國內郵資已付
台北郵局許可證
台北字第3632號

台灣優良農產品季刊

2011年10月 第31期

本期焦點

加強CAS產品食材驗收機制 為學校團膳食材把關
「蛋氏點心」的專家—祥旺食品工業股份有限公司
全程用心 讓您食在放心—大成長城集團 安心雞
強化學校午餐團膳食材供應安全網
我國加工畜禽產品申請輸銷中國大陸之辦理方式
「CAS台灣優良農產品管理入口網」—強化CAS產品原料管理追溯系統
CAS新推手—部落客宣導
第三屆「CAS健康樂活，就是愛COOK!」料理競賽即將活力登場
台中國際觀光旅展—發現台灣優質的CAS竹炭產品
新鮮優質 美味方便 2011 CAS便利性鮮食新品報到
2010年日本冷凍食品生產及消費趨勢
CAS優良農產品認證制度拓展國民外交
消費者服務資訊

台灣優良農產品

第138888號

台灣 優良水產品

通過CAS驗證 衛生安全有保障

從源頭管理，免除藥物殘留，並結合HACCP品保系統，
確保符合『健康、安全、優質』的水產品，才能讓消費者買的放心、吃的安心。

行政院農業委員會漁業署 輔導

CAS台灣優良水產品服務專線：0800-025888

CAS台灣優良水產品標章查詢網站：www.cas.org.tw

目錄

CAS專題宣導

2/ 加強CAS產品食材驗收機制 為學校團膳食材把關

CAS產業報導

4/ 「蛋氏點心」的專家
—祥旺食品工業股份有限公司

7/ 全程用心 讓您食在放心
—大成長城集團 安心雞

CAS驗證單元

10/ 強化學校午餐團膳食材供應安全網

11/ 我國加工畜禽產品申請輸銷中國大陸之辦理方式

12/ 「CAS台灣優良農產品管理入口網」
—強化CAS產品原料管理追溯系統

13/ 使用CAS標章廠商及產品項數

CAS推廣單元

14/ CAS新推手—部落客宣導

16/ 第三屆「CAS健康樂活，就是愛COOK!」料理競賽即將活力登場

17/ 台中國際觀光旅展
—發現台灣優質的CAS竹炭產品

18/ 新鮮優質 美味方便 2011 CAS便利性鮮食新品報到

交流天地

20/ 2010年日本冷凍食品生產及消費趨勢

26/ CAS優良農產品認證制度拓展國民外交

消費者服務

27/ 消費者服務資訊

加強CAS產品食材驗收機制 爲學校團膳食材把關

驗證組/呂月娥

▲農委會食品加工科林子清科長於新竹市CAS驗收研討會說明CAS執行情形

學校團膳執行人員教育訓練 維護師生食的安全

行政院農業委員會（以下簡稱農委會）為了協助教育單位確保學校團膳食材品質及衛生安全，並促使全國各級學校食材採購驗收人員能夠正確辨識CAS台灣優良農產品標章產品，強化食材驗收流程與管理，特地委託本協會及中央畜產會配合各縣市教育單位規劃舉辦「CAS驗證制度及食材採購驗收研討會」。

「CAS驗證制度及食材採購驗收研討會」規劃於全國22縣市每縣市至少各辦理1場次，截至本（100）年9月30日已辦理19場次，包含北區（基隆市、新北市、桃園縣、新竹市、新竹縣）、中區（台中市、彰化縣、雲林縣）、南區（嘉義縣、嘉義市、台南市、高雄市、屏東縣）、東區（宜蘭縣、花蓮縣、台東縣）、離島（金門縣、連江縣、澎湖縣）等19縣市，並預計10月份辦理完成所有場次。

▲彰化縣CAS驗收研討會辦理情形

▲台南市CAS驗收研討會綜合討論

主要訓練對象包含辦理團膳之各級中小學營養師、午餐秘書、食材採購人員、食材驗收人員、廚房工作人員及團膳生產廠業者，希望藉由本次課程，協助學校團膳執行人員瞭解並確實執行掌控食材驗收程序之重要性及驗收時應注意事項，採購CAS產品時如何辨別產品真偽及品質等，每一場研討會並安排綜合討論時段，讓學校人員提出平日執行所面對之疑問及困難處，由參與之農委會及驗證機構人員回覆，充分溝通討論，亦提供往後學校人員食材驗收諮詢窗口。

▲澎湖縣CAS驗收研討會綜合討論

持續監控品質 保障學生消費權益

近二年來，由農委會會同教育單位、CAS驗證機構（台灣優良農產品發展協會、中央畜產會及食品工業發展研究所）赴各地團膳生產廠、食材供應商及學校實地查核，發現目前雖然學校團膳採購部分品項有指定優先使用CAS產品，惟少數團膳生產業者為求降低成本，可能僅部分或少數食材使用CAS產品，或是誤認CAS產品之生產業者的所有產品皆為CAS產品；另部分食材供應商會依學校要求規格，自行分切混搭，由於該產品分切場所環境衛生及產品混搭不同來源組成，此種產品已非CAS驗證合格產品，以上情形可能造成驗收人員無法辨識判斷產品是否符合CAS規範或其契約規格，希望藉由此次研討會之課程協助學校團膳執行人員提昇自我驗收專業能力外，還要提醒學校除了食材採購招標時選擇優良供應商外，不論是否採用CAS優良農產品，後續亦應持續強化，並落實執行驗收機制，在學期中亦搭配不定期赴廠(場)抽查及抽驗，以維護學校師生們餐食的衛生安全與品質。

學校團膳食材選用CAS產品，雖能保障學校師生餐食的安全，然由於團膳業務屬於封閉性市場，驗證機構人員無法主動進廠查核，也藉研討會過程希望學校自行持續要求食材供應商食材的來源及品質，並不定期進行查核，當然農委會及驗證機構亦將持續協助學校進行CAS產品品質監控。

「蛋氏點心」的專家
祥旺食品工業股份有限公司

企劃組/莊佳燕
部分圖片/祥旺食品工業股份有限公司

▲祥旺食品的推手--王天鑽董事長

營養多變的蛋類點心創造者-「祥旺」

在漫長的飲食文化推進發展中，「雞蛋」可說是從未隕落的要角。從現代各種的實驗中亦證實，以蛋白質為主成份的雞蛋，不僅擁有「最好蛋白質」之美譽，更是一營養均衡的優良食材。

雞蛋在生活中用途之廣泛、變化之豐富，除了早餐桌上常出現的荷包蛋、歐姆蛋，超商的茶葉蛋，麵包、麵條也需要蛋，還有日式料理中可甜可鹹的厚燒玉子、錦絲、蛋絲、西式點心的法式蛋皮、蛋糕、蛋堡等，黃澄澄的「蛋氏點心」一字排開，不論老幼中青，都拜倒在它裙下。

座落於台中市大甲區幼獅工業區內的的祥旺食品工業股份有限公司（以下簡稱祥旺），500坪的廠房內，清早一包包的CAS液蛋送入，一顆顆蛋堡、荷包蛋、厚燒玉子等裝箱送出，生產線上黃澄澄一片，朝陽灑落似的，祥旺就像魔法工廠一般，將平時不起眼的雞蛋換上新的面貌，以嶄新的姿態推上市場舞台。

創意蛋品 生活隨處可見

這些蛋加工食品或作為原料或產品，銷售於海內外市場。內需供應大賣場如Costco；超商如7-ELEVEn、全家；咖啡簡餐如丹堤、風尚人文；或是國防部、團膳、華膳空廚、長榮空廚或日本料理店等；並外銷新加坡及香港；若有特殊客製需求，例如蛋包飯等產品，祥旺也致力研發，做出市場滿意的產品。

祥旺成立之初衷，就是與蛋類加工品結下不解之緣。跳脫養雞賣雞蛋或做液蛋的原料供應鏈，祥旺做出蛋的市場區隔，主攻創新研發蛋類加工品，並於2003年申請CAS驗證，2004年即正式成為CAS點心食品的生力軍，成為第一家CAS蛋品專業加工廠。祥旺於公司成立後的短短一年期間，就從申請驗證到順利通過，這一切都要歸功於祥旺幕後的有力推手—王天鑽董事長。

▲祥旺食品工廠佔地500坪

▲蛋液煎烤需加熱至中心溫度80℃以上

加入CAS驗證 吃的安心又健康

其實，早在2003年以前，王董事長決心要成立祥旺之際，就已決定依照CAS點心食品規範為藍圖、參照危害分析重要管制點（HACCP）規劃動線，建構符合食品衛生安全要求之工廠硬體設備。蛋品加工時的煎烤流程，皆採用日本引進之全自動生產煎蛋機，配合急速冷凍機（Individual Quick Freezing，IQF），達到蛋品在製造過程中零污染和忠於原味之要求，原料嚴選CAS冷凍全殺菌液蛋，解決雞蛋常見之沙門氏菌感染問題，如此百密無一疏的嚴格設計，為的就是給消費大眾營養優質的安心產品。

液蛋（Liquid eggs）指一種去殼蛋品，是將雞蛋打破取出內容物後，依使用目的分成全蛋、蛋黃及蛋白，以冷藏或冷凍方式保存之總稱。使用液蛋不僅可省去打蛋作業的人力、空間與設備，也可依加工要求選擇不同比例之蛋黃與蛋白，CAS液蛋經殺菌處理，代表了更安全的原料選擇。

嚴格品管、創意巧思 行銷海內外

進入祥旺，隨王董事長進入空氣浴塵室（Air Shower），換上雨鞋進入消毒池，手部清潔消毒後，進入工廠一窺蛋品加工的天地。

祥旺生產的蛋類產品很多，主要以冷凍型態為主，例如冷凍海苔玉子燒、冷凍蔥花蛋、冷凍荷包蛋、冷凍厚燒玉子、冷凍薄燒玉子及冷凍蛋堡、巧蛋包、蛋絲、錦絲等。王董事長於日本留學時即注意到日本蛋加工品的多樣性且深知台、日2國民族性相近，未來外食產業一

▲王董事長自行研發之冷凍蛋包飯

定會成長得趨勢，也深知台灣對於蛋加工品還不及日本，因此參考許多日本食譜及文獻，以激發研發靈感。此外，王董事長亦率領祥旺，多次積極參加國際食品展等展覽，除了行銷台灣發揚市場，也藉此取經，結合自身創意及台灣的資源，目標要再陸續開發更多結合食品科學及創意於一體的蛋加工產品。

▲生產線自動下料-蛋液自動定量填充

祥旺各式蛋類產品，製作方式有若干不同，但安全衛生各方面則全體一致，務必做到管控每個細節，因為安全絕對是一項「產品」之首要底線。首先，蛋液需經解凍、加溫、定量充填煎烤，煎烤溫度須達140℃，若是厚燒玉子，則煎烤、翻面、疊合的時間，每份都要花上5分鐘才能完成，接著經過預冷、強制冷卻、急速凍結、內包裝，並經過金屬檢測等步驟，方能裝箱入庫，完成我們平常看到的蛋類加工品。

「雞蛋經濟」反應市場需求

根據統計，日本人年平均消費雞蛋320粒，因此在蛋類加工品的藝術創意及食材應用，首推日本為模範。而台灣國人年平均雞蛋消費為275粒，也就是說，台灣市場每天雞蛋需求量約為1,700萬粒雞蛋。但這可不是市場真有那麼多雞蛋出現，在這1,700萬粒中，業務用需求（以食品加工、烘焙為大宗）就佔了69%，而一般零售及消費市場只佔31%，如此廣大的「雞蛋經濟」，實足以讓王董事長鑽研其中、也陶醉其中。

順應市場需求 開創蛋品新紀元

王董事長認為：「我想做的，就是單純、專一的去做好一樣產品，然不只是禁錮於過去的規則或經驗，而是要順應飲食文化，創造潮流，單純專一的產業也能揮灑一片天」。雞蛋中的卵磷脂、β胡蘿蔔素、維生素A、B2、B6、B12及礦物質等營養成份含量豐富，主要成份的蛋白質又是人體必須營養素，雞蛋幾乎可譽為一種完美的食品，祥旺王董事長將雞蛋巧思變化加工，成為餐桌上視覺及味覺同時驚豔的雙拼饗宴，不但方便、營養又好吃，「蛋」哩來試吃囉。

▲厚燒玉子

▲海苔玉子燒

全程用心 讓您食在放心
—大成長城集團 安心雞

驗證組/丁銘音

大成集團 安心雞大本營

身在台灣這個美麗寶島上的你我，對大成長城股份有限公司（下稱大成集團）的名號一定不陌生，但是，您是否有想過，大成集團所生產及供應的產品，對台灣食品產業及你我的生活影響有多深嗎？

大成集團董事長韓浩然先生自1957年從一家農產加工廠起家，歷經53年的努力擴展，成功創辦現今的大成集團版圖，旗下包括6座完全飼料廠、種雞場、孵化場、2座肉雞電宰廠、1座雞肉加工廠及另外成立3座品質檢驗中心。

而大成集團依亞太地區各區域之經營特性及營運項目，區分為5大事業群，包括：基本農畜事業群、東亞事業群、麵粉事業群、餐飲服務事業群及前瞻事業群等，其中生產CAS驗證生鮮雞肉產品之電宰分切廠及加工肉品廠，係屬於基本農畜事業群。

家禽垂直整合經營 締造產品高市佔率

大成集團在台灣，產業規模之大，是其他業者所欣羨的。尤其是白肉雞產業，表現特別亮眼，已成功完成「家禽垂直整合經營」。所謂的「垂直整合經營」是指，從種雞飼養、孵化、契約飼養、飼料營養配方及飼養指導、肉雞電宰銷售及肉品加工等，每一個飼養及加工階段都掌握在大成公司的監控之下。目前大成公司的白肉雞產品，市佔率高達27%，我們可以說，國人每食用4隻國產雞，其中會有1隻是來自於大成公司。

因我國畜禽產品之飼養成本遠高於美國、

▲負責大成長城集團基本農畜事業群執行副總韓家寅先生

加拿大、泰國等農業型國家，且國人偏好之雞腿翅及畜禽雜碎等產品，在國外剛好都屬低價產品，在貿易自由化的影響下，進口冷凍雞肉造成國內外價差相當大，衝擊國內家禽產業。大成長城集團基本農畜事業群 韓家寅執行副總認為，國內的農畜產業要能抵抗外來進口肉品的競爭壓力，農畜企業需要做整體性考量，包含飼料成本控管、提升整體產能、運輸、配銷等，將政府、農民、企業等眾人的力量集結整合，才能與進口低價雞肉產品相抗衡。

▲位於台南的大成品檢中心

全程用心 食在安心

有鑑於此，大成集團認為，生產價格合理、高品質的產品，是唯一致勝的關鍵，所以大成公司以「全程用心 食在安心」為目標，以大成公司主力生產白肉雞產品為例，一隻健康安全的白肉雞，從飼料、契約飼養、電宰到物流配送，需經66道品管程序，每個步驟都是精心規劃，確實執行，並且在各項過程完整紀錄來達到產品之可回溯追蹤。

大成公司從自有種雞場選拔並培育出適合的雞種，由自有孵化場孵化後，採統進統出的方式，交由契約養殖農戶代養，細心呵護至成(毛)雞，平均每場數量約在4~5萬隻，在每出一批毛雞後，即進行雞場全面消毒達到生物安全防治效果。在飼育的過程中，由大成公司提供「完全營養飼料」，該飼料是大成飼料廠按照不同雞種：如白肉雞、蛋雞等、飼養週數大小：如一日齡、雛雞、毛雞及生產用途等，調配出含量適合、適量及比例平衡的日糧，而且不同雞種在每個階段必需的生長微量元素：如維生素、微量元素、胺基酸等，亦均勻混合進各種接期料中，讓契養農民可以依照建議使用方法及注意事項，不必另外添加其他動物用藥，如有特殊情況也是由大成公司聘任的14位獸醫師，個別關注每場契養雞隻的健康情形，適時提供必要的照護。

▲從大宗原材料開始把關

▲大成最新引進精良儀器-液相層析串聯質譜儀(LC/MS/MS)

另外，大成公司也針對契養農民舉辦在職教育訓練，今年已分別在新竹、彰化、新營及屏東地區辦理4場次，由大成的總獸醫師擔任講師，主要加強教育雞隻的飼養防疫計畫，為的就是降低農民自行添加藥物產生藥殘污染的風險。

屠宰前確認無藥殘 降低產品污染機率

當毛雞已達到預定屠宰週數及重量時，業務人員會在毛雞屠宰前5~7天，透過毛雞調度人員通知屠前剪肉採樣專業人員執行採樣，且立即送至品檢中心進行藥物殘留檢驗，一旦發現有檢測不合格情形，馬上將該場預定屠宰日延期。這個確認的機制可以讓該場雞隻，藉由自然生理代謝，使體內的藥物徹底排出之後，再安排進行屠宰作業。

▲從飼育小雞過程開始 即嚴格把關

▲大成柳營電宰廠

全程管控 符合CAS驗證基準

在雞隻進廠繫留準備進行屠宰作業時，每隻毛雞都會由防檢局派駐的獸醫師進行屠前健康檢查，並在電宰廠中的吊掛區和屠後掏肛後監控雞肉品質，隨時將異常屠體剔除。而在整個屠宰、分切生產至成品到產品保存及運送的作業流程，牽涉到不論是廠區環境、機械設備、最終產品之避免交叉汙染的衛生要求，及成品檢驗包括外觀、藥殘、微生物等，均依循並力行CAS肉品驗證基準規範要求。品管部資深經理何瓊瑛博士表示：目前大成柳營廠、永康肉品加工廠及大園廠之追蹤查驗等級均為良級(每家生產CAS產品之工廠，CAS驗證機構都會定期進行追蹤查驗，依據該工廠現場管理情形，分為優級、良級、普級及加嚴級)，且這三廠的品質保證系統ISO 9001、ISO 22000都是由商標局所驗證的，這些驗證成果都是屬於自主性的驗證，說明大成公司對於自我要求以提升產品保證的用心。

完整的品管體系 讓您安心

大成公司還擁有獨步其他業者的品檢中心。為提升品保單位的檢驗及專業能力，柳營廠的品檢中心及肉品加工廠的實驗室皆通過全國認證基金會(TAF)的實驗室驗證。並且3個廠中共進駐3位專業證照的品質工程師(CQE)及6位品質技術師(CQT)，來執行生產線的品質管控。

設備儀器的部分，今年8月，大成柳營廠的品檢中心不惜再投下鉅資完成擴建，韓執行副總笑稱：說曾有人參觀大成品檢中心時，戲稱品檢中心多台高效液相層析儀(HPLC)等專業儀器時如同汽車界的賓士、BMW；現下為讓消費者更加放心，更是斥資採購了藍寶堅尼等級的液相層析串聯質譜儀(LC/MS/MS)，除精確度更高之優點外，LC/MS/MS可以同時檢驗30~40種的物質，且在樣品前處理程序方面與相較於HPLC，步驟相對精簡，檢驗過程僅需30分鐘，大大的縮短了樣品檢驗時程，以目前電宰廠每日進廠約屠宰3~4場契約飼養場其所需檢驗樣品數量，可謂遊刃有餘。

雞肉產業產品一直以來是國內僅次於豬肉的第二大肉品產業，因著大成公司的高市占率，韓執行副總表示：自大成集團成立以來，一向秉持「誠信 謙和」的精神經營，重視食品品質安全不遺餘力。現更落實品管程序、嚴格把關，不斷精進以達「全程用心 讓您食在放心」的境界，提供安心的食品予國人。

強化學校午餐團膳食材供應安全網

驗證組/張惠萍

▲會議一隅

▲農委會食品加工科林科長子清致詞

為因應學校午餐使用食材及近期食品安全疑慮，行政院農業委員會(以下簡稱農委會) 針對如何重建國人對CAS優良農產品標章信心問題，於100年6月17日邀集CAS驗證機構及業者代表共同提出檢討及改善措施，並於100年7月12日邀集CAS台灣優良農產品驗證機構進行業務協調，會中召集CAS標章之認證機關，包括農糧署、漁業署及林務局等，與驗證機構聯合參與，針對各單位執行CAS標章驗證業務凝聚共識並提出策進方案。

有關「重建國人對CAS優良農產品標章信心」作為

1. CAS產品應率先建立原料及產品之追溯及追蹤系統，並清楚記錄及電腦建檔。
2. CAS生產業者應加強自主管理，請食品工業發展研究所成立專案小組，針對CAS工廠產品品質保證之教育訓練，落實自主管理，提振消費者信心。
3. 加強CAS產品資訊公開：檢驗之結果應正確嚴謹且透明化，即時提供消費者及團膳單位參考。
4. 加強宣導CAS消費者服務專線，由專人服務並提昇品質及受理客訴和檢舉功能。
5. 建議政府儘速建立畜產原料追溯系統，尤其肉品市場豬隻之可追溯性，讓業者採購原料時衛生安全有保障。
6. 建議政府針對團膳市場食材供應商應要求建立強制性可追溯系統，確保團膳消費安全。
7. 請農委會積極與衛生署協商，針對畜禽合理用藥參考國際規範，儘速訂定食品殘留量標準。

有關「CAS標章產品強化管理措施」作為

1. 加強畜牧場及肉品市場源頭管理：包括加強畜牧場用藥監測取締、肉品市場執行違法使用受體素之監測工作加強檢測頻率，以及強化豬隻來源管理，要求應以畜牧場名義出豬。
2. 強化CAS產品查核管理：加強 CAS 肉品受體素及抗生素項目之抽驗頻率，迄今共計抽驗 44家廠商 151件產品，檢驗結果均未檢出受體素及四環素類；另冷凍食品、截切蔬果等生產廠計60場次，抽驗產品67件，其中45件已完成檢驗，均合格。
3. 會同教育、衛生機關執行學校團膳食材聯合稽查，加強查核業者供應團膳市場之產品品質。截至目前為止已辦理61場次之學校團膳食材聯合稽查。
4. 辦理團膳食材品質驗收訓練，提升學校營養師及團膳人員對食材驗收能力。截至目前為止已於各縣市辦理計22場次之學校團膳食材驗收研討會。

我國加工畜禽產品申請輸銷中國大陸之辦理方式

驗證組/丁銘音

依據行政院農業委員會動植物防疫檢疫局（以下簡稱防檢局）本(100)年8月15日防檢二字第1001479449號函通知，中國大陸於本(100)年1月5日同意我國5家廠商之加工畜禽產品可輸往中國大陸後，該局並於本年4月間再提送我國廠商申請案予中國大陸審查。

行政院農業委員會為持續拓展我國加工畜禽產品輸銷至中國大陸，考量申請輸中國大陸案件之特殊性，後續有關我國加工畜禽產品申請輸銷中國大陸方式整理如下：

一、我國合法設立之生產廠商皆可填復「中華人民共和國國家認證認可監督管理局(CNCA) 」之申請文件「進口肉類國外生產企業註冊申請表」向防檢局提出申請。

二、為配合中國大陸要求，申請者必須與生產廠商一致，請代工廠生產者之申請案將不予受理。

三、由於大陸仍將對各家申請廠商進行「書面審查」(包括申請文件內容及所申請產品之加熱條件應符合中國大陸所要求)及「實地查核」，且廠商在獲准後另須符合中國大陸之「檢疫審批」、「標籤審核」、「檢驗」等要求，請各廠商斟酌與評估。

四、廠商將填列完整之書面申請文件，計一式三份(如有電子檔案者請一併備妥)函送防檢局。若申請業者為CAS或GMP認證業者，得於函文上註明是否需產業或認證團體協助輔導及檢視申請文件之完備性；防檢局將依廠商意願，於收件後請各驗證單位(台灣優良農產品發展協會、中央畜產會或台灣食品良好作業規範發展協會)協助輔導，若為非CAS或GMP認證業者，亦可請中央畜產會予以協助。

五、申請案件原則一季提送大陸一次，不限制提送家數。

前述辦理原則及附件資訊可至防檢局首頁(http://www.baphiq.gov.tw/)之「兩岸防檢疫業務」內之「我國加工畜禽產品申請輸銷中國大陸之辦理方式」查詢及下載。

「CAS台灣優良農產品管理入口網」
—強化CAS產品原料管理追溯系統

驗證組/蔡美奇

▲教育訓練—北區場次農委會食品加工科林子清科長致詞

▲資訊系統教育訓練討論時間

行政院農業委員會(以下簡稱農委會)為強化CAS台灣優良農產品認證及驗證管理與CAS產品原料之追蹤及追溯系統，於98年啓動「建構CAS優良農產品驗證管理資訊系統」計畫，同年並完成「CAS台灣優良農產品管理入口網」(http://cas.coa.gov.tw)(以下簡稱CAS管理入口網)之建置。初期完成CAS生鮮截切蔬果及CAS生鮮肉品之原料管理系統，計畫執行至今，藉由透過與CAS產品生產廠(場)進行原料追溯管理訪談與進行CAS產品之原料來源、出貨對象、數量及總產量等資料於CAS入口網登錄內容之可行性評估後，目前CAS管理入口網之原料管理系統完成包含CAS肉品、CAS冷凍食品等共15項目CAS所有產業類別之原料管理系統建置，並於今(100)年9月1日正式上線。

針對CAS管理入口網之CAS產品原料管理功能，已於今(100)年分別辦理北、中、南區3場次之「CAS台灣優良農產品管理入口網」教育訓練。本協會並依據農委會100年8月31日CAS管理入口網第4次專案執行會議之會議決議事項，函文所有CAS業者配合持續於每個月15日前，登入CAS管理入口網並完成前月份之CAS產品原料資料填報作業(例如100年9月15日前，填報100年8月份之CAS產品原料管理相關資訊)。

另今年度第2梯次之CAS管理入口網教育訓練預計將於今(100)年10月24日至11月18日期間，分別選定3天舉辦北中南區之教育訓練，此次教育訓練將於電腦教室進行，訓練內容除CAS產品原料資料登錄外，另針對CAS產品包裝袋及外箱圖檔上傳申請審核之新增功能進行操作說明，期以讓CAS業者藉由實際操作系統，加深系統操作印象。

CAS管理入口網之原料系統建置，藉由CAS業者於電腦系統清楚記錄並建檔CAS產品原料資訊，並配合CAS驗證機構針對產品原料資訊之查核作業，強化CAS產品原料之追蹤及可追溯性，確保CAS產品品質與安全，增進消費者對於CAS產品之信心。

使用CAS標章廠商及產品項數

100年8月至10月CAS新簽約廠商

項目	廠商名稱	產品名稱	產品編號	驗證機構
肉品	花蓮縣光豐地區農會肉品加工場	冷藏豬肉	012201	中央畜產會
肉品	鉉景國產肉品專賣店	冷藏牛肉	016707	中央畜產會
肉品	味全食品工業股份有限公司台中總廠	味小寶純豬肉酥	018505	中央畜產會
水產品	新力香食品有限公司	寶寶專用魚鬆(原味)	135501	台灣優良農產品發展協會
		寶寶專用魚鬆(海藻)	135502	
		寶寶魚鬆(原味)	135503	
乳品	義美食品股份有限公司南崁廠	義美全脂鮮乳	151001	中央畜產會
		義美低脂鮮乳	151002	
		義美全脂高鈣鮮乳	151003	
		義美低脂高鈣鮮乳	151004	

製表：100.9.30

CAS廠家與產品細項數統計表

編號	項目	廠商家數	產品細項數
01	肉品	76	4041
02	冷凍食品	51	742
03	果蔬汁	5	15
04	食米	25	103
05	醃漬蔬果	8	74
06	即食餐食	23	424
07	冷藏調理食品	14	143
08	生鮮食用菇	2	15
09	釀造食品	4	129
10	點心食品	14	147
11	蛋品	28	82
12	生鮮截切蔬果	30	130
13	水產品	41	288
15	乳品	13	52
16	林產品	9	85
合計		343	6,486

製表：100.9.30

CAS新推手—部落客宣導

推廣組/陳慶僖

▲部落客透過相機寫CAS

多數現代人的生活早已跟網際網路緊密的聯結在一起，一般人遇到問題，無論是吃喝玩樂或生活的大小事都有先上網透過Google、Yahoo!奇摩、Msn或Facebook等引擎搜尋情報的習慣，網路讓消費者與實體的服務及產品做了最直接的連結，然而網友往往看膩了由系統商所提供的固定內容，此時部落格填補了民衆多樣、多變的需求，而部落客們則以親身體驗的意見或使用心得完整真實地呈現給瀏覽的人們。

近年來，CAS網站以一貫專業、謹慎地態度，提供完整正確的產業資訊、驗證訊息，同時透過CAS幸福團購網協助CAS產品生產廠商建立多元的行銷通路，並提供消費者即時的商品資訊與更經濟實惠的價格，將CAS商品與客戶的服務藉由網路串聯在一起，惟網站上所提供的是產品介紹與服務說明，如此僅能提供給消費者視覺上的感受而無法真正了解並體會真實的商品，且現今消費者通常經由關鍵字搜尋，但引導上門的人數及特性差異頗大，且查詢內容也過份生硬，因此相關的訊息或推廣的內容卻也因此無法完全傳達給所有需要的消費者。

所幸，近年來部落格的盛行，帶出網路個人化且更多元化的特性，儼然成為一整嶄新的行銷推廣平台，以現有的行銷宣導而言，部落格行銷可說是最有效、最快的方式，經由部落格將產品最新資訊，透過吸睛的文字或照片放

送，引發消費者討論話題，並且透過與網友互動討論、提供客觀意見，引爆人氣，藉由人氣長久經營累積口碑，讓更多潛在消費者更容易接受及認識產品。

CAS台灣優良農產品標章，為保障生產者和消費大衆的共同權益，自民國78年起開始推廣以來，致力於提升國產農產品及其加工食品的品質水準以及附加價值，前一陣子的塑化劑事件及日本輻射外洩引起了全台的恐慌，不僅衝擊整個台灣食品產業，消費者對於加工食品的安全更加注目，也再度喚起國人對於食品衛生安全的重視、甚至產生部分似是而非的曲解。因此，對於部分媒體引人誤解的報導或消費者對食品安全的疑慮問題，與其透過現有媒體釐清或網站說明，利用部落客的文筆及部落客本身的高人氣與被信賴度，以消費者的角度真實的將CAS的產品及業者真誠服務態度以圖文展現產品的特色，並且更近一步與真實及潛在的顧客互動，消費者由此取得對產品更多的認識與了解，而不再拘泥於官網上對產品說明的表面介紹，更能有效讓消 費者正確了解食品安全，也對CAS產品有信心。

為此，行政院農業委員會(以下簡稱農委會)特別委託本協會辦理人氣部落客-CAS宣導活動於本年9月14日安排部落客到雲林、彰化地區的的CAS優良農產品加工廠進行參訪，行程中由農委會及協會人員說明CAS優良農產品認證過程和評審標準，並介紹合格CAS標章的辨識方式，體驗部份包括從工廠原料處裡、加工流程、包裝及檢驗分析等過程，深入的了解CAS產品從農場到餐桌層層嚴格把關的用心，讓前往參觀的部落客驚訝不已，甚至有些人因此改變原來的認知，也深深為不肖業者以魚目混珠偷機取巧方式冒用CAS標誌，卻傷害真正合法用心的CAS標章廠商之作為而感到痛心。

部落客參訪後，也紛紛將所見所聞以精闢的

▲不管是產品還是人，仍需經過溝通後才能了解彼此

▲部落客親自體驗CAS層層防護的衛生措施

▲注意聆聽並留下紀錄

文字內容及照片呈現在部落格中，直接將CAS優良農產品的美味與用心傳達給讀者，並透過網路無遠弗界的傳送到各地，同時藉由部落客訊息的傳遞，近期也帶動CAS網站瀏覽率及CAS幸福團購網的訂單量。

第三屆「CAS健康樂活，就是愛COOK!」料理競賽即將活力登場

推廣組/沈世然

好吃的料理，人人都想嚐一口，但一定要兼顧營養與衛生，才能稱得上是真正的「美味佳餚」！行政院農業委員會近年來秉持著培養未來專業廚師在食材選擇上能「選的安心、用的放心」，持續委託本協會舉辦第三屆「健康樂活，就是愛COOK料理競賽」，讓全台灣餐飲相關科系學生都有機會在比賽中大展身手，同時學習到選用安全且健康食材的重要性。

本屆料理競賽有兩大主題：一、「家庭料理」：目的是在推廣健康、便利並結合台灣在地、綠色環保的料理新概念。二、「擺盤」：主要以居家料理之盤飾，避免過度精緻之擺飾，養成愛物惜物的真諦。

▲CAS健康樂活，就是愛COOK活動海報

本次料理競賽將於10月19日進行書面審查，並預計選出30組參賽者參加於10月22日假開平餐飲學校所辦理的初賽活動，屆時將展開一場「廚神前哨戰」，並由五位專業的評審針對食材運用與營養均衡兼顧之菜單設計來當作評分標準。

決賽將於10月29日(星期六)下午1時，假西門町紅樓廣場舉行，活動當天將由5 組初賽優勝團體角逐前三名的寶座。同時，現場也將舉辦適合全家親子共遊的CAS健康嘉年華活動，讓更多民眾一起來學習、體驗及享用CAS新鮮食材，屆時歡迎闔家蒞臨、共襄盛舉。

台中國際觀光旅展—發現台灣優質的CAS竹炭產品

推廣組/劉怜均

為推廣CAS林產品，協會協助武岫農圃、有限責任南投縣竹山鎮青竹生產合作社及台灣百和工業股份有限公司等3家廠商參加9月30日至10月3日於台中世貿中心所舉辦的「2011國際觀光旅展」，展出通過CAS台灣優良農產品標章之林產品項目驗證的竹炭產品。針對竹炭產品的製程，CAS有著十分嚴謹的生產控管，當中除了要求所有原物料皆產自台灣外，其產品品質更是經過國家級檢驗單位及專業的輔導團隊嚴格縝密的監督與把關，讓消費者在使用具有CAS台灣優良農產品標章之竹炭產品時，能更安心、更放心地使用。

本次展覽中武岫農圃推出一系列最新的竹炭產品，包括CAS竹炭片產品，以及以CAS竹炭為原料所製造的竹炭貼布、、竹炭花生、竹炭寒天小丸子、竹炭鞋墊等各項產品。除此之外，位於南投小半天的武岫農圃也開放讓消費者免費參觀，遊客到此除了參觀農圃內燒製竹炭的傳統土窯了解竹炭的製程外，農圃也提供竹炭燒製過程解說及竹炭使用方法等，是個寓教於樂的好地方。

有限責任南投縣竹山鎮青竹生產合作社除了產品的展售外，更於本次旅展推出一泊二食的2人2400元包吃、包住、包玩的套裝行程活動，合作社內的民宿房間內的竹地板下，鋪設了滿滿的竹炭；通過竹炭的吸濕除臭功能，在夏季可調節室內空氣，冬季則能吸收室內溼氣，而採用竹炭記憶床墊、竹炭被及竹炭枕（CAS編號：160801）等，利用竹炭本身具有特殊的遠紅外線來促進血液循環，讓遊客白天到此地能夠盡情的遊覽竹山風情，到了晚上則在竹炭的包圍下享受健康安逸的睡眠。

台灣百和工業股份有限公司在本次的展覽中，竹炭內衣褲及竹炭襪是銷售最佳的產品，但竹醋液洗髮精、沐浴乳、竹炭護具等產品的接受度並不高，可能是台灣的消費者對竹炭產品的概念仍停留在市面上常見的竹炭襪、竹炭內衣褲的階段，藉由這次的展出，參觀的消費者也漸漸了解竹炭產品，期待未來消費者透過更多的的推廣及廣告認識竹炭，來帶動竹炭週邊商品之市場。

本次為期四天的台中世貿國際旅展，3家CAS林產品廠商展售的成績，相當亮眼。且在展售區於展出期間，，消費者只要在展覽期間消費滿200元，即可參加本協會特別推出的「消費抽好禮」的活動只要將抽獎卷投入抽獎箱，有機會可以獲得竹炭被、竹炭枕等大獎，更帶動消費者消費竹炭產品的意願。參加這次展覽除了期望透過展售會的形式與消費者面對面的互動來帶動「使用國產竹炭製品」的市場需求，更希冀消費者能對CAS竹炭產品有更深入的了解。

▲CAS林產品展售專區展售情形

▲民衆於展售專區內洽談

新鮮優質 美味方便
2011 CAS便利性鮮食新品報到

企劃組/丘前錦

▲行政院農業委員會畜牧處食品加工科 林子清科長接受媒體訪問

行政院農業委員會（以下簡稱農委會）為推廣在地生產、在地消費的便利性鮮食產品，特別委託本協會於10月4日下午2時假台大醫院國際會議中心101廳辦理「2011 CAS便利性鮮食新品發表會」，展示本年度入選之16家廠商25項便利性鮮食產品。會中邀請農委會長官、媒體、通路商及CAS業者等各界先進蒞臨指導，共同分享台灣鮮食料理的美味，並鼓勵支持在地生產之國產農產品。發表會現場以情境式的展示方式，呈現25項產品原貌及其實際應用，引起在場媒體及通路商的熱烈關切，並爭先報導，現場盛況猶如小型洽商會。

農委會近年來積極協助並鼓勵CAS優良農產品標章（以下簡稱CAS標章）驗證業者，選用在地最新鮮的食材來開發便利性鮮食商品，提供消費者更多元化，也更衛生安全的選擇，確保消費大眾吃得美味、吃得健康。

我們知道，隨著社會型態的改變，近年來國人在家開伙的比例逐漸降低，外購現成菜餚或在外用餐之比例則逐年攀升，鮮食產業也因此蓬勃發展，每年有近2,000億元的商機。便利商店更是將鮮食列為發展重點，並持續擴大產能以因應消費需求。據資料顯示，2011年統一超商鮮食營業額將突破200億元，預計今年全年

▲協會張晁祥董事長及沈永銘執行長巡視產品展示區

用米量可達1.5萬公噸，整體農特產品使用量將達3.8萬公噸，採購金額達25.6億元，由此窺知具便利特質及健康衛生的鮮食產品，其市場商機不容小覷。

今年由19家CAS標章業者提出之93項產品中，經過農委會聘請之專家學者，依據產品之「色、香、味、意、形」五個層面，並考慮衛生及國產原料的選用比例，最後評選出僅25項鮮食產品，這25項產品除了具備便利、新鮮的特質外，更代表了美味與創意。

通過審查並獲推薦之「2011 CAS便利性鮮食產品」，包括即可食用（Ready to Eat)的生菜沙拉盒、水果杯、甜美人熟玉米、冷藏綠竹筍、壽司輕食餐（含生菜沙拉、水果及壽司）；米食或主食類則包括：紫米飯糰、韓式培根米漢堡、多彩鮮菇嫩雞飯、嘉義火雞肉便當、皮蛋瘦肉粥、糙米山藥瘦肉粥、鹹魚雞粒炒飯、蘿蔔糕、泰式酸辣墨魚義大利麵、一日野菜金黃蔬菜濃湯等簡單加熱即可食用（Ready to Heat）產品；另外，菜餚類包括冷凍飛卷魚子、麻油雞湯、日式照燒豬排、泰式風味雞、開陽白菜（生鮮截切組合包裝）、一品養生山藥鍋、蕈菇乳酪奶油拌義大利麵料醬及半熟月見燒等，經過簡單加熱處理即可搭配正餐主食食用之產品。

便利商店除了常見的便當、飯糰、蔬菜湯、生菜沙拉及水果等鮮食產品之外，今天我們也可以看到超市冷藏櫃的各式組合截切菜餚產品，以今年入選的中原食品公司為例，如全聯超市的熱賣商品--各項組合截切菜餚，消費者只要挑幾種個人喜愛之不同配菜，買回家經過簡單烹調或加熱，美味佳餚即可上桌。這類產品便利性高，且不但產品內容組合多元化又價格便宜，更貼心的是廠商還提供了烹調方法說明，廚房新手也能簡單上手。

另一項值得鼓勵及嘉獎的開發構想，是匠心獨具的將中式食品廚藝化、美食化而融入鮮食產品中，如醬香公司所生產的日式照燒豬排及泰式風味雞，即是以飯店主廚專門配方，提供消費者五星級享受的概念，所開發出來的商品，不僅僅具備鮮食的新鮮、美味及方便，更重要的是提供消費者即使在家用餐也可擁有在飯店般的五星級享受。

農委會前瞻思考，輔導CAS標章業者發展優質、健康、安全之便利性鮮食產銷體系，除可提供日益繁忙的消費大眾日常飲食所需外，同時也可提升農產品附加價值，開拓農產品通路，增進農民收益；並期許使用台灣原料「在地生產、在地消費」的優質鮮食好料理，以達到產地農民、通路、消費者三贏的目標。

▲農委會長官及廠商合影

▲農委會長官及廠商合影

2010年日本冷凍食品生產及消費趨勢

資料來源：財團法人 日本冷凍食品協會

國內生產

根據財團法人日本冷凍食品協會之調查統計， 2010年日本冷凍食品國內生產量為1,399,703噸(與前一年比較+100.3%)，金額(工場出貨金額)為6,317億日元(與前一年比較-99.2%)。

雖然自2007年以來連續三年產量均減少、但2010年略為成長；雖然金額部分連續兩年衰退，但2010年的衰退率僅為0.8%，與2009年的4.5%衰退相較下已大幅縮小。(附表一)

依業務用、家庭用途區分

以業務用與家庭用冷凍食品來區分、業務用之產量為859,342噸(是去年的96.9%)，金額為3,737億日元(是去年的94.4%)，連續三年減少。2007年(1,084,126噸)相較則衰退了20.7%。

另外，家庭用產量為540,361噸(與去年比較106.1%),金額為2,579億日元(與去年比較107.2%)，產量令四年來首次成長，產值為近年來最高。

因此，若從國內生產的業務用和家庭用的比例來看,產量分別為61.4%及15.2%（去年同期63.5%及36.5%），金額是59.2%及40.8%（去年同比62.2%及37.8%）,家庭用的冷凍食品消費量首次超過了40%。

隨著日本經濟持續低迷，導致在外面用餐的需求同時也減少，而改以家庭自炊方式用餐。此外，在原材料價格上漲，但冷凍食品的產值並無增長，這表示日本經濟仍處於繼續通貨緊縮的趨勢。(附表一)

冷凍食品國內消費量

2010年日本冷凍食品消費量，包括國內生產(1399703公噸)、進口冷凍蔬菜(829406公噸)及冷凍調理食品(227618公噸)，計約2456727公噸，較前一年度成長4.1%，若以日本人口數128056千人計算，日本每人每年之冷凍食品消費量為19.2公斤，較前一年度成長3.7%。

國內生產冷凍食品生產動向

2010年日本國內生產之冷凍食品之產品成長分析，依大類別分類，調理食品產量成長0.9%，其中「油炸類」成長了4.5%，「油炸類以外的調理食品」則衰退0.5%；點心類成長3.7%；水產品衰退5.5%，農產品衰退3.7%，畜產品衰退30.7%。

若依照小分類的項目來看，則較前一年成長的有章魚燒·大阪燒（增加）9,599 噸；麵包·冷凍麵糰（增加8,057 噸）；可樂餅（增加6,372噸）；餃子（增加3,413 噸）等，成長率特別大的有麵包·冷凍麵糰(增加49.5%)；章魚燒·大阪燒(增加35.3%)；蝦類(增加20.6%)；日本小芋(增加20.3%)等。

相反的，較前一年度衰退的有炸豬排（減少6,390 噸）；春捲（減少5,936 噸）；歐式炒飯·炒飯類（減少4,472 噸）等，衰退率特別大的有家禽類(減少76.0%)；炸烏賊圈 (3減少1.8%)；春捲(減少25.6%)等。(附表二)

依照小分類的排名，可樂餅由第一名變成第七名；而名次上升的項目為章魚燒、大阪燒從第12名變為第8名，麵包·冷凍麵糰從第17名變為第13名；名次下降的項目為燒賣從第8名變為第9名，焗烤類從第9名變為第12名。(附表四)

進口調理冷凍食品動向

日本進口冷凍調理食品數量依項目區分，「油炸類」為173,026噸(成長11.5%)，「油炸類以外」為54,592噸(成長16.9%)，合計增加為227,618噸(成長12.8%)。

若依商業用或家庭用分類，進口量所佔的比例分別為89.4%及10.6%；金額則分別為85.9%

及14.1%，可以看的出來，進口冷凍調理食品應用於商業用市場占八成以上。

進口量若依生產國區分，其中以中國大陸的進口量為137,029噸，較前一年度成長了24%，成長率增加突出。

附表一、日本冷凍食品產量及消費量

【國內生產】

	平成21年(2009)	平成22年(2010)	前一年比較
工廠數	647	599	93%
企業數	533	488	92%
數量(噸)	1,396,035	1,399,703	100%
金額(百萬日元)	636,462	631,672	99%

【依照用途】

			平成21年(2009)	平成22年(2010)	與前一年比較
數量	(噸)	商業用	886,898	859,342	96.9%
		家庭用	509,137	540,361	106.1%
		合計	1,396,035	1,399,703	100.3%
	構成百分比	商業用	63.5%	61.4%	-
		家庭用	36.5%	38.6%	-
金額	(百萬日元)	商業用	395,952	373,733	94.4%
		家庭用	240,510	257,939	107.2%
		合計	636,462	631,672	99.2%
	構成百分比	商業用	62.2%	59.2%	-
		家庭用	37.8%	40.8%	-

【依照用途與品項】

			水產物	農產品	畜產物	調理食品			點心類	合計
						油炸類	油炸類以外	小計		
數量	(噸)	商業用	52,219	77,972	2,596	260,577	424,948	685,525	41,030	859,342
		家庭用	9,862	20,243	1,129	82,586	415,543	498,129	10,988	540,361
		合計	62,081	98,215	3,725	343,163	840,491	1,183,654	52,018	1,399,703
	構成百分比	商業用	84.1%	79.4%	69.7%	75.9%	50.6	57.9%	78.9%	61.4%
		家庭用	15.9%	20.6%	30.3%	24.1%	49.4%	42.1%	21.1%	38.6%
	前一年比較	商業用	94.7%	96.5%	63.9%	103.1%	93.2%	96.7%	108.1%	96.9%
		家庭用	94.0%	95.6%	86.3%	109.4%	107.0%	107.4%	88.4%	106.1%
		合計	94.5%	96.3%	69.3%	104.5%	99.5%	100.9%	103.2%	100.3%
金額	(百萬日元)	商業用	45,363	20,238	2,471	107,851	172,770	280,621	25,040	373,733
		家庭用	8,126	8,576	799	55,425	179,826	235,251	5,187	257,939
		合計	53,489	28,814	3,270	163,276	352,596	515,872	30,227	631,672
	構成百分比	商業用	84.8%	70.2%	75.6%	66.1%	49.0%	54.4%	82.8%	59.2%
		家庭用	15.2%	29.8%	24.4%	33.9%	51.0%	45.6%	17.2%	40.8%
	前一年比較	商業用	97.4%	96.8%	90.1%	100.9%	88.1%	92.6%	110.3%	94.4%
		家庭用	100.0%	109.1%	113.7%	112.5%	107.2%	108.4%	76.0%	107.2%
		合計	97.8%	100.2%	94.9%	104.5%	96.9%	99.2%	102.4%	99.2%

【國內消費】

			平成21年(2009)	平成22年(2010)	前一年比較
數量	噸	國內生產	1,396,035	1,399,703	100.3%
		進口冷凍蔬菜	760,997	829,406	109.0%
		進口調理冷凍食品	201,826	227,618	112.8%
		合計(消費數量)	2,358,858	2,456,727	104.1%
	總人口 (千人)		127,510	128,056	100.4%
	每人相當消費量(kg/人)		18.5	19.2	103.7%
金額	百萬日元	國內生產	636,462	631,672	99.2%
		進口冷凍蔬菜	104,698	111,693	106.7%
		進口調理冷凍食品	91,587	92,736	101.3%
		合計(消費金額)	832,747	836,101	100.4%

★總人口出自於總統計局人口推算

★平成22年度(2010)總人口數是依照同年普查人口速報所合計之基準而來，確切平成22年度(2010)普查人口計算依照更新過的人口調查為主。

附表二、日本國內冷凍調理食品生產

項目		數量			金額		
		平成21年(2009)	平成22年(2010)	與前一年比較	平成21年(2009)	平成22年(2010)	與前一年比較
		噸	噸	%	百萬日元	百萬日元	%
水產物	魚類	18,329	16,898	92.2%	15,048	14,827	98.5%
	蝦類	12,780	15,417	120.6%	9,974	11,370	114.0%
	蟹類	3,329	2,700	81.1%	2,965	4,007	135.1%
	烏賊、章魚類	9,212	9,482	102.9%	6,578	7,170	109.0%
	貝類	10,836	9,025	83.3%	10,130	8,796	86.8%
	其他水產物	11,177	8,559	76.6%	9,985	7,319	73.3%
	小計	65,663	62,081	94.5%	54,681	53,489	97.8%
農產物	日本芋	832	1,001	120.3%	495	588	118.8%
	紅蘿蔔	9,140	8,776	96.0%	1,240	1,218	98.2%
	帶梗玉米	3,337	3,151	94.4%	904	852	94.1%
	玉米粒	7,871	8,074	102.6%	1,959	1,936	98.8%
	南瓜	11,899	9,951	83.6%	3,287	2,761	84.0%
	薯條	9,141	7,499	82.0%	1,718	1,608	93.6%
	其他薯類	26,405	26,444	100.1%	4,939	4,987	101.0%
	菠菜	9,617	10,100	105.0%	3,538	3,760	106.3%
	其他蔬菜	20,835	20,798	99.8%	9,047	9,668	106.9%
	果實類	2,909	2,420	83.2%	1,632	1,436	88.0%
	小計	101,986	98,214	96.3%	28,759	28,814	100.2%
畜產類	家禽肉	1,780	427	24.0%	894	419	46.9%
	家畜肉	3,592	3,298	91.8%	2,550	2,851	111.8%
	小計	5,372	3,725	69.3%	3,444	3,270	94.9%
油炸類	炸蝦(沾麵包粉)	3,844	3,734	97.1%	4,856	4,996	102.9%
	炸墨魚(沾麵包粉)	4,251	2,898	68.2%	2,957	1,692	57.2%
	炸牡蠣(沾麵包粉)	8,787	9,711	110.5%	6,336	7,364	116.2%
	炸魚(沾麵包粉)	12,351	12,296	99.6%	8,262	7,827	94.7%
	可樂餅	156,767	163,139	104.1%	47,337	49,548	104.7%
	日式炸豬排	63,295	56,905	89.9%	35,898	31,534	87.8%
	日式炸雞(裹麵粉)	16,147	14,076	87.2%	10,656	9,650	90.6%
	其他油炸類,天婦羅 炸物	62,861	80,404	127.9%	39,869	50,665	127.1%
	小計	328,303	343,163	104.5%	156,171	163,276	104.5%

油炸類以外的調理食品	漢堡肉	64,668	64,749	100.1%	34,162	31,429	92.0%
	肉丸子	28,926	29,215	101.1%	14,103	13,456	95.4%
	燒賣	36,557	35,602	97.4%	20,725	20,764	100.2%
	餃子	37,944	41,357	109.0%	23,434	26,631	113.6%
	春捲	23,176	17,240	74.4%	8,845	6,804	76.9%
	比薩	18,389	18,784	102.1%	10,570	11,655	110.3%
	肉包	12,040	11,192	93.0%	5,340	4,970	93.1%
	歐式炒飯˙炒飯類	101,153	96,681	95.6%	35,977	33,718	93.7%
	飯糰	19,941	17,560	88.1%	6,362	5,493	86.3%
	其他米飯類	17,775	18,907	106.4%	7,697	8,481	110.2%
	(米飯類小計)	138,869	133,148	95.9%	50,036	47,692	95.3%
	烏龍麵	141,486	144,023	101.8%	19,782	20,811	105.2%
	其他麵類	113,899	113,200	99.4%	36,519	34,617	94.8%
	(麵類小計)	255,385	257,223	100.7%	56,301	55,428	98.4%
	麵包˙麵糰	16,286	24,343	149.5%	6,380	8,205	128.6%
	蛋製品	28,176	28,495	101.1%	13,717	13,975	101.9%
	焗烤	29,945	27,843	93.0%	18,736	19,947	106.5%
	濃湯˙湯˙ 醬料類	14,609	16,602	113.6%	8,847	10,211	115.4%
	章魚燒˙大阪燒	27,187	36,786	135.3%	10,919	15,169	138.9%
	其他調理食品	112,145	97,912	87.3%	81,776	66,260	81.0%
	小計	844,302	840,491	99.5%	363,891	352,596	96.9%
調理食品合計		1,172,605	1,183,654	100.9%	520,062	515,872	99.2%
點心類		50,409	52,028	103.2%	29,516	30,227	102.4%
合計		1,396,035	1,399,703	100.3	636,462	631,672	99.2%

附表四、日本國內冷凍調理食品生產前20名

名次	平成18年(2006)	平成19年(2007)	平成20年(2008)	平成21年(2009)	平成22年(2010)		
					項目	生產量(噸)	構成比
1	可樂餅	可樂餅	可樂餅	可樂餅	可樂餅	163,139	11.7%
2	烏龍麵	烏龍麵	烏龍麵	烏龍麵	烏龍麵	144,023	10.3%
3	歐式炒飯、炒飯	歐式炒飯、炒飯	歐式炒飯、炒飯	歐式炒飯、炒飯	歐式炒飯、炒飯	96,681	6.9%
4	炸豬排	炸豬排	炸豬排	漢堡肉	漢堡肉	64,749	4.6%
5	漢堡肉	漢堡肉	點心類	炸豬排	炸豬排	56,905	4.1%
6	點心類	點心類	漢堡肉	點心類	點心類	52,028	3.7%
7	餃子	餃子	肉丸子	餃子	餃子	41,357	3.0%
8	燒賣	燒賣	燒賣	燒賣	章魚燒、大阪燒	36,786	2.6%
9	蛋製品	肉丸子	餃子	焗烤	燒賣	35,602	2.5%
10	肉丸子	蛋製品	焗烤	肉丸子	肉丸子	29,215	2.1%
11	焗烤	焗烤	蛋製品	蛋製品	蛋製品	28,495	2.0%
12	章魚燒、大阪燒	章魚燒、大阪燒	章魚燒、大阪燒	章魚燒、大阪燒	焗烤	27,843	2.0%
13	比薩	麵包、冷凍麵團	春捲	春捲	麵包、冷凍麵團	24,343	1.7%
14	日式炸雞(沾麵粉)	比薩	日式炸雞(沾麵粉)	飯糰	比薩	18,784	1.3%
15	春捲	春捲	比薩	比薩	飯糰	17,560	1.3%
16	麵包、冷凍麵團	日式炸雞(沾麵粉)	飯糰	魚類	春捲	17,240	1.2%
17	飯糰	飯糰	魚類	麵包、冷凍麵團	魚類	15,898	1.2%
18	魚類	魚類	南瓜	日式炸雞(沾麵粉)	濃湯、湯類、醬料類	16,602	1.2%
19	濃湯、湯類、醬料類	南瓜	麵包、冷凍麵團	濃湯、湯類、醬料類	蝦類	15,417	1.1%
20	炸魚(沾麵包粉)	濃湯、湯類、醬料類	炸魚(沾麵包粉)	蝦類	日式炸雞(沾麵粉)	14,076	1.0%

(備註1)「其他...」名次上除外

附表五、日本進口冷凍調理食品

【依項目】

項目	數量(噸)					金額(百萬日元)				
	平成21年	平成22年			與前一年比較	平成21年	平成22年			與前一年比較
	合計	商業用	家庭用	合計		合計	商業用	家庭用	合計	
油炸類	155,128	159,534	13,492	173,026	111.5%	70,539	62,935	6,826	69,761	98.9%
油炸類以外	46,698	43,926	10,666	54,592	116.9%	21,048	16,700	6,275	22,975	109.2%
合計	201,826	203,460	24,158	227,618	112.8%	91,587	79,635	13,101	92,736	101.3%
(構成比)	-	89.4%	10.6%	-	-	-	85.9%	14.1%	-	-

(備註)「油炸類以外的調理食品」包含「點心類」。

【按照有製作項目之公司數】

油炸類		油炸類以外	
項目	公司數	項目	公司數
炸蝦(裹麵包粉)	12	章魚燒	6
日式炸牡蠣	7	春捲	5
日式炸雞(沾麵粉)	7	高麗菜卷	4
炸白魚(沾麵包粉)	6	熟食類	4
炸鯖魚(沾麵包粉)	3	煎餃	3
裹粉炸蝦	3	飲茶類	3
日式炸章魚(沾麵粉)	3	燒賣	2
日式炸烏賊(沾麵粉)	3	比薩	2
日式帶骨炸雞(沾地瓜粉)	3	調理醬料	2
日式炸豬排	3	串燒烤雞	2
油炸水產物(沾麵包粉)	2	蓋飯調理包	2
炸蝦(沾麵糊)	2	煮魚	2
炸烏賊(沾麵包粉)	2	鯛魚燒	2
炸牡蠣(沾麵包粉)	2	塔	2
炸鱒魚,炸小蝦,日式炸鰈魚,日式炸去骨魚肉,炸蝦天婦羅,天婦羅類,炸烏賊天婦羅,日式串炸,雞肉加工品,炸雞,炸串燒豬里肌.炸烏蛋,炸海苔,炸山葵,炸烏賊圈,油豆腐,炸茄子肉,乳酪棒,串炸,日式炸豆腐,海苔油條,可樂餅,炸洋蔥圈	1	冷凍麵包,烤麵包,肉包,包子,肉粽,大阪燒,熱狗,漢堡肉,烤雞類,北京烤鴨,烤雞肉,雞翅,西京燒去骨魚,味增鯖魚,鹽烤魚,鹽烤去骨魚,便當用魚調理組合,醋鯖魚,介護食品,荷蘭式茄子,蔬菜肉卷,蟹肉蛋,豆皮包,韓式泡菜,炸豆腐皮,豆皮卷,蛋糕類,起司蛋糕,巧克力布朗尼,派,壽桃,法國吐司	1

【按生產國】

國名	數量(噸)			金額(百萬日元)			公司數
	平成21年(2009)	平成22年(2010)	與前一年比較	平成21年(2009)	平成22年(2010)	與前一年比較	平成22年(2010)
中國大陸	110,515	137,029	124.0%	46,847	50,717	108.3%	22
泰國	75,235	75,981	101.0%	35,960	33,989	94.5%	16
越南	10,966	8,908	81.2%	5,522	4,582	83.0%	12
印尼	2,875	3,502	121.8%	2,668	2,810	105.3%	4
美國	2,235	2,198	98.3%	590	638	108.1%	2
韓國							1
丹麥							1
紐西蘭							1
加拿大							1
新加坡							1
合計	201,826	227,618	112.8%	91,587	92,736	101.3%	28

(備註一)為了某些單一公司有從複數的國家進口產品的情況，按生產國處理公司數的共計價值和共計欄的數值不相符。

(備註二) 為了避開特定的企業被推測，處理公司數少的國家以共計價值表現著。

【依生產國主要項目】

生 產 國	項目(不依照名次)
中國大陸	天婦羅,熟食類,炸牡蠣(沾麵包粉),日式炸雞,炸山葵,章魚燒,比薩,炸水產物,麵包,鯛魚燒,餃子,燒賣,春捲,粽子,派皮,包子,炸蝦(麵包粉),炸烏賊.(沾麵包粉),炸烏賊卷,炸雞,烤雞類,日式炸章魚.炸鰈魚,豬排,炸馬鯖魚,鹽烤魚,串炸豬里肌,炸白魚(麵包粉),粉炸蝦,高麗菜捲,炸牡蠣,看護用食品,日式炸烏賊,雞肉加工品,味增煮鯖魚,便當用魚組合,日式炸無骨魚,蓋飯調理包,日式炸豆腐,油豆腐,豆皮包,豆腐皮捲,信田卷,肉包,北京烤鴨,蟹肉蛋.西京式無骨烤魚,烤無骨魚
泰國	炸水產物(沾麵包粉),日式炸雞,熟食類,炸蝦(沾麵粉),炸雞,炸牡蠣,炸蝦(沾麵包粉),煮魚,歐式炸蝦,串烤雞.炸雞(沾地瓜粉),炸白魚(沾麵包粉),蝦,章魚燒,飲茶,炸豬排,調味醬,炸茄子包絞肉,炸海苔,荷蘭式煮茄子
越南	炸蝦(沾麵包粉),章魚燒,炸水產物(沾麵包粉).飲茶,炸蝦(沾麵包粉),炸蝦(沾麵糊),炸章魚,炒蝦仁
印尼	炸蝦(沾麵包粉),天婦羅炸蝦,炸水產物(沾麵包粉)
美國	起司蛋糕,炸洋蔥圈,起司條,法國吐司,巧克力布朗尼
韓國	餃子
丹麥	冷凍麵包
紐西蘭	炸白魚(沾麵包粉)

1999年至2010年日本的進口冷凍調理食品動態

【進口數量・金額的推算】

年度(西元)	數量		金額		年度(西元)	數量		金額	
	噸	前一年比較	百萬日元	前一年比較		噸	前一年比較	百萬日元	前一年比較
平成11 (1999)	99,427	-	46,060	-	平成17 (2005)	291,098	112.2%	131,804	115.6%
平成12 (2000)	127,748	128.5%	53,228	115.6%	平成18 (2006)	315,436	108.4%	140,042	106.3%
平成13 (2001)	160,868	125.9%	68,151	128.0%	平成19 (2007)	319,796	101.4%	145,935	104.2%
平成14 (2002)	193,313	120.2%	84,710	124.3%	平成20 (2008)	232,224	72.6%	111,156	76.2%
平成15 (2003)	222,825	115.3%	92,384	109.1%	平成21 (2009)	201,826	86.9%	91,587	82.4%
平成16 (2004)	259,433	116.4%	114,034	123.4%	平成22 (2010)	227,618	112.8%	92,736	101.3%

【依國家進口數量推算】

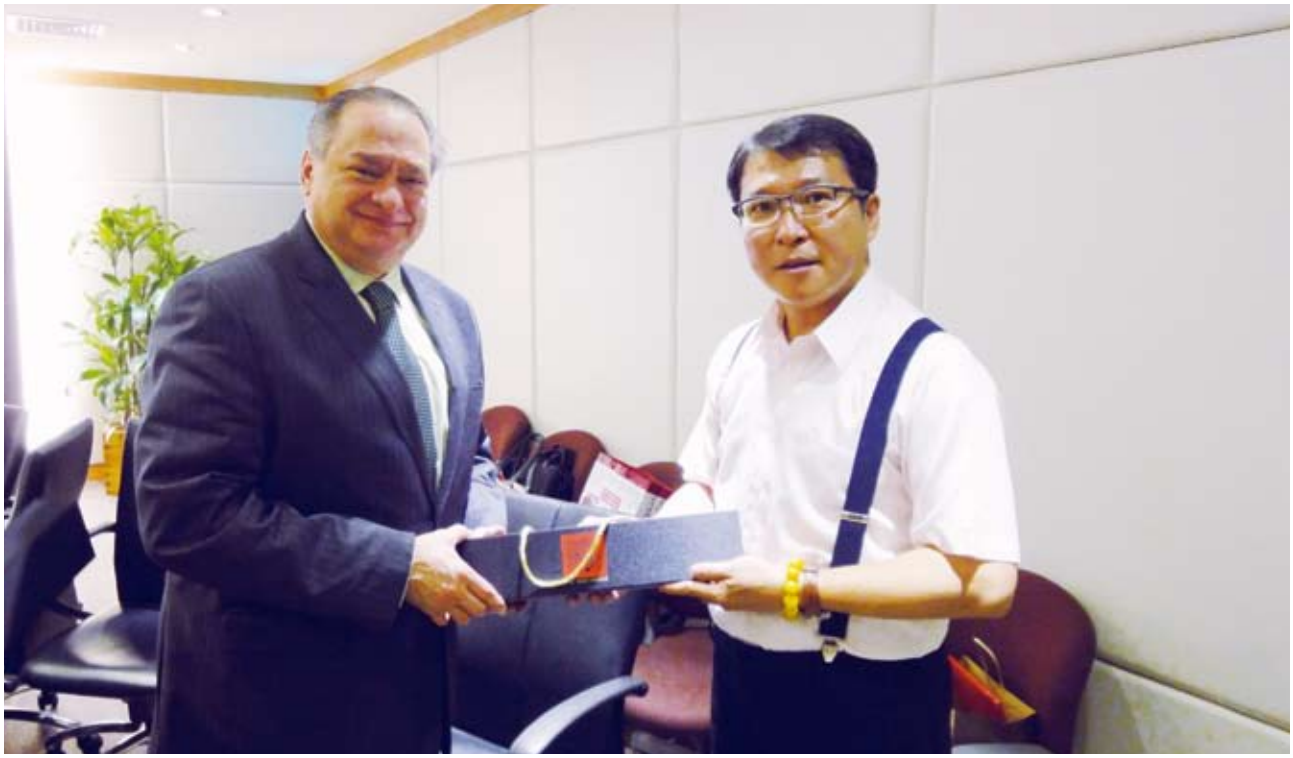
年度(西元)	中國大陸		泰國		其他	
	噸	前一年比較	噸	前一年比較	噸	前一年比較
平成11 (1999)	54,511	-	32,368	-	12,548	-
平成12 (2000)	77,333	141.9%	39,085	120.8%	11,330	90.3%
平成13 (2001)	99,237	128.3%	28,761	124.8%	12,870	113.6%
平成14 (2002)	125,750	126.7%	54,485	111.7%	13,078	101.6%
平成15 (2003)	144,430	114.9%	62,102	114.0%	16,293	124.6%
平成16 (2004)	162,401	112.4%	70,912	114.2%	26,120	160.3%
平成17 (2005)	187,455	115.4%	79,329	111.9%	24,314	93.1%
平成18 (2006)	200,634	107.0%	88,041	111.0%	20,701	110.1%
平成19 (2007)	212,590	106.0%	84,055	95.5%	23,151	86.5%
平成20 (2008)	128,373	60.4%	87,912	104.6%	15,939	68.8%
平成21 (2009)	110,515	86.1%	75,235	85.6%	16,076	100.9%
平成22 (2010)	137,029	124.0%	75,981	101.0%	14,608	90.9%

【依國家進口金額推算】

年度(西元)	中國大陸		泰國		其他	
	百萬日元	前一年比較	百萬日元	前一年比較	百萬日元	前一年比較
平成11 (1999)	20,951	-	17,773	-	7,336	-
平成12 (2000)	27,557	131.5%	18,751	105.5%	6,920	94.3%
平成13 (2001)	37,475	136.0%	22,617	120.6%	8,059	116.5%
平成14 (2002)	48,519	129.5%	26,838	118.7%	9,353	116.1%
平成15 (2003)	53,277	109.8%	28,881	107.6%	10,226	109.3%
平成16 (2004)	61,745	115.9%	35,966	124.5%	16,323	159.6%
平成17 (2005)	76,798	124.4%	38,242	106.3%	16,764	102.7%
平成18 (2006)	81,207	105.7%	41,588	108.7%	17,247	102.9%
平成19 (2007)	90,507	111.5%	40,128	96.5%	15,300	88.7%
平成20 (2008)	56,368	62.3%	44,568	111.1%	10,220	66.8%
平成21 (2009)	46,847	83.1%	35,960	80.7%	8,780	85.9%
平成22 (2010)	50,717	108.3%	33,989	94.5%	8,030	91.5%

CAS優良農產品認證制度拓展國民外交

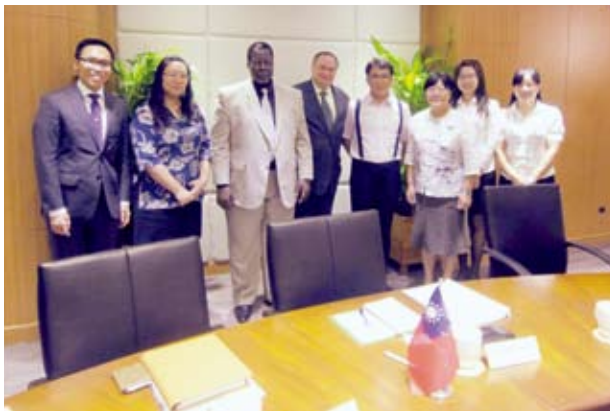
推廣組/洪美英



▲本協會楊副執行長致贈CAS食米禮盒給多明尼加Luis Manuel PIANTINI MUNNIGH大使

為了要了解我國農產品生產、製造、研發、行銷體系及優良農產品認證制度，布吉納法索駐WTO大使Prosper VOKOUMA及多明尼加駐WTO大使Luis Manuel PIANTINI MUNNIGH一行人於8月23日上午拜會行政院農業委員會，由行政院農業委員會（以下簡稱農委會）國際處張淑嫻處長接待，並由本協會楊明全副執行長及驗證組同仁向與會外賓介紹CAS優良農產品認證制度。

會中張處長開場致詞時表示CAS優良農展品標章在台灣已推行20餘年，是農委會所推動最具代表性的優良農產品認證標章。其後更由本協會楊副執行長以圖文並茂的簡報介紹本協會成立宗旨、CAS制度推行現況及各類CAS產品與其特色。楊副執行長介紹本協會成立宗旨時，也特別說明本協會未來不僅要整合國內農業主管機關與民間資源，架構優良農產品『產、製、銷』聯盟體系，更希望將CAS標章推向國際舞台，讓全世界的消費者都能認識衛生安全的CAS台灣優良農產品，建立台灣農產品良好的國際形象。



▲農委會國際處張處長、二位大使、外交部代表與協會人員合影留念

會談當中Luis Manuel PIANTINI MUNNIGH大使對於CAS食米的精緻度與品質相當感興趣， Prosper VOKOUMA大使對於CAS制度當中的產品檢驗與驗證機構等相關環節了解後，紛紛對於CAS制度嚴謹的驗證過程留下深刻良好的印象。

100年7月至9月消費者服務中心受理民眾查詢處理紀錄

推廣組/劉怜均

項次	日期	消費者詢問事項	解答及處理結果
1	1000705	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「請問何時會再舉辦寄標籤抽獎活動？」	已於7月6日以電子郵件回覆，主要內容： 近期內本協會沒有舉辦此活動，若有任何推廣活動訊息，將會公告於CAS網站www.cas.org.tw之活動看板內。
2	1000705	陳先生來電詢問事項，簡述如下： 「請問要去哪裡下載CAS食米類之驗證申請表？」	已於電話中回覆，主要內容： 申請CAS優良農產品驗證需至CAS台灣優良農產品管理入口網http://cas.coa.gov.tw申請管理者帳號，由本協會核可後於該網站填列申請書，亦可至CAS網站www.cas.org.tw驗證專區「CAS申請書下載」頁面下載，若需進一步瞭解CAS食米類驗證相關資訊，請洽本協會驗證組。
3	1000705	莊先生來電詢問事項，簡述如下： 「請問目前有幾家生產竹炭之CAS驗證廠商？可以知道其產品編號嗎？」	已於電話中回覆，主要內容： 目前有9家生產竹炭之CAS驗證廠商。其驗證產品及編號，可至CAS網站www.cas.org.tw「CAS廠商及查詢」頁面查詢。
4	1000706	宋先生來電詢問事項，簡述如下： 「台北國際食品展上，有看見竹炭組合禮盒，請問於何處可以買的到？價錢為何？」	已於電話中回覆，主要內容： 台北國際食品展台灣館林產形象區內展示之竹炭組合禮盒，可直接向CAS林產品廠商洽詢購買，CAS林產品廠商聯絡資訊，可至CAS網站www.cas.org.tw「CAS廠商及查詢」頁面查詢。
5	1000706	王小姐來電詢問事項，簡述如下： 於康健雜誌上看見CAS林產品廣告，想請教幾個問題： 1.請問常聽到的備長炭是否就是竹炭？ 2.請問CAS驗證的竹炭片，是經過幾度的高溫燒製？ 3.聽說竹炭片可淨化水質，請問是直接將竹炭片放進水箱裡嗎？ 4.竹炭片用於煮飯可使用幾次？ 5.請問目前通過CAS驗證的竹炭片廠商為那幾家？」	本案經詢問工業技術研究院後，已於7月6日電話中回覆，主要內容： 1.備長炭使用的原料為馬目堅木，CAS竹炭使用的原料為孟宗竹或桂竹，因此兩種炭並非相同。 2. CAS竹炭大部分使用土窯燒製，溫度約500-800℃，機械窯燒製溫度可達1000℃左右。 3. 建議還是經過煮水的過程，先將竹炭片洗淨後，1公升的水放入1-2片竹炭片。竹炭片於水中會釋放鹼離子提高水的PH值，其所含的鈣、鉀、鎂等天然礦物質會更易被水吸收，同時吸收水中的有害物質-氯，達淨化水質的目的。 4. 竹炭片用於煮飯時，使用5-7次後，將竹炭片於通風處曬乾或放至烤箱150℃，30分鐘至1個小時烤乾後，可再次使用5-7次。建議將使用10-14次之竹炭片用於衣櫥或鞋櫃除濕或打碎放至花盆內做肥料使用。 5. 目前有8家CAS林產品廠商生產竹炭片，若想進一步瞭解CAS林產品及廠商相關資訊，可至CAS網站www.cas.org.tw查看。

項次	日期	消費者詢問事項	解答及處理結果
6	1000715	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「哪裡有賣CAS竹炭襪(台北市)?」	已於7月27日以電子郵件回覆，主要內容： CAS林產品沒有驗證竹炭襪之產品品項，但有驗證紡織用竹炭微粉，目前通過CAS驗證之紡織用竹炭微粉廠商為台灣百合工業股份有限公司，該公司有使用CAS驗證之原料製成竹炭襪，其販售地點有台北大安店，地址：台北市建國南路二段296號；台北萬芳店，地址：台北市立萬芳醫院B1。
7	1000724	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「您好：我想問一下，該會認證的產品是否有外銷，我想開一家外銷台灣農產品的公司，請問有那相關資料或注意事項是否提供我呢?謝謝。」	已於7月28日以電子郵件回覆，主要內容： 有關外銷情形，需要洽詢各家廠商。CAS產品廠商聯絡資訊，可至CAS網站www.cas.org.tw「CAS廠商及查詢」頁面查詢。
8	1000803	陳先生來電詢問事項如下： 「請問是否有提供衛生宣導海報?」	已於電話中回覆，主要內容： 協會並無衛生宣導海報提供，可洽當地衛生局或衛生署。
9	1000809	馬來西亞陳美玲小姐來信詢問事項，簡述如下： 「擬請協會協助安排參訪。（參訪主要目的為了解農產食品加工之作業流程，包含水果採收、加工、冷凍、包裝等完整程序。）」	已於8月12日以電子郵件回覆，主要內容： 協會為農委會輔導成立之財團法人，為CAS台灣優良農產品標章之驗證機構，主要工作在辦理CAS台灣優良農產品驗證與推廣業務。 由本協會所驗證之338家廠商中並無水果之採收、加工、冷凍、包裝之完整作業程序的加工業者。可洽台灣省青果運銷合作社，電話：886-2-2913-5111，或臺灣省農會，電話：886-4-24853063。
10	1000812	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「你好，可否請您提供貴單位執行CAS肉品檢驗瘦肉精時所使用之檢驗方法，非常感謝!」	已於8月23日以電子郵件回覆，主要內容： 乙型受體素〈俗稱瘦肉精〉之檢驗方法為行政院衛生署100.04.07署授食字第1001900952號公告修正之「食品中動物用藥殘留量檢驗方法-乙型受體素類多重殘留分析。」
11	1000818	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「請問貴機構有沒有規定農產品/加工產品的有機百分比?(比方說有機產品的有機成分必須是95%以上之類)和有機證書的有效期限是多少?及貴機構是否認證農產品及加工食品?」	已於8月19日以電子郵件回覆，主要內容： 本協會未經行政院農業委員會認證為有機產品驗證機構，故無執行有機驗證工作。台端欲知相關資訊，可上行政院農業委員會農糧署官方網站 http://www.afa.gov.tw/index.asp查詢。
12	1000905	消費者來信詢問事項，簡述如下： 「請問在CAS認證的廠商產品中，有沒有生產傳統豆腐、豆干、百頁的廠商。」	已於9月6日以電子郵件回覆，主要內容： 本協會無驗證上述相關產品，因豆腐、豆干、百頁係屬黃豆製品，台灣黃豆原料多由國外進口，不符合CAS產品原料以國產品為主之基本要求，故無受理驗證。
13	1000919	段先生來電詢問事項，簡述如下： 「CAS是否有茶包的驗證?」	已於電話中回覆，主要內容： 目前CAS驗證有15大類，其中並無茶葉、茶包的驗證。關於茶葉部分，農委會另有關於產銷履歷的驗證。若想了解相關資訊，請至農委會網站查詢。
14	1000922	彭小姐來電詢問事項，簡述如下： 「請問正確的CAS標章為『台灣優良農產品』7個字嗎?CAS標章是從什麼時候開始統一的?」	已於電話中回覆，主要內容： CAS標章上方為『台灣優良農產品』7個字。從98年度CAS標章納入農產品生產及驗證管理法後，就開始統一為現在推動的『台灣優良農產品』之CAS標章。

選購產品時請認明

包裝袋上

台灣優良農產品 CAS 第888888號

才是CAS驗證產品

CAS優良農產品四大特點：

1. 原料以國產品為主
2. 衛生安全符合要求
3. 品質規格符合標準
4. 包裝標示符合規定

CAS消費者諮詢專線：0800-025888
CAS幸福團購網站：http://www.casmall.com.tw/
CAS台灣優良農產品網站：http://www.cas.org.tw

行政院農業委員會　關心您

台灣優良農產品
季刊

發 行 人：張晁祥
顧　　問：許桂森、林子清、陳樹功、陳育信、翁榮洲
編輯委員：沈永銘、楊明全、呂月娥、盧巧玲、洪美英
張淑美
執行編輯：楊明全、盧巧玲、莊佳燕
發 行 所：財團法人台灣優良農產品發展協會
地　　址：10074 台北市南昌路一段51巷1號11樓
電　　話：02-23567417
傳　　真：02-23567416
網　　址：www.cas.org.tw
E-mail：service@cas.org.tw
免付費電話：0800-025-888

中華民國95年4月10日創刊
每1、4、7、10月出版
100農管-4.12-牧-03補助
雜誌字號：台北雜誌字第918號

※竭誠歡迎CAS驗證廠商投稿，讓我們分享您的新產品、推廣活動或管理經驗。
※歡迎轉載，請與本協會聯繫。