

美國豬肉利基市場現況

美國養豬生產企業化後，在內銷與外銷豬肉的市場上，已經開始出現特殊的利基。美國傳統家庭式農業型態的轉變，以及1990年代末期豬價的低迷，兩者均促進利基市場的發展。例如，運用異於傳統的方式銷售豬肉，包括網路拍賣、地方性屠宰場自行販售、直銷、農民架設網站自產自銷，或是特定消費群之區隔銷售等，都創造出新型的利基市場。

2003年，愛荷華州成功的豬肉銷售案例；盤克夏(Berkshire)豬就是一個拓展利基市場、重新風行的經典。盤克夏豬的肉質以柔韌和風味享譽；近10年來，美國登記盤克夏的豬場即增加了4倍。另外，「自然豬」(Natural Pork)也是一個相當大的利基市場，其強調的特色為：

1. 具優良品種。
2. 以高品質的小麥及大麥來取代玉米飼料。
3. 不餵飼抗生素和葷料(動物性副產品)。
4. 絕不注射任何激素。
5. 飼育方式皆符合福祉要求，以及嚴格評估農場環境及設備，詳細紀錄每隻豬的成長健康狀況。

很多美國消費者開始關心豬肉的生產環境、食品安全、動物福祉與豬場結構等議題；這種消費者導向讓豬農生產符合其需求的產品；額外增加的成本消費者亦樂意支付。豬肉利基市場內，中小型豬農比較活躍，因其產品容易區隔，且方便表現獨特的品質。這些獨特品質訴求包含豬種、肉質、鮮度、風味、嫩度，以及環保。另外，品質保證的要求通常包括：無添加抗生素和生長激素，特殊地理形式的家庭農場生產，自然、有機、或放牧的飼養，人道管理、優良豬種、順應動物習性的生產環境，以及純素飼料(無動物性副產物之添加)等。

豬肉利基市場和一般主流商品市場全然不同，整個生產方式亦完全不同於集約模式，是一種特色的生產。發展利基市場有其關鍵，在於產品是否具有消費者所認知的特殊價值，而且需以顧客需求為產品生產的導向。

發展特色的豬肉市場，將使中小型豬農尋得競爭利基，不致於被企業養豬所淘汰。美國養豬的大規模統合經營、跨國企業生產的環境中，這些豬農們另創一種新生存之道。

(黃群中、顏宏達摘譯/黃玉鴻審 J Anim Sci, 84:2269-2275, 2006)