於國內市場，外國農產品挾低價傾銷台灣，但養鵝產業不能靠降價求生存，必須放寬視野，但進軍國際市場就得拿出高品質產品，才能通過歐美等國家的高門檻檢驗，自此，吳祥斌從飼料場的挑選，到鵝的育種、孵化、宰殺、加工過程都比照國際級規格，並引進真空包裝，鵝肉存放在攝氏零下25度可以長期保鮮。

民國96年，吳祥斌參加東京食品展，以TAIWAN GOOSE（台灣鵝）品牌闖蕩東瀛，見識日本檢疫工作的嚴苛，每項產品需經過70項檢驗才能放行，最後如願通過厚生省藥物殘留檢驗，進入國際商展，代表台灣鵝肉禁得起考驗，隔年不少貿易商主動接洽外銷事宜，目前日本、韓國、新加坡都吃得到台灣鵝。

為了早日達成進軍國際的夢想，吳祥斌去年初向國際組織HACCP提出申請，有了之前模擬生產履歷的經驗，並順利取得ISO2000認證，認證期間，吳祥斌不敢掉以輕心，每道程序都戰戰兢兢，惟恐一不小心有所疏漏，煮熟的「鴨子」當真飛了。

3月收到這張證書，吳祥斌心花怒放，薄薄的證書卻是長久努力的成果，也代表拿到一張外銷美國、歐盟的入場券，與此同時，吳祥斌在網路上看到世界衛生組織(WHO)



為營造最佳的養殖環境，吳祥斌在畜牧場栽種大樹供鵝隻乘涼



吳祥斌將每個飼料桶編號記錄，希望肉鵝可以享用最新鮮的飼料



為防止病菌入侵，吳祥斌在鵝舍入口設置更衣室

發布的研究報告，指2007年度健康食材評選中，鵝肉在所有肉類中排名第一，對優質鵝肉行銷有加乘效果，吳祥斌興奮地喊著「歐盟超級市場，台灣鵝來了！」

國際認證・農委會掛保證

民國96年，行政院農委會正式開辦生產履歷認證，吳祥斌的芳源畜牧場於10月成為全國第一家通過鵝肉產銷履歷認證的鵝場，吳祥斌自豪地表示，他的鵝肉不但好吃，而且沒有藥物殘留，有了國際認證及農委會「掛保證」，消

費者根本不必擔心了。

吳祥斌說，對於業者及消費者而言，落實生產履歷可說是雙贏局面，藉由政府監督的機制，業者將鵝肉從孵化、成長、宰殺、加工、上市等過程攤開在陽光下，消費者可以經由產品條碼了解「餐盤裡的鵝肉是怎麼來的」，而業者公開飼養、加工等過程，可以更精準概算出每隻肉鵝的成本，有助於評估生產成本的調整，更重要的是，即使市場傳出負面傳聞，取得生產履歷的業者就像領到「免死金牌」，不致於發生骨牌效應而承受無妄之災。

環顧國內肉品市場，鵝肉普及度始終無法與雞、鴨等家禽相比，吳祥斌明白，鵝肉若無法征服消費者的胃，市場拓展將十分有限，既然高檔鵝肉以年輕族群為主，即應以該族群可以接受的方式行銷。

安全美味・獲選國宴食材

吳祥斌將觸角伸入校園，擔任中華民國養鵝協會理事長6年任內，巡迴全台設有餐飲科的學校舉辦烹飪及美食品嚐，透過年輕學子的創意，將E世代喜愛的慕思、果醬、草莓、巧克力等食材與鵝肉搭配，開創一道道獨特的佳餚。

此外，針對新一代的消費者使用網路的習慣，吳祥斌也架設專屬網站宣傳，一張張精心拍攝的鵝肉料理讓人食指大動，果真發揮效果，訂購電話一通通傳來，吳祥斌估算，平均每年約以五成速度攀升，民國95年新產品首度推出就創下1萬隻的成績，隔年賣出1萬5千隻，預估今年可達到2萬隻；多年前，並獲指定為國宴食材，集諸多榮耀於一身、羨煞不少人，但背後付出的心血，卻是旁人所無法體會，對吳祥斌來說，不論是童年露宿荒郊或如今開發高檔鵝肉市場，路走得同樣艱辛，態度則是同樣認真。

站在國際舞台上，對岸也注意到吳祥斌的成就，多方透過管道表達以每枚鵝蛋14美元的價格收購，這樣的優異條件令他受寵若驚，雖是在商言商，但吳祥斌深思的是，台灣鴨農、鵝農辛勤付出、得來不易的成就，會不會被對岸所取代？重覆為他人作嫁衣裳的悲哀？

養鵝防老 期盼永續經營

吳祥斌表示，雲林縣飼養肉鵝比例占全國56%，可說是台灣肉鵝的故鄉，每位業者對於養鵝都有一份深厚的情感，無不希望這是一個可以世代相傳的家業，而「養鵝防老」也是他對於晚年的期盼，更是對台灣養鵝產業永續經營的冀望，他衷心期盼養鵝產業在台灣發揚光大。這份依戀，不僅是吳祥斌大半輩子維繫的事業，也是祖孫三代薪火相傳的信念。



吳祥斌製作旗幟宣傳，強調該場肉鵝以草料飼養