

出國報告（出國類別：考察）

赴中國大陸參訪「第四屆(2014)中國  
黃羽肉雞行業發展大會」及  
考察大陸家禽代表性企業集團

服務機關：行政院農業委員會畜牧處

姓名職稱：江文全簡任技正兼科長、陳志維技正

派赴國家：中國大陸

出國期間：103年09月24日至103年09月29日

報告日期：103年12月23日

## 摘 要

本次參訪中國農業科學院家禽研究所及中國大陸家禽代表性企業集團如廣東溫氏食品南京分公司、江蘇高郵鴨集團、天歌鵝業發展有限公司；並參加第4屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會，考量我國家禽產業以加工技術優勢積極開拓對岸市場，且在外銷市場上存在競合關係，亟需深入瞭解並蒐集相關資訊，作為相關國內產業輔導推廣與兩岸農業經貿政策之參考。謹將重點摘要如下：

- 一、目前江蘇省家禽科學研究所之相關人員包含 200 位研究員、70 位技工，該所現階段主要任務及研究重點包括(1)品種保護、(2)品種選育、(3)家禽飼養方式與環境控制、(4)食品安全，如食品生產之安全性及「標準」之建立（如三聚氰胺之檢測標準）、(5)家禽疾病研究及(6)調查統計資訊系統與文獻保存。
- 二、廣東溫氏食品集團南京分公司秉承「公司+農戶」的合作模式，實行產、供、銷一條龍生產經營，以自產自銷形式有計畫性地完成整個生產經營流程，帶領當地農民實現增加營收並致富，推動當地農村經濟發展與繁榮。
- 三、江蘇高郵鴨集團亦依照「公司+基地+農戶+合作社」的模式，大力推動高郵鴨產業化經營，透過「訂單農業、保價收購」等模式，提供鴨農一條龍服務。
- 四、揚州天歌鵝業發展有限公司位於揚州高郵市送橋鎮，由於當地現階段欠缺工人，造成養鵝農民顯著減少，成為當前揚州鵝企業的首要解決問題。
- 五、第4屆中國黃羽肉雞行業發展大會，係由中國畜牧業協會主辦，而中國畜牧業協會禽業分會及國家肉雞產業技術體系相關單位共同辦理之，在浙江省寧波市召開，大會主題為「轉型與升級-

新形勢下的產業變革之路」，旨在共同探討中國大陸黃羽肉雞（即有色肉雞）行業的發展趨勢，分析未來趨勢下中國大陸有關政策與方向，相互交流先進的生產管理、科技研究及技術經驗，突破產業目前所面臨的發展瓶頸。本次大會的重點在於中國大陸相關業者思考未來恐將關閉活禽交易市場後的轉變（即我國推動之傳統市場禁宰活禽政策），是否逐漸朝向生鮮冷藏等產品或加工產品進行生產，邀集各地專家、學者及企業主針對前開問題進行研究與探討，找出有效解決的辦法。

## 目 次

壹、出國目的-----	5
貳、出國行程-----	6
參、參訪行程內容-----	7
一、參訪中國農業科學院家禽研究所-----	7
二、考察中國大陸家禽代表性企業集團活動-----	8
三、參加第4屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會-----	13
肆、心得感想與檢討建議-----	20
伍、附件(照片)-----	23

# 赴中國大陸參訪「第四屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會」及考察大陸家禽代表性企業集團報告

## 壹、出國目的

鑒於中國大陸與我飲食文化相近，考量我國家禽產業以加工技術優勢積極開拓對岸市場，且在外銷市場上存在競合關係，亟需深入瞭解並蒐集相關資訊，作為相關國內產業輔導推廣與兩岸農業經貿政策之參考。

本次考察及參訪之重要行程簡列如下：

### 一、中國農業科學院家禽研究所：中國大陸最核心及家禽科研單位與國家活體基因庫。

中國大陸近年來積極投入畜禽遺傳資源調查及建立畜禽遺傳資源法律體系之工作上，已有顯著成效，同時也建立以保種場為主、保護區和基因庫為輔的畜禽遺傳資源保種體系，並快速更新升級各場所軟硬體設備設施，加強種畜禽資源之運用。

### 二、中國大陸家禽代表性企業集團：就雞、鴨、鵝分別為廣東溫氏食品南京分公司、江蘇高郵鴨集團、天歌鵝業發展有限公司。

### 三、第4屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會：

每年中國大陸相關家禽產業均定期舉辦行業大會，本(103)年適逢兩年一次之黃羽肉雞行業大會，訂於本年9月26日至28日在浙江寧波市舉行，該大會就其產業發展議題進行廣泛交流，分享最新黃羽肉雞的生產管理、科研發展及技術經驗，為蒐集中國大陸有色肉雞資訊最佳之場域。

貳、出國行程

「中國大陸家禽產業發展考察及資訊蒐集」行程

103.9.24~103.9.29 (共 6 天)

日期	預定行程	備註
9 月 24 日 (三)	臺北→經香港轉機 →南京	路程 參訪廣東溫氏食品南京分公司
9 月 25 日 (四)	南京→揚州	考察及參訪 1.中國農業科學院家禽研究所 2.天歌鵝業發展有限公司 3.江蘇高郵鴨集團
9 月 26 日 (五)	揚州→鎮江→寧波	路程及整理資料
9 月 27 日 (六)	寧波	出席參加第 4 屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會、展覽、研討會等活動
9 月 28 日 (日)	寧波	
9 月 29 日 (一)	寧波→經香港轉機 →臺北	路程

## 參、參訪行程內容

### 一、中國農業科學院家禽研究所

查中國大陸農業部係依畜牧法等相關法令建立種畜禽保護工作，除北京畜禽遺傳資源體細胞基因庫外，並分別於 2010 年及 2011 年公告兩批國家級畜禽遺傳資源保護場所，目前共計 6 個（活體）基因庫及 20 餘個保護區與超過 100 多個保種場，透過該等場所形成之體系，對於大陸原產畜禽遺傳資源進行重點保護，並作為支援發展特色化優質商業品系育種之材料庫。本次係於 9 月 26 日上午 11 時參訪 6 個基因庫之一的中國農業科學院家禽研究所。

江蘇省家禽科學研究所（暨中國農業科學院家禽研究所）原位於江蘇泰州市，目前則新建於江蘇揚州市，該所是大陸地區家禽科研的中心，同時兼負大陸地區家禽性能檢定、品種評估、種原利用及育種策略之核心工作，該所於 2000 年承擔中國大陸農業部國家地方禽種資源基因庫建設項目-建置地方雞種雞因庫，是中國第一個家禽活體基因庫、同時也是目前全球最大的家禽活體基因庫。現有保存中國珍稀或瀕危的雞種 32 個及國外雞種 3 個，並建立 154 個地方禽種資源 DNA 庫，保存近萬份個體的血液和基因組 DNA 樣品。

9 月 26 日上午抵達江蘇揚州市邗江區之江蘇省家禽科學研究所參訪時，由鄒劍敏所長及竇新紅主任親自接待並簡介，目前該單位相關人員包含 200 位研究員、70 位技工。該所現階段主要任務及研究重點包括(1)品種保護、(2)品種選育、(3)家禽飼養方式與環境控制、(4)食品安全，如食品生產之安全性及「標準」之建立（如三聚氰胺之檢測標準）、(5)家禽疾病研究及(6)調查統計資訊系統與文獻保存。

## 二、中國大陸家禽代表性企業集團

### (一) 廣東溫氏食品集團南京分公司

本次訪問位於江蘇南京市溧水區之廣東溫氏食品集團南京分公司，為其所屬分公司之一；1983 年在廣東新興發跡的溫氏集團在全國有 178 家分公司，其在香港亦占 30% 之市場占有率，2012 年營業額超過 300 億人民幣。溫氏集團主要商品為毛豬與有色肉雞，並藉由在毛豬與雞隻身上各自安裝耳標及腳環，作為辨別，憑藉此方式一方面保護生產者，同時也保障消費者的權益。

惟在中國大陸消費市場中，有色肉雞倘以屠體進行買賣交易，其特色化及差異性則無從分辨，消費者就可能不會購買價格相對較高之優質土雞；爰此，中國大陸各地有色肉雞育種公司現階段積極進行品種改良，期降低養殖成本。另在去(2013)年 H7N9 禽流感疫情爆發後，溫氏集團受到嚴重衝擊，且喪失大半的交易市場；雞隻生產量也由原先的 8.65 億隻下降到 7 億隻，惟該集團毛豬由 840 萬頭成長至 1,200 萬頭。

9 月 24 日下午抵達南京市溧水區之廣東溫氏食品集團南京分公司參訪時，先後與溫志芬總裁、陳峰副總裁見面認識，由陳永華總經理引導參訪南京溫氏，該分公司目前員工總人數為 206 人；陳峰副總裁簡介南京溫氏於 2007 年先後設立了肉雞服務部、銷售部、財務部及辦公室，並建造了年產 10 萬噸之飼料廠 1 座，該分公司秉承「公司+農戶」的合作模式，實行產、供、銷一條龍生產經營，對於合作飼養戶施行「四統一保」之方式，即統一提供種禽、統一提供飼料、統一提供技術服務、統一提供動物用藥及產品實行保價收購，以自產自銷形



式有計畫性地完成整個生產經營流程，帶領當地農民實現增加營收並致富，推動當地農村經濟發展與繁榮。

## （二）新康德禽業有限公司

於 9 月 25 日上午參觀江蘇南通市之新康德禽業有限公司，由王文根總經理帶領參觀剛新建完成不久的液蛋工廠。該公司係於 2007 年由江蘇省級農業龍頭企業-南通康德生物製品有限公司投資興建，工廠佔地 52,000 平方公尺；目前新康德禽業有限公司之牧場在養蛋種雞、蛋中雞及產蛋雞等共 50 萬隻，整年約 40 萬隻雞產蛋，所生產之雞蛋全部運送至南通康德生物製品有限公司加工成蛋粉、蛋液、溶菌酶等產品。

值得一提的是其牧場之雞舍採全密閉式負壓環控飼養模式，每平方公尺飼養 32.5 隻蛋雞，單棟飼養隻數達 45,000 隻，雞蛋生產過程全部自動化控制；又其糞便廢棄物處理系統為雞糞掉落在雞舍內每層清糞帶上，每天以 24 小時分層風乾，水分降到 65% 以下，透過縱向、橫向、斜向三級輸送，直接輸送到雞舍外的車輛上；風乾的雞糞由有機肥加工廠收購加工，或自家公司再處理，經過涼曬、發酵、粉碎、打粒、包裝等流程，生產生物有機肥料並販售。

## （三）江蘇高郵鴨集團

9 月 25 日下午則驅車至江蘇家禽研究所高郵鴨育種繁殖中心拜訪江蘇高郵鴨集團，以及參訪中國鴨文化博物館。

江蘇省政府農業廳為推動高郵鴨產業化經營，委由江蘇高郵鴨集團予以積極推廣；該集團是集合高郵鴨資源保護、科研選育、雛鴨孵化、品種推廣、高效能大規模養殖，且集鴨蛋、

鴨肉等加工與銷售於一體的農業產業化國家重點龍頭企業，是全中國大陸鴨蛋加工產業中唯一榮獲「國家蛋品加工技術研發分中心」之稱號的企業。近年來，該集團依照「公司+基地+農戶+合作社」的模式，大力推動高郵鴨產業化經營，透過「訂單農業、保價收購」等模式，提供鴨農一條龍服務。目前，該集團現有 4 大中心，包括 1.種原繁殖育種中心，為一國家級鴨隻種原保種場；2.蛋品肉品加工中心；3.商業貿易物流中心，為一國家級中型物流企業；4.蛋品加工技術研發分中心，即上開所述之國家級研發分中心。

該集團現有 9 個高郵鴨規模養殖基地，2013 年與全高郵市 1.8 萬戶鴨農契約養鴨共 380 多萬隻，加工蛋品近 2 億枚。其所生產之「紅太陽」牌鹹鴨蛋榮獲中國大陸「國家品牌農產品」稱號。此外，江蘇高郵一帶的麻鴨，以生產雙黃蛋聞名，近年來更成為高郵地區著名的特色產品；2011 年該集團與江蘇省家禽科學研究所共同研發之「蘇郵 1 號」蛋鴨新品種，已通過中國大陸國家品種資源委員會審定，目前，高郵鴨年產蛋量已提高近 280 枚，雙黃蛋產出率顯著提升，依據該育種中心研究人員指出，雙黃蛋的比例約 1.5 至 3.0% 左右；從生理上來看，體型大之家禽，初產時的排卵調節較不規則，較常出現同時排出多濾泡（卵黃）之情形，爰高郵鴨屬大體型鴨種，加上人為選拔，致有較高之雙黃蛋比例。

該集團於 2011 年 4 月興建了「中國鴨文化博物館」，核心展區共 2,800 平方公尺，號稱為中國大陸甚至世界上首創之介紹鴨的博物館。

#### (四) 天歌鵝業發展有限公司

於 9 月 26 日上午一大早旋即趕路，準備參觀揚州天歌鵝業發展有限公司，該公司位於揚州高郵市送橋鎮，為一民間企業公司，其長期與揚州大學及江蘇省家禽科學研究所進行產學合作，經過 20 餘年研發出「揚州鵝」之國家級地方品種的鵝。是日會面與 1 位已退休的趙教授（研究鵝的權威學者）及張勇副總經理洽談約 40 分鐘，並帶著我們參觀該公司的養鵝基地，惟由於當地現階段以發展「照明」工業為主，欠缺工人，使得農民也跟著投入該工業之生產，造成養鵝農民顯著減少，成為當前揚州鵝企業的首要解決問題。

#### (五) 浙江光大種禽業有限公司

9 月 28 日的下午趁著第 4 屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會中研討相關禽流感等議題的空檔，另行參訪浙江光大種禽業有限公司。該公司倪國萍董事長介紹其為一民間企業，目前雖仍位於杭州市，但兼負國家級地方雞種基因庫保種的工作，並已在海寧興建更大之種原庫中心，近期內將搬遷至更具規模的基地（千島湖附近）。該公司亦屬於前揭 6 個基因庫之一，為國家級地方雞種基因庫（浙江），是一家專業從事優質雞保種、育種及研究開發的民營企業，也是唯一由民間機構承擔保種之國家級畜禽遺傳資源基因庫，現有保存東南地區 15 個地方品種（品系），包括蕭山雞，崇仁麻雞、白耳黃雞、文昌雞、綠殼蛋雞等，保存資源之產業化應用程度高。

該公司前身是浙江種雞場，創建於 1986 年。先於 1987 年引進法國 ISA Brown 的產蛋種雞，之後 10 年間協助地方發

展蛋雞產業，貢獻卓著。後來，該公司開始進行地方雞品種的收集與保種，同時也進行保種雞隻種原的有效利用，先後育成了梅嶺、梅黃、梅麻等商業雞種，年生產 3,000 萬隻，且這 3 個品系在浙江每年舉辦的「優質名雞」評選活動中，均名列前三名，成功的把地方雞種推廣，並生產利用。

鑒於該公司擁有許多的地方雞種，2006 年通過中國大陸國家級地方雞種基因庫審定，則兼負起保種的工作，目前該公司的基因庫保有 15 個地方雞種；然該公司與江蘇省家禽科學研究所同時進行種原保存，分工上，民間企業著重保種雞利用的育種，研究所則以種原的研究為主。光大公司每保存 1 個品種需要每年約 10 萬元的經費(涵蓋母雞 350 隻/品種、公雞 120 隻/品種)。

目前光大公司商業體系為「公司+基地+農民+窗口(B2B)」，在其商業模式的「窗口」(B2B)中，所有的公雞均為閩雞。而該公司產品係於長江三角地帶進行銷售，銷售管道則透過社區規劃、推廣計畫、餐廳、政府資訊網等散布傳播出去，統計目前於每年的五月之前、八到十月、春節及中元節時期，所銷售的雞隻數量達到相對高峰。

### 三、第 4 屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會

2014 年 9 月 26 日至 28 日舉辦的第 4 屆中國黃羽肉雞行業發展大會，係由中國畜牧業協會主辦，而中國畜牧業協會禽業分會及中國大陸有關肉雞產業技術體系之相關單位共同辦理，在浙江省寧波市召開，大會主題為「轉型與升級-新形勢下的產業變革之路」，旨在共同探討中國大陸黃羽肉雞（即有色肉雞）行業的發展趨勢，分析未來趨勢下中國大陸有關政策與方向，相互交流先進的生產管理、科技研究及技術經驗，突破產業目前所面臨的發展瓶頸。本大會與會人員包括中國大陸農業部畜牧業司副司長王宗禮，中國畜牧業協會副會長兼秘書長暨全國畜牧總站黨委書記何新天，中國畜牧業協會副秘書長兼禽業分會秘書長宮桂芬等高階中國大陸官員出席大會，統計來自中國大陸各地的專家學者、企業家、媒體等 500 多人參加，該大會由中國畜牧業協會副會長、中國畜牧業協會禽業分會執行會長、廣東溫氏食品集團股份有限公司總裁溫志芬主持。

就中國畜牧業協會副會長兼秘書長何新天向大會所致開幕詞中可發現，近年來中國大陸有色肉雞產業化發展雖快，出現了很多現代化企業集團，透過「公司+農戶」、「公司+基地（農場）」和「公司+家庭農場」等各種模式，實現所謂「縱向一體化」或「橫向一體化」（即垂直整合與跨域結合）等經營體系，提升了整體的經濟效益，惟同時也暴露出一些亟待解決的問題，如產業發展缺乏全盤規劃，或者品種繁多導致市場混亂等；尤以 2013 年以來，中國大陸有色肉雞產業因 H7N9 禽流感更遭受了巨大衝擊，特別是有色肉雞在中國大陸係有 85% 是以活雞的方式交易，故本次大會的重點在於中國大陸相關業者思考未來恐將關閉活禽交易市場後的轉變（即我國推動之傳統市場禁宰活禽政策），是否逐漸朝向生鮮冷藏等產品或加工產品進行生

產，邀集各地專家、學者及企業主針對前開問題進行研究與探討，找出有效解決的辦法。

謹將該大會重點摘要如下：

(一) 中國大陸農業部畜牧業司副司長王宗禮做《發展現代畜牧業的思路和政策》專題報告，重點略以：

1. 中國大陸肉雞產業快速發展，保持穩定增長；惟近年受到了重大衝擊，肉雞生產形勢嚴峻，損失慘重。
2. 家禽業生產形勢：2013 年是中國大陸家禽業遭受損失最重的一年。
3. 中國大陸肉雞業的特點：(1) 產業基礎擴大(2) 集中度高(3) 出口優勢明顯。
4. 副司長王宗禮分析 2014 年 1~9 月份全中國大陸畜牧業的發展現狀，著重在黃羽肉雞（有色肉雞）生產及疫病防治方面；同時指出目前中國大陸畜牧業遭遇之困境，包括(1) 政策仍不夠完善，環保壓力更大，提出更高要求(2) 環境資源竭盡使用(3) 重大疫病的防治(4) 食品安全問題時有發生(5) 市場風險進一步加大。
5. 建議未來應做好以下工作：(1) 加快轉型升級，加快標準化養殖(2) 建立健全之防疫體制(3) 注重黃羽肉雞的品質安全(4) 加強重大疫病的防治(5) 加強 H7N9 流感之正面宣傳。
6. 感想與心得：(1) 中國大陸家禽產業，過去：H7N9 禽流感衝擊產業；現況：由於缺工、水電費上漲、近年價格波動幅度大，開始進行優質黃羽肉雞品種的改良；未來：注重產學研合作、研發使雞隻差異化、重大疾病的防治（如 H7N9）、開發創新性、進入秋季嚴防禽流感等疫情。(2) 「屠體交易」未來亦將

在中國大陸成為主要趨勢。

(二) 中國畜牧業協會副秘書長、中國畜牧業協會禽業分會秘書長宮桂芬做《中國黃羽肉雞產業發展現狀及未來發展趨勢》專題報告，重點略以：

#### 1. 黃羽肉雞品種及分類介紹

##### (1) 品種分類（按生長速度劃分）：

- a. 快速型：具有生長速度快、出欄時間短、料肉比（飼料換肉率）低、生產效率高等優勢；同時具有大規模屠宰優勢，生產鏈容易拉長，在當前中國大陸倡導交易手段由「活禽」轉「冷鮮」形勢下，市場有擴大趨勢。
- b. 中速型：生產速率和肉質感官，介於快速型與慢速型之間；一定程度上兼顧生產性能與雞肉品質，在中國大陸西南地區具有較明顯的競爭優勢。
- c. 慢速型：飼養成本較高，以放養為主；肉質、口感、風味等感官品質突出，價格高於其它類型。其主要市場為中高檔餐廳，或以活雞、禮盒等形式進入家庭消費；生產獲利較其它類型相對穩定。但若遇重大突發事件，特別是遭遇市場長期低迷（如 2013 年人感染 H7N9 流感），虧損程度往往更大。
- d. 蛋肉兼用型：為適應市場對優質雞肉和土雞蛋的需求，由企業所研發出來。雞蛋可作為高檔品牌土特產銷售，淘汰時雞肉的口感俱佳，作為售價較高的優質老母雞銷售，可大大增加產品附加價值，且有助於分散市場風險。

(2) 毛雞養殖效益：在 2013 年 34 家中國大陸樣本企業黃羽肉用毛雞營利水準中，高達 33 家企業毛雞單隻單家盈利為負值，

處於虧損狀態；只有 1 家企業的毛雞單隻盈利為正值，約為人民幣 0.22 元/隻。

## 2. 未來生產形勢展望及建議

### (1) 形勢展望：

- a. 交易方式將由活禽轉向冷鮮、凍品等加工品的方向過渡。
- b. 產業規模尤其是慢速型黃羽肉雞的規模將被迫縮減。
- c. 產業發展模式逐漸升級，集約化、標準化進程將加快。

### (2) 建議：

- a. 壓縮種雞族群規模，產能規模需適度調整。
- b. 朝向「公司+農戶」、「公司+基地」或「公司+家庭農場」等契約飼養模式轉變。
- c. 加大對黃羽肉雞加工產品和技術的研發，促進產業升級。
- d. 規範黃羽肉雞品種管理，加大優勢品種推廣。

## 3. 挑戰與機遇

- (1) 食品安全：決定企業生存與否。
- (2) 環境保護：成為產業發展路上的巨大限制。
- (3) 生物安全：飼養業者對整個動物用藥的正確使用。
- (4) 疫病問題：重視、預防重於治療。
- (5) 生產者與消費者的溝通和互動。
- (6) 企業品牌：不只是產品品牌。
- (7) 產業宣傳：與大眾傳媒溝通，進行科學與理性宣傳（導）。
- (8) 總量控制：避免盲目投資擴張、產銷失衡。
- (9) 經濟合作、打造財富共同體。
- (10) 科技服務業：託管服務、人才等。
- (11) 突發事件處理：多元發聲。



(三) 溫氏集團副董事長溫志芬總裁做《H7N9 陰影下黃羽雞養殖企業的生存與發展》的報告，重點略以：

1.2012 年前中國大陸黃羽雞產業發展狀況：

(1)2012 年祖代種雞存欄數（在養數）能夠充分滿足市場需求，全年上市黃羽肉雞約 43 億隻，其中約 85% 須通過活雞形式進行交易。

(2)2011 年養殖效益達到高峰。

(3)市場區域：黃羽雞市場 80% 集中在長江流域以南，且由於各地對黃羽雞體型、外貌要求不同，可將長江以南地區分為華南市場、華東市場、華中市場與西南市場；這些地區是目前中國大陸黃羽雞生產、銷售的主要產區。

(4)長江以南區域 70% 以「活禽」方式銷售，30% 屠宰後上市；而屠宰產品也多為中低檔黃羽肉雞。

2.兩次 H7N9 事件對黃羽肉雞業的衝擊：

(1)中國大陸各界反應：

a.媒體：過度反應、過度報導。

b.衛生界：部分衛生界專家呼籲人們不接觸活禽，少到活禽交易場所，並遠離禽隻。

c.大陸政府：動用行政手段，在部分城市中心城區禁止活禽交易，並逐步推廣。

(2)企業應對措施：

a.自覺減產：將產量降至原產能的 50%~60%，減少市場供應量。

b.低價促銷：將價格降低 30%，流向非敏感區域。

c.屠宰庫存：降價 70%，流向山東等地區之屠宰場。

d.人道毀滅：人道毀滅中小型雞，減少損失。

### 3.H7N9 事件的變化趨勢

(1)H7N9 病毒對人致病的強弱程度：病毒對人致病程度增強，事件繼續惡化，影響擴大；反之，隨時間推移，影響逐步淡化。

(2)媒體的炒作：媒體的輪番炒作報導，使事件影響擴大、加深；反之，影響減弱。

(3)行業（產業）抗議：據理抗議，表達訴求，有利於事件淡化。

### 4.黃羽肉雞企業的生存與發展

(1)積穀防飢，增強危機感：降低資產負債率，提高流動比率，在形勢好時，按銷售值一定比例提取風險準備金，備急時之用，提高資產變現能力。

(2)控制產能，轉向相關產業：目前家禽產品供應充足，產能相對過剩，行業必須達成共識，共同減產，做到進可攻，退可守；企業轉向發展養豬產業，甚至養牛、養羊產業。

(3)調整品種結構及育種方向：

a.增加大型品種比例，適應生鮮上市變化趨勢。

b.黃羽雞育種方向轉向屠宰分切方向，考慮屠宰率、屠體外觀、料肉比等指標。

(4)研發疫苗。

（四）江蘇省家禽科學研究所陳寬維研究員作《新形勢下黃雞育種的思考》的專題，重點略以：

1.冰鮮雞（生鮮冷藏的雞）的市場：中速型雞是冰鮮雞市場最佳選擇，中速型雞通常在母雞 70~95 天上市，特點為：

(1)生長速度適中，單位生產成本較優質雞行情低 20%~35%，適

合中等收入家庭消費。

(2)胸腿肌較好，腳脛粗細適中，皮膚光亮等特點，經過屠宰加工後的屠體美觀。

(3)第二性徵發育早，較大的雞冠符合南方人消費心理需求。

(4)有較好的雞肉品質，有適度的「雞味」。

(5)冰鮮後「雞味」的下降程度較輕。

2.冰鮮雞性狀的選育：冰鮮雞主要針對中速型雞，重點考慮中速型黃羽雞的育種有四，(1)屠體外觀；(2)胸腿肌及豐滿度；(3)第二性徵發育；(4)肉質。

3.屠體外觀：

(1)屠體外觀包括體型結構、皮膚（脛、腳）顏色、皮膚緊密度和透明度、毛孔粗細和密度等。

(2)外觀性狀的選擇，主要通過選擇品種和配套的品系；人工選擇有效，但難度較大。

4.體型結構

(1)體型結構是冰鮮雞最重要性狀之一，直接影響消費者購買慾。

(2)體重 1.6kg 左右母雞，其龍骨長度約為 10cm，較受市場歡迎。

5.影響冰鮮雞肉質的因素：(1)冰鮮時間及冰鮮技術，(2)貨品上架日期，(3)上市日齡，及(4)飼養環境、運動、飼料等。

6.綜合小結：

(1)冰鮮雞對黃羽雞市場影響有限，主要產品為中速型肉雞。

(2)冰鮮雞的育種方向與活雞市場的育種變化小，早熟、優質和均勻度是主要選擇性狀。

(3)快速型黃羽雞育種，需要在成本控制上有所突破。

#### 肆、心得感想與檢討建議

##### 一、臺灣有色雞育種應朝結合私人種雞公司推廣：

相較於中國大陸，臺灣對於雞隻種原的保種與研究工作開始較早，且研究成果豐碩，惟缺乏產業的利用；臺灣有色雞的飼養，除紅羽、黑羽雞是主流品種外，尚有許多特色雞的生產。近年來「地產地消」的消費模式，逐漸在消費行為中建立，我國可思考將多年保存的雞隻種原，輔導有意開發利用的民間種雞場，透過民間種雞場與各地區的農會或養雞協會結合，推動「地產地消」的特色家禽產品。

##### 二、行銷臺灣地方特色雞種：

舉例來說，國立中興大學保種的信義雞、金門雞、峨嵋雞等地方種原，是最佳行銷的地方雞種。類似於此成功的範例，包括法國的不列斯雞(Bresse)、中國大陸浙江的「光大梅嶺雞」；光大種禽業有限公司的成功，可做為臺灣保種雞利用的參考。其隱含的意義：「不僅是雞隻種原得以持續保存，更是飲食文化的延續」；對於產業界，可提升雞肉產品品質，因為現階段已過度追求生產效率；而對消費者而言，更可重新找到那失去許久且懷念的土雞。

##### 三、傳統交易方式面臨轉型：

中國大陸家禽的傳統交易方式為活禽交易，而這幾年發生的兩次 H7N9 禽流感中，活禽市場首當其衝；故如何解決活禽交易市場的危機，為各界必須思考的重要議題。

##### 四、中國大陸逐漸走向家禽指定場所屠宰：

由於中國大陸近年受到 H7N9 流感的重創，其擬仿效香港、我國家禽指定場所屠宰的作法；故要求其各省之黃羽肉雞業者配

合，改變市場活禽屠宰的銷售模式，以「冰鮮雞」進行屠體販售模式。然而，受到各業者的請命，中國大陸迄尚未冒然強制規定實施，從旁觀察到本次大會的重點即可一窺究竟，顯示大陸各地專家、學者及企業主於大會上對於上開議題進行熱烈討論的程度，亟欲找出有效解決方案。

#### 五、品種改良再提升：

生產者開始著手於有色肉雞的品種改良，藉由私下交配雞隻以使基因多樣化，維持市場上活禽交易的正常運作；同時也為因應屠體交易這制度所帶來的改變。

#### 六、整合為大規模經營：

中國大陸家禽飼養方式，由傳統的農戶飼養轉型為農民投向企業進行契養，將逐漸成為趨勢，此節和我國垂直整合契約飼養模式相似，同時，也代表著朝向大規模集約化的經營模式，農民因生產成本降低而有相當之穩定獲利。

#### 七、企業擴大規模以吸引注意：

在中國大陸各企業藉著拓展大規模經營化模式，不斷向上提升企業的規模，吸引政府注意以期獲得重視，並據此向大陸政府求得協助，同時，亦可能獲得一些相關特權，如：得到成立國家級基因庫的權利，屆時將能隨時研發新品種。

#### 八、「屠體交易」致中國大陸消費者及生產者損失相關權益：

目前中國大陸的浙江、江蘇一帶，在農民與企業、政府合作下，已經研發出許多品種（系）的雞隻；一旦市場上出現屠體交易制度的改變，屆時消費者對於雞隻的品種及特性便無從用肉眼觀察得知，生產者的收入也將受影響。

#### 九、比較中國大陸和臺灣在土雞銷售方面：中國大陸係以 B2B 的方

式進行活禽交易；我國則是使用 B2C 的經營模式，與透過產、官、學、研的方式研發新品種，以符合消費者需要的土雞。

十、未來臺灣家禽產品如何外銷至中國大陸之可能策略：

1. 主打 MIT 臺灣製造的品牌，並以大品牌帶動小品牌銷售模式。
2. 針對來臺灣自由行的陸客為主，並推廣電子銷售市場。
3. 發展適合長途運輸的加工產品。
4. 可集中於中國大陸的春節、中元節及中秋節等節慶進行銷售。
5. 臺灣擁有眾多優良品種雞隻的優勢（如：生長快速、體型較大、大腿部位強壯且大隻的紅羽土雞）。
6. 臺灣與中國大陸持續保持市場的暢通與交流。
7. 「屠宰衛生檢查」是臺灣家禽產業永續發展之重要武器。

伍、附件（照片）



廣東溫氏食品集團南京分公司



與廣東溫氏食品集團及南京溫氏分公司高層會談



南京溫氏分公司所合作的農民畜牧場



新康德禽業有限公司之液蛋加工廠





液蛋工廠內的塑膠蛋盤



液蛋工廠內的塑膠蛋盤及裝載方式



新康德禽業有限公司總經理現場解說



江蘇高郵鴨集團



高郵鴨的保種基地



簡介高郵鴨



高郵鴨之紅太陽品牌系列產品



高郵鴨標本



中國鴨文化博物館



鴨蛋加工廠一隅



參訪天歌鵝業發展有限公司



天歌鵝業顧問趙教授與江蘇省家禽科學研究所鄒劍敏所長



揚州鵝育種中心



江蘇省家禽科學研究所鄒劍敏所長



第 4 屆(2014)中國黃羽肉雞行業發展大會



大會展示區一隅





浙江光大種禽業有限公司



倪董事長簡介光大公司