

# 臺灣養豬產業發展現況與展望

許桂森

農委會畜牧處

## 前 言

國內的養豬產業始於日據時代，光復後 1947 年台灣省農林處成立後，在農政機關與農民的共同努力下，毛豬生產始有明顯的增長，對於整體農村整體經濟的提升，扮演了相當重要的角色，不但可自給自足，甚至曾經大量外銷賺取外匯，對於帶動國內經濟之發展，亦功不可沒。依據農業年報資料顯示，毛豬產值自 75 年起即已超過稻米，躍居農畜產品單項產值的第一位，雖於 1997 年發生豬隻口蹄疫，豬肉出口量大減，養豬產業已轉為內需型產業，但近 3 年平均年產值仍達 570 億元，約占農業總產值之 16%，足見養豬事業對農村經濟的重要性；依據 98 年 5 月養豬頭數調查結果顯示，台灣地區養豬戶數約 10,779 餘戶，在養毛豬頭數約 626 餘萬頭，另豬肉消費量仍占國內肉類總消費量 50% 左右，爰養豬產業無論在生產與消費面均占重要地位。

## 台灣養豬產業現況

台灣地區飼料 90% 仰賴進口，飼料成本占生產成本 65~75%，開放自由進口後，豬隻疾病轉為複合感染使得養豬效率偏低，國內養豬產業屬淺盤型產業，稍有過賸或不足豬價立即超漲、超跌之明顯反應，使得豬價有明顯之循環變動，導致生產者投資面臨不確定性。

豬肉為國人主要肉類供應來源，每年豬肉消費每人約 40 公斤。豬肉消費以溫體為主約占 70%，整體自給率達 90% 以上，94 年豬肉市場全面開放，豬肉及豬雜碎進口關稅分別為 12.5% 及 15 %。臺灣地區於 86 年 3 月 20 日發生口蹄疫後，產業轉為內銷型，雖 95 年養豬產值降為 555 億餘元，仍居單項農產品之首。98 年 5 月底資料顯示，養豬戶數計 10,661 戶，豬隻在養頭數 625 萬頭，平均每戶飼養 585 頭，在養 1-99 頭之養豬戶數 4,436(41.45%)，在養頭數 118,917 頭 (1.89%)，小農及兼業農比例仍高。養豬頭數、戶數、平均飼養規模及每公斤拍賣價格如表 1。

臺灣地區豬價變動呈淺盤型態，豬價與豬隻在養頭數及消費景氣有密切關係，供應市場毛豬頭數略為增加或減少，毛豬價格立即變動反應；而豬肉進口量除受臺灣地區豬價影響外，另亦因出口國豬價、運輸成本、其他國際市場需求及我國檢疫措施等多重因素連動影響。

表 1. 1971-2009 年台灣地區養豬頭數、戶數、平均飼養規模及拍賣價

年別	在養頭數(頭)	戶數	平均飼養規模 (頭)	拍賣價 (元/公斤)
1971	3,078,548	540,583	6	23.70
1976	3,676,442	329,607	11	42.17
1981	4,825,862	140,452	34	56.46
1986	7,057,099	72,393	97	48.50
1991	10,089,137	39,662	254	38.87
1996	10,698,366	25,357	422	58.65
2001	7,164,605	13,753	521	40.13
2006	7,068,621	12,508	565	49.55
2007	6,620,790	11,743	564	51.74
2008	6,427,579	10,992	585	65.66
2009(1-7 月)	6,250,830	10,661	586	52.86

資料來源：農業統計年報（行政院農業委員會，2008）及養豬頭數調查

## 養豬產業面臨困難

在當前環境下，台灣養豬產業欲求生存，必須與農業整體發展、農村規劃、環保生態及國家經濟建設等工作緊密配合。目前養豬業所面臨的問題如下：

### 一、國際豬肉進口競爭壓力嚴峻

自 2005 年起豬肉市場已完全開放自由進口，唯一保護國內產業之措施僅剩關稅，惟養豬成本較美國、加拿大等豬肉出口國高出 1.7~1.8 倍，且因肝、心、腎、肚、腸等豬內臟，屬西方飲食甚少利用部位，故豬雜碎大量且低價進口已壓低了國產豬內臟價格，也壓低國產豬隻在肉品市場拍賣價格，養豬農民獲利空間更為緊縮，當發生豬價下跌時，生計壓力更大。

### 二、產業效率有待持續提升

世界重要豬肉出口國之每頭母豬繁殖之年可供上市肉豬的頭數都很高，如美國約 20 頭，丹麥為 22 頭；而台灣因毛豬交易市場以活體拍賣為主，選拔種豬太重視精肉型，致母豬使用年限短，每頭母豬繁殖可供上市肉豬數平均僅 14 頭，為養豬成本偏高原因之一。

另多數養豬戶對飼養管理未加以記錄，經營成本與效益未能精準分析管理，且部分牧場自配飼料之品管不良、品質良莠不齊，或不當添加藥物等，致整體飼養管理效率仍偏低，台灣豬隻育成率近幾年約在 68~72%，而美國豬隻育成率約為 82%，澳洲約為 81%，丹麥約為 80%，故產業生產效率仍需持續提升。

### 三、豬隻密飼造成疫病防治困難

台灣地處亞熱帶，又屬海島型氣候，日夜溫差變化大，威脅豬隻健康，加上國內豬場飼養密度高且豬場密集，致使豬隻疫病防治困難，依近年國內疫情統計，以呼吸系統疾病居首位，其次為神經系統疾病，泌尿、生殖系統與營養性疾病、消化性疾病等，造成台灣豬隻不論種豬或商用肉豬的疾病發生率及死亡率偏高。

#### **四、有效行銷衛生、安全、優質國產豬肉產品**

農產品食用安全是消費者最重視的基本民生議題，輿情報導藥物殘留訊息往往立即造成該項農產品價格下滑，為維護農民權益，輔導農民建立國產豬肉優良品牌，保證產品品質，以區隔不良劣質商品，同時提供消費者採買衛生、安全、優質國產豬肉產品明確管道或辨識方法，持續提昇消費者對國產豬肉產品的支持與信心，促進養豬產業永續經營。

#### **五、口蹄疫風險仍未排除**

台灣地區已經 OIE 認定為注射口蹄疫疫苗之非疫區，現行亦持續積極推動撲滅口蹄疫工作，未來如口蹄疫撲滅後，則仍有出口豬肉之可能性，為維持我國出口潛力及與國際現行農產品輸出入規範接軌，國產豬肉應先預先建立豬肉產品之可回溯追蹤體制，即建立國產豬隻之產銷履歷系統。

#### **六、社會大眾對於環境品質要求提高，對環保議題日漸關心**

近年來畜牧業之各項環境問題，已廣受社會各界關注，其中有關水、空氣及豬糞污染問題，更是養豬產業目前必須嚴正面對之環保課題。國內養豬場大多屬開放型之生產環境，於飼養及廢棄物、廢水的處理過程中，都會產生臭味，再加上臭味之成分多為逸散性，易隨氣流飄散，致干擾鄰近居民；尤其近幾年來，大量農地釋出變更為建地興建工廠與住宅，使得原本具有緩衝功能的空間大為減少，每當季節變換、風向轉變或氣壓下降時，養豬場所產生之臭味便會引起民眾抱怨，甚至演變成環保抗爭事件。

### **養豬產業未來發展策略**

#### **一、種豬科技育種、強化種原品質並有效推廣**

- (一) 應用生物科技選拔種豬經濟型基因，因應國際高穀物價格趨勢，修訂育種選拔指數，選拔高飼料效率種豬，降低國內養豬成本。
- (二) 推動優良種豬科技育種，強化種原品質，並依國人消費習性調整育種方向，有效引導優良種原效益擴及肉豬生產階段，全面提升產業效率。

(三) 發展最少疾病與利基市場商用種原，建立優良豬原標準化作業，開拓國際種原市場，創造優良種豬價值。

(四) 運用數位化資訊，強化全國種豬資訊庫。

## 二、推動新式高效率與健康養豬生產系統

採用隔離早期離乳之兩地式或多地式之批次分齡飼養系統，以改變現有一貫式養豬生產系統，豬病垂直感染無法根除之缺點，有效提升豬隻育成率，降低生產成本。

## 三、推動養豬場經營企業化、提升生產效率並與環境和協共生

(一) 擴大推動養豬場飼養管理和經營策略專業輔導，開發建立多元化國產飼料原料來源，導入豬場管理企業化，提升生產效率。

(二) 提升肉豬生產管理效能，減少飼料、藥物與能源等成本耗損，開發建立多元化國產飼料原料來源，促進養豬經營管理企業化，提昇產業整體效率。

(三) 推動優良母豬繁殖場評鑑，提供農民選購繁殖優良母豬的管道，提高每年上市肉豬頭數。

(四) 輔導豬場強化各項污染防治措施及資源回收利用，建立養豬場節能減碳經營管理模式，使豬場經營與農村環境、生態和協共生以永續經營。

## 四、提升豬隻運銷、肉品物流效率

(一) 配合社會環境與消費型態變遷，提高肉品市場拍賣與屠宰效率，發展多元化與現代化之豬肉產品物流運銷模式。

(二) 規劃、建置肉品市場最適營運之諮詢、分析體系及導入高效率物流控管輔導制度，並推動肉品市場全面節能減碳措施，改善老舊耗能設備，減少水、電資源使用，提升經營效益。

(三) 輔導鄰近都會地區之肉品市場依環境需求發展多樣化與現代化之豬隻運銷與肉品溫控物流模式。

(四) 輔導偏遠地區之肉品市場規劃建置屠體溫控物流配送制度，以維當地民生消費。

## 五、國產豬肉多元行銷，提供消費者安全優質豬肉產品

- (一) 辦理國產豬肉多元化行銷宣導，強調新鮮在地零距離，強化及深植消費者對國產豬肉之印象，隔區進口豬肉產品。
- (二) 整合具台灣本土特色之黑毛豬肉豬生產體系，透過策略聯盟系統及整合行銷，強調台灣黑毛豬肉口感特殊性，擴大本土黑毛豬肉之銷售量。
- (三) 輔導有志業者導入可反應生產成本之行銷管道，擴大產銷履歷豬肉市場占有率，提供消費者安全優質豬肉產品。
- (四) 提升品牌豬肉產品研發、行銷能力，以擴增市場占有率。
- (五) 提升豬肉產品零售市場衛生品質。

## 結 論

- 一、為阻斷疾病感染，有效提升豬隻育成率，須改變現有一貫生產模式為批次、分段及多地飼養之方式。
- 二、國內地處亞熱帶，高溫及高濕度的環境，飼料在儲存過程極易產生霉菌毒素，造成豬隻生產率下降與疾病，未來應加強場內飼料之管控。
- 三、高穀物價格時代來臨，養豬業者應多方尋求較低價之飼料替代來源，以降低生產成本。
- 四、統合式契約養豬是國際的潮流，可以有效降低養豬戶的市場風險。
- 五、疾病控制與污染防治將是未來養豬產業成敗關鍵。
- 六、養豬業者將負擔更多的產銷平衡與肉品衛生安全責任。