

台灣乳業問題癥結所在

方清泉

中央畜產會家畜組組長

- 一、畜牧法乳業專章
- 二、進口液態乳
- 三、生乳價格
- 四、消費型態
- 五、產銷調節
- 六、國內乳業發展策略

台灣乳業自早期小規模飼養乳牛、集乳站收乳集運加工，發展至今已成為專業經營牧場、乳廠產能及設備現代化；期間無論在牧場飼養管理、牛乳品質與生乳計價、乳品市場行銷、廠農溝通與協商等之發展演進，皆與消費市場變革有莫大的關聯，台灣乳業問題癥結及解決方法臚列如下扼要分析。

一、畜牧法乳業專章

為因應行政程序法公布實施，原乳業管理規則廢止，加以我國加入世界貿易組織後國內乳業受國外液態乳進口之衝擊，產業團體建議於畜牧法增訂乳業條款，以維繫本土乳業生存及保障消費者權益。

中央畜產會分別於 2002 年 11 月 5 日、11 月 28 日及 12 月 12 日邀請乳業團體召開 3 次研商畜牧法增訂乳業條款案會議，經討論彙整產業團體建議於畜牧法增訂乳業條款草案資料後呈請行政院農業委

員會參考。

總統於 2004 年 4 月 14 日華總一義字第 09300070971 號令修正畜牧法第 6 章至第 8 章章名，第 22 條及第 33 條至第 47 條條文，並公告實施；其中畜牧法第 6 章「乳業管理」將相關乳業管理以專章條文納入畜牧法規範。

行政院農業委員會依據畜牧法第 22 條條文於 2004 年 12 月 15 日農牧字第 0930041162 號令公告「乳業管理輔導辦法」，以健全本土乳業發展及乳品產銷制度，計有 11 條。

第一條 本辦法依畜牧法第二十二條第二項規定訂定之。

第二條 本辦法用辭定義如下：

- 一、乳品：係指乳及乳製品。
- 二、乳業：係指從事乳品產、製、銷之事業。
- 三、酪農：係指乳牛及乳羊畜牧場或飼養戶。
- 四、乳品加工製造業者：係指從事乳品加工製造並取得合法登記之業者。
- 五、乳業團體：係指與乳業研究、發展、產銷等有關之基金會、學會、協會、公會、農會及合作社。
- 六、廠農產銷體系：乳廠與酪農以一年以上契約方式產銷之協力組織。

第三條 主管機關為健全乳業發展及乳品產銷制度，得輔導酪農、乳

品加工製造業者及乳業團體辦理下列事項：

- 一、改良乳牛及乳羊性能。
- 二、改善乳牛及乳羊飼養管理。
- 三、促進乳業經營合理化。
- 四、健全廠農產銷體系。
- 五、國產乳品研發及開拓市場。
- 六、乳業技術發展及人才培育。
- 七、轉型及發展休閒農業。
- 八、其他健全乳業發展之措施。

第四條 中央主管機關為輔導酪農經營效率及提昇乳業形象得辦理評

鑑。經評鑑優良者，並得予以獎勵。

前項評鑑，中央主管機關得委託乳業團體辦理。

第五條 中央主管機關為配合乳業政策發展需要，得協助酪農及乳品

加工製造業者資金融通及取得優惠貸款。

第六條 中央主管機關為協助酪農分擔經營風險及安定酪農經營環

境，得對參加乳業保險之酪農予以保險補助，並得獎勵辦理乳

業保險之乳業團體。

第七條 中央主管機關得辦理研究成果發表會，將研究成果推廣予酪

農及乳品加工製造業者運用，並辦理教育訓練。

第八條 中央主管機關為強化酪農及乳品加工製造業者產銷技術與研究發展，得聘請專家提供指導與服務，協助引用新技術或研究開發新產品。

第九條 中央主管機關為鼓勵市售鮮牛乳品使用國產生乳，得訂定要點授權廠農產銷體系於生產之牛乳品使用中央主管機關登記註冊之第二七八五 號  商標。

前項標章之推動，中央主管機關得委託乳業團體辦理。

中央主管機關為鼓勵市售鮮羊乳品使用國產生乳，得輔導乳業團體推動於廠農產銷體系生產之羊乳品使用其登記註冊商標。

第十條 主管機關為增進酪農及乳品加工製造業者經營效率，加強其競爭能力，得輔導酪農及從事共同採購、生產、行銷、運輸及合作開發技術與研究發展等事項。

第十一條 本辦法自發布日施行。

為建立廠農訂定生乳收購參考價格機制，中央畜產會依據行政院農業委員會指示及畜牧法第 35 條條文第 1 項規定設置「中央畜產會生乳（牛乳）價格評議委員會」，訂定乳品工廠生乳收購參考價格，置委員 13 人，分由酪農代表 5 人、乳廠代表 5 人、學者專家 1 人及中央畜產會 1 人擔任。

中央畜產會生乳（牛乳）價格評議委員會		
委員會成員，13 位委員制	姓名	代表
召集人	吳明敏	學者專家代表
委員	黃志諺	學者專家代表
委員	黃燕良	酪農代表
委員	許書添	酪農代表
委員	林國楨	酪農代表
委員	張正杰	酪農代表
委員	陳義宗	酪農代表
委員	蕭允義	乳廠代表
委員	陳裕佳	乳廠代表
委員	楊立平	乳廠代表
委員	陳德祿	乳廠代表
委員	張 亮	乳廠代表
委員	方清泉	畜產會代表

行政院農業委員會依據畜牧法第 35 條條文第 2 項規定，於 2004 年 9 月 23 日農牧字第 0930040884 號公告指定「行政院農業委員會畜產試驗所」為生乳檢驗單位，提供解決廠農雙方生乳品質檢驗爭議之依據。

二、進口液態乳

我國自 2002 年加入世界貿易組織，以關稅配額（TRQ）方式開放進口液態乳，2002 至 2004 年之關稅配額數量分別為 10,649、15974 及 21,298 公噸；2002 至 2004 年液態乳進口量分別為 3,632、5,429 及 6,851 公噸，各約佔 2002 至 2004 年關稅配額數量之 34.1%、34.0% 及

32.2%。

2005 年累計至 10 月 2 日止，液態乳進口量為 3,911 公噸，顯見進口液態乳雖逐年有增加趨勢，惟均維持於年度關稅配額數量 1/3 左右，旨在試探我國消費市場，故廠農應建立行銷策略，加強國產鮮乳廣告宣導促銷及市場消費調查，把握在地新鮮之優勢，開拓封閉市場通路，提供國人高品質、衛生安全、新鮮之國產鮮乳。

2002 至 2005 年液態乳進口量				
年份	液態乳進口量 (公噸)	關稅配額 (公噸)	關稅配額 (%)	液態乳進口量佔國 內年產乳量(%)
2002	3,632	10,649	34.1	1.0
2003	5,429	15,974	34.0	1.5
2004	6,851	21,298	32.2	2.0
2005*	3,911	21,298	18.4	(尚未統計)

*2005 年資料截至 10 月 2 日止。資料來源：行政院農業委員會

三、生乳價格

國內生乳收購及計價標準由廠農參考「乳品加工廠收購酪農原料生乳驗收及計價要點」簽訂合約執行，另於 2002 年 9 月 25 日召開調整乳價協商第八次會議，經廠農雙方協商代表協議自 2002 年 12 月起至 2003 年 3 月止之冬期生乳計價，調降現有生乳計價每公斤 1.5 元。

為修訂國內生乳計價標準，中央畜產會 2005 年已召開 2 次委員會議，其中生乳計價以排除人為誤差項目（如比重）為標的，另可參考國內乳蛋白質、總固形物或無脂固形物等相關數據修訂，替代現行

以乳脂率及比重計價之方式，請行政院農業委員會畜產試驗所新竹分所提供協助，參考國外資料，研訂符合時代潮流及消費者需求之生乳計價標準及方法。

四、消費型態

通路變革引導消費者趨向量販店、連鎖超市、便利商店等通路購買國產液態乳品，大量取代以往傳統零售商店、西點麵包店、早餐店等通路，因販售通路常有上架費、產品陳列期未達營業目標要求下架、配合週年慶、第 2 件產品折扣等促銷活動 等行銷手段，壓縮廠商生存空間及削弱廠商競爭力，2005 年 9 月份之通路架構量販店 108 店、連鎖超市 917 家、便利商店 8,425 家，其中又以便利商店成長家數最為迅速。將鮮乳融入年輕人世代生活，酪農應支持及配合乳廠開發多元化且符合潮流之年輕人世代乳製品，創造屬於年輕人活潑、健康、富有文化內涵的產品特性，不再單一強調健康營養之食品（例如統一鮮乳 Dr. Milker）。

2005 年 9 月份之通路架構統計表					
量販店		連鎖超市		便利商店	
店名	店數	超市名號	家數	店名	店數
家樂福	36	全聯社	251	7-11	3,909
大潤發	23	頂好惠康	167	全家	1,761
愛買吉安	13	農會超市	89	萊爾富	1,100

TESCO	6	自由聯盟	54	OK	843
COSTCO	4	億客來	54	福客多	360
台糖	4	味全松青	47	界揚	199
其他	22	味全丸久	35	中日	168
		興農	33	翁財記	52
		裕毛屋	6	每一日	21
		其他	181	司邁特	12
量販店小計	108	超市小計	917	便利商店小計	8,425
資料來源：2005 年 9 月零售市場雜誌					

五、產銷調節

國內生乳產銷供需不平衡，生乳供應產期與消費市場需求恰好相反，例如 2004 年國產鮮乳銷售量佔生乳收購量的百分比於 1 至 12 月份不一。加強酪農產銷班及酪農聯誼會之功能，建立廠農衛星牧場制度，輔導酪農提昇經營效率及以市場為導向之供銷調節，如調整冬夏期生乳比例，落實執行牛乳生產目標等。

國產鮮乳 2004 年 1 至 12 月份銷售量			
月份	生乳收購量 (公噸)	鮮乳銷售量 (公噸)	銷售量比例 (%)
1	26,504	15,731	59.4
2	24,936	15,744	63.1
3	28,384	16,459	58.0
4	29,388	17,287	58.8
5	30,034	21,337	71.0
6	28,838	22,182	76.9
7	28,539	24,244	85.0
8	27,207	24,259	89.2
9	25,638	21,082	82.2
10	26,310	19,519	74.2
11	26,053	19,169	73.6

12	24,925	17,395	69.8
合計	326,756	234,408	71.7
資料來源：行政院農業委員會、台灣區乳品工業同業公會			

成立牛乳產業互助費用（產業服務基金），經費之收取以自願性為原則，籌措產業資源，以業養業，建立產業處理剩餘乳機制，解決產業之問題，如冬期剩餘乳之處理，加工製成煉乳等。

推廣國產鮮乳微波溫熱飲用及美食料理融入家庭，拓展乳品多元化飲用方式，促進國產鮮乳消費量。

六、國內乳業發展策略

- （一）輔導產業團體協調整合各酪農聯誼會意見，建立廠農互動與互信機制，規劃產業未來走向與願景。
- （二）為建立廠農互信機制，維繫鮮乳標章公信力，建請政府不定期配合消費者保護團體辦理生乳產量、鮮乳標章、乳廠牛乳產製銷等聯合查核。
- （三）強化畜牧場自衛防疫體系，杜絕口蹄疫、牛流行熱等疫病發生。
- （四）為確保消費者飲用牛乳之衛生安全及相關權益，強化生乳藥物殘留防範與監控，落實乳品衛生檢查。

(五) 由產業團體執行產銷穩定措施，主動提供生產資訊，共同關心市場供需及生乳品質，產業團體應主動協調乳廠簽訂符合市場機制之廠農合約(包括收購乳量及價格)。