

台灣優良農產品  
雙月報

## 行政院農業委員會 輔導

發行人：陳幸浩

顧問：黃英豪、林子清

編輯委員：

沈永銘、楊明全、蔡弘聰、盧巧玲

洪美英、張淑美

執行編輯：楊明全、盧巧玲

發行所：

財團法人台灣優良農產品發展協會

地址：

10074 臺北市南昌路一段51巷1號11樓

電話：02-23567417

傳真：02-23567416

網址：[www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw)

E-mail：[service@cas.org.tw](mailto:service@cas.org.tw)

美編印製：財團法人豐年社

創刊於中華民國95年4月10日

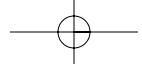
雙月10日出版

96農發-4.1-牧-01 補助

雜誌字號：台北字918號

竭誠歡迎CAS廠商投稿，  
讓我們分享您的新產品、推廣活動或管理經驗。





# 台灣優良農產品 雙月報 2008年4月 第13期



國內  
郵資已付  
雜誌  
台北字第918號

台北郵局許可證  
台北字第3632號

## 本期焦點

**智慧財產－優良農產品標章**

**天然釀造的大安工研醋**

**彥廷農場打造「會呼吸的菇寮」**

**96年度農產食品相關法規訂定與修訂重點摘要**

**國際食品展覽盛事—日本國際食品暨飲料展 展後報導**

**食米消費之我見**

**在全家也可以吃到CAS生鮮截切水果**





# CAS台灣優良水產品

施行水產品HACCP管制，衛生安全有保障

超低溫冷凍  
水產品

乾 製  
水產品



冷凍  
水產品

冷 藏  
水產品

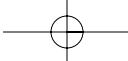
罐 製  
水產品



行政院農業委員會漁業署  
(財)台灣優良農產品發展協會

關心您

網址：[www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw)  
諮詢專線：0800-025888



## 目錄

### CAS政策宣導

#### 4 / 智慧財產－優良農產品標章



### 產業報導

#### 6 / 天然釀造的大安工研醋

#### 9 / 彥廷農場打造「會呼吸的菇寮」

### CAS標章驗證單元

#### 12 / 96年市售CAS標章產品標示稽查作業

#### 13 / 96年度農產食品相關法規訂定與修訂重點摘要

### CAS標章推廣單元

#### 15 / 國際食品展覽盛事-日本國際食品暨飲料展 展後報導

#### 17 / 97年團膳餐飲業者參訪台灣優良農產品工廠 －活動預告

#### 18 / 服務創新 創造三贏



### 消費新知

#### 19 / 食米消費之我見

### 交流天地

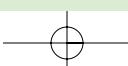
#### 21 / 在全家也可以吃到CAS生鮮截切水果

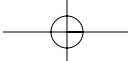
#### 23 / 台灣米的遠景

#### 24 / 為了健康，勇敢對「應酬」說「不」

### 消費者服務

#### 26 / 消費者服務資訊





CAS 政策宣導

# 智慧財產 — 優良農產品標章

文 / 陳幸浩

「農產運銷半年刊」今年元月第137期，刊登劉耀中助理教授等所發表「台灣農業智慧財產權之探討—以『CAS優良農產品標章』為例」一文，文中指出政府及民間所提多種農產品標章，均屬於智慧財產權中「商標法」所規範之地理標章、團體標章及驗證標章，前二者僅說明農產品之產地及生產機構，但無法賦予產品衛生及安全之保證。

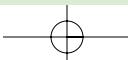
至於CAS這個知名標章，則具有驗證產品合乎生產規範及產品品質之意涵，換言之，CAS就是「商標法」所規範中的驗證標章。另外行政院農業委員會正在推動的產銷履歷農產品（TAP）標章亦屬之，TAP農產品除須符合驗證品質要求外，尚須具備產銷履歷資訊。

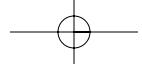
具有智慧財產價值之標章，就應向主管機關申請標章，以獲得商標法的保護。有鑑於此，CAS標章是農委會早在民國78年就向中央標準局（已更名為智慧財產局）申請登記。另為落實推廣CAS標章，農委會復於80年輔導設置本協會前身「中華CAS優良食品發展協會」，輔導協會致力於提升產品品質及附加價值、保障國人飲食衛生及提升國產農產品之競爭力等任務。

CAS標章推廣初期，國內優良食品廠商熱烈配合政府政策，紛紛申請使用CAS標章，許多廠商慷慨解囊，捐助相對基金，協助成立CAS協會。截至目前累積基金中，廠商捐助者佔三分之二，可見廠商對CAS標章之愛護。由於知名廠商產品使用CAS標章，CAS標章形象藉廠商譽提升，CAS標章也幫助廠商拓展市場，這樣相輔相成，使得CAS標章更顯珍貴。

多年前為因應我國加入WTO開放市場之衝擊，有效區隔國產品與進口農產品市場，農畜水產品都使用各自不同的標章，但依據黃琮祺等的分析報告，在諸多標章中，以CAS標章的知名度及辨識性最高。因此農委會為整合各項產品之標章及驗證工作，乃以CAS為統一標章，並於93年12月15日公佈「優良農產品證明標章認證及驗證作業辦法」。

如今CAS標章已成為國產優良農產品的代名詞，並創造了智慧財產的價值，就





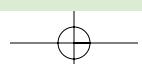
## CAS 政策宣導

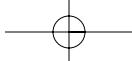


■ CAS標章及TAP標章

其原因應包括：(1)認證及驗證作業辦法設計完善，在政府嚴格監督之下，驗證機構各盡其職，通力合作。(2)廠商愛惜CAS標章資產，遵守CAS規範。(3)務實宣導，提升消費者認知。因之，CAS標章已成為我國農業智慧財產權中一項極為重要的智慧資本。

最後，筆者不可否認，未使用CAS標章的產品應該也有好產品，但標示有CAS標章的產品，則更令人買得放心，用得安心，相信許許多多CAS產品的愛用者也有同感。除CAS標章之外，本協會同時也是TAP標章的驗證機構，在此願意大力呼籲大家多多選購CAS標章及TAP標章之優良農產品，標示有此等標章的產品代表著智慧、品質及信賴。





CAS 產業報導



# 天然釀造 的大安工研醋

採訪記者 / 王櫻

部分圖片提供 / 大安工研食品工廠(股)公司

「醉醉用心，醋處有真情。」是「大安工研」的精神標語，也是一個老品牌對企業良知、社會責任及消費者信賴的承諾。

## 大安工研 · 寓意紀念

大安工研食品公司董事長許嘉旭表示，「大安工研」公司名稱的由來，因座落於台北市「大安區」，「大安」二字順理成章，而「工研」則是紀念工研院將第一隻醋菌種分離給民間培養而定名。

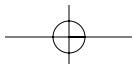
從祖父購入日人在台經營的「工研食品工廠」，至今已邁入第68個年頭。儘管「工研」二字，讓許多人從「工業研究院」聯想到化學製造等誤解，造成工研醋行銷上的困擾，然而，擁有CAS、GMP、ISO等多項認證的「大安工研」，對於刻意的中傷或錯誤的認知，期待以「教育」來彌平。

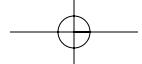
## CAS驗證 · 安全保證

民國85年，大安淡水廠即通過CAS驗證，爾後規劃新廠，不管是從廠區環境、廠房設施、機械與檢測設備、製程管理、品質管制、衛生管理、倉儲與運輸管理及管理人員資格等，均以符合CAS優良釀造食品規範之規定為原則，因此，在96年新廠落



貼標區





## CAS 產業報導



■導入冷卻裝置與輸送帶



■由此觀察儲存槽存量與取樣

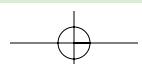
成和完成遷廠的同時也取得CAS驗證。許嘉旭表示：「若非『天然釀造』，不可能獲得CAS驗證；若是化學製造，如何通過嚴苛的審核，並出口美國、日本？工研得以走過一甲子而不墜，憑藉的就是對健康的堅持與對品質的用心。」

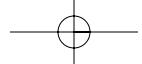
許嘉旭說明「工研醋」與坊間的DIY醋的差異：「一般DIY醋係將水果等加入現成的醋中浸泡而成；『工研醋』則以初始的糯米、台灣米、醋種、水果等農產原料發酵釀造而成，所投注的人力、物力及財力之龐大，實非一般坊間產品可相提並論。」

### 國家規範・企業良知

許嘉旭表示：「工研採購的原物料包括米、黃豆、水果等，都必須具備產地證明，並符合國家標準。」而工研所引用的水則來自大屯山水脈，製醋用的米則儘量採用台灣米，讓醋的口感更上一層。此外，工研淡水新廠的建設費用，不包括設備即超過5億元台幣，連廢水處理都採用經國家認證的設備，經費高達3,000萬元。「國家標準認證係由國家監督，包括原料、製造過程、生產設備、品管…等都馬虎不得。」

「對工研來說，CAS驗證是基本工夫，它是一種社會潮流，也是一種可以讓消費者更安心、更安全的保證。」許嘉旭認為，CAS標章是國家對企業有形的規範，企業的良知則是一把無形的尺，必須時時刻刻省視本身作為，因此作業人員對整個產品製造流程必須謹守操作標準。在人員管理方面，工研最重視員工的「品德」，由於是家族企業，除時時謹記家訓「道之尊，德之貴，夫莫之命而常自然。」也以





■許嘉旭說：「企業必須擔負社會責任與企業責任。」

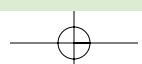
此教育員工。

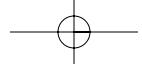
## 六大訴求・深耕市場

工研的產品多達100多項，依主題可分為3大類—健康美食、健康養生與健康美容。除了歷史最悠久的白醋、烏醋及味噌外，另有健康醋、咖哩及各式醬料等，品項雖多，但均以許嘉旭強調的六大訴求：健康、養生、美容、青春、活力、環保為開發主軸。

儘管工研品牌歷史悠久，但仍不忘保持品牌的活力，跟隨時代的脚步持續研發。工研並陸續於社區成立「工研醋健康補給站」，將六大訴求融入人們的生活概念中，讓健康補給可以隨時隨地進行。

工研甚少在媒體上打廣告，選擇以深耕的方式開拓市場。從一個個公司行號的說明展售、一所所餐飲學校的合作教學，紮實地行銷，或者該說是教育，培育一顆顆工研的種子。許嘉旭說：「廣告費用可以用在更有意義的回饋行動上。例如贊助「中華民國身心障礙者藝文推廣協會」、「雙連育兒基金會」等弱勢團體。」60幾年的歷史，背負著對社會的責任與消費者的信賴，這是工研以時間與品質建立的資本，也是最大的競爭優勢。





CAS 產業報導

# 彥廷農場打造「會呼吸的菇寮」

採訪記者 / 春樹

「如果沒有走到斷崖，就不知道前頭有路」，唯一通過CAS木耳產品驗證的養菇達人—嘉義縣中埔鄉彥廷農場主人陳鏘謙，其所生產的靈芝、木耳等生技產品外銷全球30多個據點，年產值達上億元。由傳統農戶轉身科技農民，他的成功，源自於「堅持做對的事」。

## 模擬自然 · 孕育菇類

彥廷農場的科技菇寮，利用奈米技術模擬大自然的溫度與濕氣，讓黑木耳等菇類在天然環境下生長，有機、無毒，售價雖然比較貴，卻賣得嚇嚇叫。陳鏘謙對木耳的體貼，不僅連馬英九、陳水扁等人都慕名前來參觀，國外人士也不遠千里來觀摩，對這座獨一無二、會呼吸的智慧菇寮嘖嘖稱奇。

20年前，剛退伍的陳鏘謙，接手經營家族農場，卻碰上中國農產品搶攻國際市場的競爭。在中國靈芝低價競爭下，台灣菇農外銷訂單嚴重流失，面臨生存危機，畢業於嘉義高工機工科的他，發揮工業製造專長，觀察、分析養菇產業作業流程後，發覺最大的問題在於產銷配送缺乏標準作業流程。

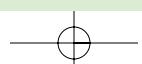
他說，傳統的產銷模式，木耳從採收到消費者手中，需整整4天時間，冗長而無意義的流程，使木耳失去新鮮度，連帶影響價格，發現這個關鍵問題後，他開始思考如何改善。

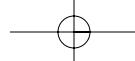
## 全台首座 · 環控農場

陳鏘謙一方面參加



■又大又漂亮的黑木耳





## CAS 產業報導



■養菇達人陳鏘謙



■等待採收的黑木耳

各種研討會，請教學者專家，吸收新知識，一方面從機械工程原理思考，決定從解決靈芝蟲害抓不勝抓的問題出發，在南台科技大學生物技術研究中心指導下，他決定斥資上千萬元，改良第二代菇寮，闢建一座密閉式的科技菇寮，此項投資差一點掀起一場家庭革命。

初生之犢不畏虎，年輕氣盛的他，不顧眾人反對，於民國89年建造全台第一座新式太空包環控栽培場。在景氣最差之際，反其道而行，陳鏘謙表示，當時還真有點怕，然而，如果沒有當年的孤注一擲，彥廷農場不會有今天，在遇到困難點時，該前行或後退，需要人生的歷練與智慧的判斷。

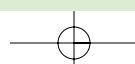
### 專屬水牆・過濾空氣

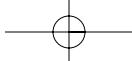
業界口中「會呼吸的神奇菇寮」，位於中埔鄉翠綠的農田間，不說，還真看不出是座菇寮，佔地4,000多坪的養菇場宛如工廠般，門口大大的ISO9001:2000認證，是農場的驕傲，也是品質的保證。

為了降低污染，每個工作人員只能從一個入口進入菇寮，且會通過空氣門及緩衝室的淨身才進場作業；4座菇房均有專屬



■廢棄的太空包，可再生利用成為塑膠製品





## CAS 產業報導



■ 荣獲CAS驗證 (彥廷農場提供)

的水牆與紗網過濾空氣，強力風扇控制空氣對流，空氣吸入時，必須先經過紗網過濾及水牆淨化，以調解溫度及降低雜菌；而除了少量蒸發外，95%的水都可以回收再利用；密閉式的菇房照樣能呼吸，水質則經過3層曝氣、再經活性碳及沙濾處理才存入水池備用。

就連光線也經過嚴密的計算，兩段式的採光處理，為的是控制靈芝及黑木耳的大小及厚度，讓品質兼顧最大化、最佳化及標準化，而排水孔加裝不鏽鋼網隔離，則可杜絕蚊蠅進入，營造無蟲害的生長環境。

### 導入生技·註冊商標

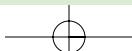
科技菇寮讓菇類種植邁向大規模、標準化生產，除了生鮮木耳取得CAS驗證之外，整個工廠亦取得ISO認證，陳鏘謙同時結合南台科技大學、嘉義大學、屏東科技大學、台灣大學、中興大學、台南農改場等，以產學合作模式，導入生物科技技術，開發靈芝、黑木耳粉末、膠囊等機能性產品，朝向精緻農業發展。

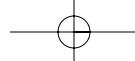
除了養菇之外，他還化腐朽為神奇，將以往必須花錢清運的廢棄太空包，再生利用，製造有機肥料販售，以往一車廢棄物得付3,000元處理費，如今一車卻可賣2,000元，如此又能降低環境污染，又能增加收入，實一舉多得。

### 無毒安心·良心事業

陳鏘謙表示，一般廠商、農會進行農產加工時，通常使用不適合新鮮販售的次級品，但他卻反其道而行，將有機栽培所生產的高級材料加工成為膠囊健康食品。他又說，種出無毒、安心的靈芝與木耳，是農民的責任，也是良心的事業。

如今，彥廷農場4座廠房年產木耳超過300萬公斤，生鮮木耳以禮盒包裝，價格三級跳，成為餐桌上的高貴農產品，一斤21元的木耳裝入每個價格高達12元的紙盒中，在別人看來根本不符成本的作爲，陳鏘謙卻持續在做，而彥廷農場的經營成績也證明「要怎麼收穫，先要怎麼栽種」，生產者多用一點心，農業就能脫離菜土菜金的宿命，轉化為創造高產值的企業。





CAS標章驗證單元

## 96年市售CAS標章產品 標示稽查作業

驗證組 / 沈世然

CAS優良農產品標章推行至今，通過驗證的廠商及產品數已分別達284家，5,750餘項，為有效協助行政院農業委員會管理CAS標章，維護標章使用者及消費者之權益，本協會自95年度起結合行政院衛生署之「低溫及常溫食品物流業輔導查核計畫」，不定期前往全台超市及量販店調查市售產品之CAS標章標示情形。

96年度調查117家超市及量販店，計1,000餘項產品，其中僅1項產品因產品包裝袋上驗證編號印刷錯誤而違反規定，其餘產品則皆無異常結果情形發生。此顯示CAS驗證廠商在使用標章時都很嚴謹的遵守著CAS標章使用之規定，說明業者珍惜CAS標章之形象，並嚴守規範。

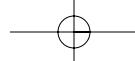
## 96年度農產食品相關法規 訂定與修訂重點摘要

驗證組 / 沈世然

**行政院衛生署：（詳細內容煩請至衛生署網站查詢**

**[http://www.doh.gov.tw/CHT2006/index\\_populace.aspx](http://www.doh.gov.tw/CHT2006/index_populace.aspx)**

- 96年5月24日衛署食字第0960400468號市售包裝冷凍食品、食用調味料類食品及其他完整包裝之食品，自民國97年1月1日起（以完成製造之日期為準），應標示營養之成分及含量。
- 96年6月13日衛署食字第0960404142號公告有容器或包裝之食品，應於個別產品之外包裝標示原產地。  
有容器或包裝之食品，應以中文顯著標示其原產地或原產國；但其中文所標示之廠商身分表明為製造廠且其地址足以表徵為原產地（國）者，不在此限。
- 96年6月29日衛署食字第0960404397號令發布「食用菇類重金屬限量標準」。
- 96年7月5日衛署食字第0960404584號公告：本署於中華民國88年4月26日衛署食字第88027006號「飲料類衛生標準」，自97年1月1日起停止適用。
- 96年7月19日衛署食字第0960403923號公告修正「市售包裝食品營養標示規範」部分規定，並自民國97年1月1日起（以完成製造之日期為準）實施。  
如標示事項及方法、得以O標示之條件、反式脂肪係指食用油經部分氫化過程所形成的非共軛式反式脂肪酸等。



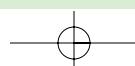
## CAS標章驗證單元

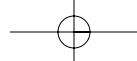
- 96年8月15日衛署食字第0960404185號公告肉類加工食品業應符合「食品安全管制系統」相關規定。  
冷藏冷凍畜禽生鮮肉品、醃漬肉品、香腸、乾燥肉品、調理肉品、肉類罐頭：作業員工二十人以上者，公告後一年實施；作業員工未滿二十人者，公告後二年實施。其他畜禽肉品類由中央主管機關另訂之。
- 96年8月29日修正「食米重金屬限量標準」。
- 96年9月12日衛署食字第0960406822號公告餐盒食品工廠應符合「食品安全管制系統」相關規定，並自96年9月15日生效。  
餐盒食品工廠應符合食品安全管制系統之實施日期如下：
  - (一) 每日供應餐食三千份以上之工廠：自本公告生效日後一年。
  - (二) 每日供應餐食二千份以上未滿三千份之工廠：自本公告生效日後二年。
  - (三) 每日供應餐食未滿二千份之工廠：自本公告生效日後三年。
- 96年9月20日修正「食品用洗潔劑衛生標準」。
- 96年11月21日修正「豆類及豆菜類重金屬限量標準」。
- 96年12月21日修正「一般食品衛生標準」。
- 96年12月21日修正「生食用食品類衛生標準」。

行政院農業委員會（詳細內容煩請至農委會網站查詢

[http://www.coa.gov.tw/show\\_index.php](http://www.coa.gov.tw/show_index.php)）

- 96年1月29日華總一義字第0960010381號總統令公布訂定「農產品生產及驗證管理辦法」。
- 96年6月15日行政院農業委員會農牧字第0960040645號令訂定發布「優良農產品驗證管理辦法」。並訂定肉品、冷凍食品、果蔬汁、食米、醃漬蔬果、即食餐食、冷藏調理食品、生鮮食用菇、釀造食品、點心食品、蛋品、生鮮截切蔬果、水產品、林產品等項目之驗證基準。
- 96年6月26日行政院農業委員會農糧字第0961061123號令訂定發布「農產品檢查及抽樣檢驗辦法」。
- 96年6月29日行政院農業委員會農科字第0960020626號令訂定發布「農產品標章管理辦法」。
- 96年7月26日行政院農業委員會農牧字第0960040666號發布訂定「農產品生產及驗證管理法施行細則」。
- 96年9月14日行政院農業委員會農牧字第0960040674號令訂定發布「檢舉違反農產品生產及驗證管理法案件獎勵辦法」。
- 96年9月20日行政院農業委員會農糧字第0961061825號訂定發布「農糧產品及其加工品抽樣方式及抽取數量規定」。





## CAS標章驗證單元

使用CAS標章廠商及產品項數，臚列如下：

### 97年2月至3月新簽約廠商

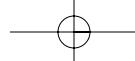
類 別	廠商名稱	產品項目	產品編號
肉品類	沅泰食品有限公司	冷藏雞肉(白肉雞)	014803
		冷凍雞肉(白肉雞)	014804
肉品類	華鮮冷凍食品股份有限公司	華鮮漢堡肉	014910
冷凍食品類	溢大食品有限公司	冷凍黑輪條	027301
		冷凍虱目魚丸	027302

製表：97.3.31

### CAS廠家與產品細項數統計表

編 號	類 別	廠商家數	產品細項數
01	肉 品	68	3,684
02	冷凍食品	47	692
03	果 蔬 汽	6	18
04	食 米	17	37
05	醃漬蔬果	7	66
06	即食餐食	24	435
07	冷藏調理食品	10	103
08	生鮮食用菇	2	9
09	釀造食品	5	102
10	點心食品	15	133
11	蛋 品	24	66
12	生鮮截切蔬果	21	176
13	水 產 品	30	158
16	林 產 品	8	72
合 計		284	5,751

製表：97.3.31



CAS標章推廣單元

# 國際食品展覽盛事

## 日本國際食品暨飲料展 展後報導

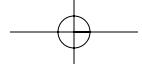
推廣組 / 丘前錦

日本是世界上食品（包含農產品）最大進口國之一。一般來說，日本國內產量自給率低於40%，大部份需仰賴外國進口，而日本人對於食品各項條件與要求是相當講究的民族，因此，能夠成功進入日本食品市場的產品，其美味與品質必須達到相當的水準。為了能夠更了解國際食品產業的發展趨勢，將更多好的產品引進日本國內，自1976年開始每年皆在日本舉辦國際食品展，目前在亞洲可以說是規模第一大及世界第三大的國際食品展覽會，僅次於德國ANUGA和法國SIAL國際食品展。

2008日本國際食品暨飲料展於日本千葉縣幕張國際展覽館舉開，展出日期從3月11日至3月14日，計有來自全球60個國家，2,400家業者展出各式具有特色或創意的產品，包含農產（加工）品、穀物、畜產品、肉（加工）品、水產（加工）品、有機食品、保健食品及各種酒類、飲料類產品等，各式五花八門、琳瑯滿目的產品吸引了各國的政府機關、農業、食品製造、食品製造機器、餐飲、零售及休閒旅遊業等業者及消費者到場參觀。



■ 2008年日本國際食品展會場入口



## CAS標章推廣單元

本屆日本國際食品暨飲料展參展的國家相當地多，諸如美洲地區的美國、加拿大、墨西哥、哥倫比亞、巴西，歐洲地區的英國、德國、法國、荷蘭、義大利、比利時，亞洲地區則有台灣、中國、韓國、印度、泰國、馬來西亞及新加坡，另外還有來自其他地區如南非、埃及、澳大利亞及紐西蘭等許多國家。參加展覽除了可分食日本食品市場這塊大餅之外，也是一個向國際食品產業界發表新產品及技術的最佳平台。

本次展覽中除了來自世界各國的參展商外，最重要且參展家數最多的莫過於主辦地主國—日本。日本近年來推行「地產地銷」的概念，進而發展成為一縣（鄉）一特產的模式，使得每個縣或鄉都有其特色農產品。加上近年來不斷研發有機農產品的種植技術、各式鮮食產品的開發，配合努力推展產銷履歷制度，使得農產品品質不斷向上提升，惟目前產銷履歷大多還是應用在有機農產品及部份原料級的農產品，如牛肉、牛乳等。

在整個展場中，每個參展的國家或廠商無不花費心思以獨特的攤位設計，吸引參觀者到其館內參觀，台灣館則是以饒富傳統古味的「台灣老街」為設計主題，在會場中特別突出，且本次參展的優良農產品與食品業者多達65家，攤位面積合計1,200平方公尺，展出各種深具特色的優質產品，包括生鮮蔬果、台灣茶、漁畜產品、糖果餅乾、農特產品及各式加工食品等，吸引各國買主人館參觀及洽談，而參展產品中亦不乏許多CAS台灣優良農產品，如信功實業股份有限公司的肉品、奇美食品股份有限公司的冷凍食品、美元蜜餞股份有限公司的蜜餞、泉順食品企業股份有限公司與聯米企業股份有限公司的食米系列、廣大利蛋品股份有限公司的皮蛋等產品，都是品質優良且具有競爭力的產品。

多年來經由行政院農業委員會的深耕努力，日本



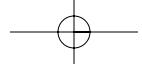
■2008年日本國際食品展台灣館展出情形



■2008年日本國際食品展台灣館展出情形



■2008年日本國際食品展台灣館CAS產品展出情形



## CAS標章推廣單元

為台灣農產品第一大出口國，2007年出口值達8.5億美元，佔農產品出口總值的24.7%，成功將芒果、米、木



■日本JAS認證有機農產品展出情形



■日本便當鮮食產品展出情形

瓜、雞肉、鵝肉銷往日本。每年農委會組團參加東京食品展，不但全方位行銷台灣農產品安全、優質的品牌形象，積極推薦給日本及世界各國買主，在國際舞台更展現出台灣農產品與食品安全、美味、優質、健康的特質，以提升知名度，並拓展台灣農產品的海外市場。

### 97年團膳餐飲業者參訪

## 台灣優良農產品工廠－活動預告

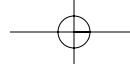
推廣組/李沛恆

台灣優良農產品發展協會近年來持續透過參訪CAS台灣優良農產品工廠活動，來推廣CAS台灣優良農產品，希望提高CAS產品的銷售數量，讓更多消費者享受到CAS台灣優良農產品。

去年接受參訪的CAS台灣優良農產品工廠會先以完整扼要的簡介，讓參訪者對CAS產品的生產製造有初步認識，隨後依廠房條件不同，提供讓參訪者進入生產場所或透過參觀走道的方式，親身體驗CAS台灣優良農產品工廠嚴謹的生產流程，最後CAS業者也會保留與參訪團體互動與溝通的時間，此時CAS業者能聽取參訪者的意見與建議，讓CAS業者在未來能供應更符合團膳餐飲業者所需要的產品，對於提升消費者食的安全與保障有其一定的助益。

96年計辦理14場次參訪活動，所有參與之食品餐飲業者在參訪過後，均對CAS台灣優良農產品有更深入的認識且對其品質也更有信心。活動推出至今廣受好評，相當受到餐飲相關團體、學校及CAS台灣優良農產品業者的支持。

有鑑於此，台灣優良農產品發展協會與中央畜產會，於今（97）年仍將分別辦理「97年度食品餐飲相關團體參觀台灣優良農產品工廠活動」及「CAS優良肉品工廠參訪活動」，只要是團膳餐飲相關團體皆可自行組團申請參訪，參訪活動至場次



## CAS標章推廣單元

### 97年團膳餐飲相關業者參訪台灣優良農產品工廠活動須知

活動時間	即日起至97年11月30日止。
每次參觀人數限定	20~40人
年齡限定	16歲以上(含)
活動場次	10場次(依申請先後順序審查，額滿為止。)
申請對象	<p>1. 具統合學校、醫院、營養師及團膳等採購相關人員、社區管理委員會之委員或學校餐飲食品相關科系等參訪單位。</p> <p>2. 具有家政、烹飪相關推廣業務之團體。</p> <p>3. CAS標章驗證業者。</p> <p>4. 農業與衛生相關單位。</p>
經費及項目	<p>1. 交通費及餐點費共15,000元，報支金額若超過補助經費，請申請單位自行負擔。</p> <p>2. 協會將替申請單位辦理旅遊平安保險。</p>
注意事項	<p>1. 每單位申請以1次為限。</p> <p>2. 申請單位須自行與CAS工廠聯繫參訪時間，及後續出訪事宜之安排。</p>

額滿為止。期望藉由參訪CAS台灣優良農產品工廠活動，讓團膳餐飲業者及消費團體對於各類台灣優良農產品之製造流程有更進一步認識，並教導民眾如何選擇健康優良的台灣農產品，讓大家感受到CAS台灣優良農產品業者在產品製程與品管上的努力、用心與堅持。對品質

有要求的團膳餐飲業者多多採用CAS台灣優良農產品為食材，再經烹調後能供應味美健康的產品給消費者享用，保障消費者的飲食安全之餘，也協助CAS台灣優良農產品的銷售。

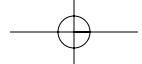
有關更詳細之活動詳情，請逕上台灣優良農產品發展協會網站：[www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw)及中央畜產會網站：[www.naif.org.tw](http://www.naif.org.tw)查詢。

## 服務創新 創造三贏

驗證組 / 沈世然



本協會本著「服務廠商」及推廣CAS與TAP優良農產品之宗旨，不論推廣CAS或TAP驗證產品皆不遺餘力。由於歷年來本協會與大眾媒體所建立之關係良好，於今年初促成CAS及TAP驗證廠商—陸協碾米工廠股份有限公司生產之大橋牌稻米產品，與國內平面媒體—遠見雜誌合作，只要是該雜誌之訂戶，即贈送通過CAS及TAP驗證的「大橋冠臻米」。此外，遠見雜誌也向其電子報訂戶，傳遞大篇幅之該產品訊息，此種經由不同產業廠商互相合作之異業結盟，以達到共同推廣台灣優良農產品之方式，不僅協助廠商拓展業務，同時更達到生產、銷售、推廣三贏之效果。



## 消費新知

# 食米消費之我見

推廣組 / 李沛恆

米對於早期為農業社會的台灣，有著密不可分的關係，但面對現今市場的快速變遷，國人食米的消費量日益減少，消費型態也隨之受到影響，有鑑於食米銷售型態的轉變，台灣優良農產品發展協會針對食米進行民眾消費行為之調查與了解。

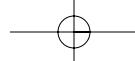
本協會調查結果顯示，通過CAS驗證之35項小包裝食米（如表一），每公斤售價約在35元~170元之間，平均每公斤售價為82元；與一般小包裝白米平均每公斤售價為59元明顯做出區隔；就重量來說，CAS食米以2公斤以下包裝者最多，佔總數量約60%、其次是2~3公斤之包裝者，約佔總數量的26%，接著為3~5公斤者，約佔總數量的14%，所有小包裝米之規格均少於5公斤以下。

除價格上的區隔外，CAS廠商依據多年經驗，開發出符合消費大眾口感及需求之食米，讓消費大眾能有更多的選擇，加上CAS食米符合衛生安全標準之保障，對於現代人講究「食」的安全，更凸顯CAS食米和一般市售白米的差異。

另外，依據陳吉仲等於2006年在農業與經濟期刊（台大農業經濟學系出版）中所發表的“國人白米消費行為分析”一文中可瞭解，約有34%的家庭仍習慣在傳統

米店或雜貨店裡購買散裝食米，有46.3%之家庭則習慣在量販店或超級市場購買包裝食米（陳吉仲、曾偉君、黃鈴喻，2006），原因可能涉及離家遠近跟購買方便性等因素，但以CAS食米來說，目前廠商如：陸協碾米工廠股份有限公司，以傳真訂購一箱，即提供免運費送到府的服務；泉順食品企業股份有限公司則開放消費者可直接從網路下單訂購；聯米企業股份有限公司甚至與台灣郵政公司合作，消費者只要在





## 交流天地

各縣市郵局皆可訂購到產品，這些CAS食米類廠商積極以各種不同的銷售管道，銷售小包裝食米，提供消費者更貼心便利的購買方式，目的就是希望小包裝食米的購買率能更加提升。

自2001年台灣加入WTO後，在農業上產生了不小的衝擊，以食米來說，良質米成為因應進口稻米競爭最可行的措施，且良質米的消費通常以小包裝品牌米呈現，讓食米廠商更積極開發自有品牌、口感佳的小包裝米，帶領自家產品漸漸走進國際市場。對於農民而言，也更能保障其收益，對於廠商而言，則是現代社會的新商機。總之，在廠商與農民間的相互合作之下，才能確實達到產銷雙贏之效果。

**表一、96年市售CAS小包裝米一覽表**

廠商名稱	產品品名	規格	市售價格
陸協碾米工廠(股)公司	大橋牌越光米	3kg	290元
	大橋頂級越光米(食味一番)	1kg	120元
	大橋飽餐一頓越光米	300g	50元
	山水米	5kg	185元
	山水香米	2.5kg	145元
泉順食品企業(股)公司	山水特級壽司米	2kg	135元
	山水首選益全香米	2kg	145元
	花農牌-台灣好米	4kg	270元
花蓮市農會	CAS良質米	2kg	159元
	CAS良質米	5kg	270元
	草農牌-台灣好米	3kg	180元
草屯鎮農會	CAS特級良質米	5kg	300元
	大甲鎮農會台灣好米	2.5kg	175元
	原鄉味私米	2.2kg	170元
大甲鎮農會	台灣好米	3kg	160元
	上品米	2kg	140元
	三好米(三好皇膳米)	2kg	約140元
後龍鎮農會	蘭陽五農米-台灣好米	5kg	200元
	蘭陽五農米-台灣好米	3kg	170元
	蘭陽五農米-台灣好米	2kg	暫訂150元
	正宗池農米	3kg	260元
池上鄉農會	正宗池農月光米	1.8kg	180元
	正宗池農月光米	2kg	250元
	正宗池農月光米	1.8kg	220元
西螺鎮農會	西農清健米	3kg	180元
	秀才米	2kg	169元
	純正益全芋香米	0.6kg	40元
新松仁碾米工廠	純正益全芋香米	2kg	200元
	大廣香米	2kg	200元
	上茄苳上水香米	2kg	200元
聯發碾米工廠	上茄苳特級上水米	2kg	200元
	霧峰香米	2kg	220元
	蘭麗米	1kg	80元
台中縣霧峰鄉農會	蘭麗米	2kg	155元
	中興益全香米	1.5kg	159元
後壁鄉農會安溪碾米工廠	中興益全香米	1.5kg	159元
	中興益全香米	1.5kg	159元
聯米企業(股)公司	中興益全香米	1.5kg	159元
	中興益全香米	1.5kg	159元

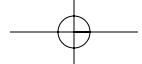
**表二、不同銷售地點之消費者購買率**

項目	次數	比例 (%)
稻農	9	1.47
農會	43	7.06
碾米廠	40	6.56
傳統米店(雜貨店)	207	33.99
大型量販店	120	19.70
超級市場	162	26.60
便利商店	18	2.94
上網購買	--	--
其他	10	1.64

受訪數：513戶家庭

註：超級市場為一般超級市場如全聯社之軍公教福利中心、農會超市等小型超級市場；量販店即為大型量販店，如家樂福、愛買吉安和大買家等大型超級市場。

資料來源：農業與經濟(Agriculture and Economics), 36, (2006), 75-106



交流天地

# 在全家也可以吃到 CAS生鮮截切水果

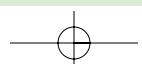
文、圖 / 福和生鮮農產有限公司

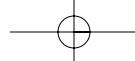
福和生鮮農產有限公司創立於民國61年，於台北舊中央市場經營水果批發，民國63年配合政府政策遷移到萬大路的現今果菜市場繼續營業。福和是專營批發大宗水果的公司，因此與產地果農建立起深厚的情誼和基礎，對水果貨源的掌控與供應的專業，在業界是深受肯定也在台北果菜批發市場每年的承銷業績始終維持在第一名，並多次被遴選到日本、荷蘭研習觀摩，對於各該地區農產品運銷制度和提昇農產品附加價值的開發，奠定了深厚經營理念和基礎，造就了福和現今的經營規模。

民國78年萬客隆成立了全台第一家大賣場，福和即獲選為該供應鏈內的水果供



■福和切片鮮果「陽光蔬果園」





## 交流天地

應商，緊接著家樂福、大潤發、好市多等相繼成立，也都選擇了和福和公司合作。福和秉持著薄利多銷的理念，不斷為果農與消費者提升服務品質創造商機。同時，為因應不斷擴大的業務量和市場消費趨勢，於91年起自日本引進先進的水果清洗設備，建立專業之水果截切工廠，開啓小包裝截切水果市場。

工廠成立初期，以供應台北市學童營養午餐截切水果為主，為提升產品之品質及製程之標準，以提供客戶更優質及安心的選擇，於95年10月通過CAS生鮮截切水果驗證。通過CAS驗證後，業務量大增，除了好市多及家樂福等大賣場之外，觸角亦擴展到台積電、廣達及友達等員工餐廳，銷售業績不斷創新高，這些成果都要歸功於取得CAS驗證的效果，因為客戶和消費者大都認為有CAS驗證的截切水果，製程和衛生規範，絕對是有保障的。

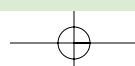
福和多年來一直致力於提倡多吃水果有益健康的消費觀念，並藉由不同銷售通路向消費大眾推薦優良的CAS生鮮截切水果。今(97)年福和公司為了讓更多消費者能更快速享用到美味的當季新鮮水果，特別為追求快速、便利的現代人量身訂做，元月份起在大台北地區及桃竹地區之「全家便利商店」，開始供應新鮮、當季的「切片鮮果」，挑選時下盛產之水果，如蓮霧、哈密瓜、水梨及蕃茄等，做成單一截切水果或者2~5種不同截切水果組合之包裝形式，以低溫運輸方式送到便利商店，每份價格約35元左右，份量在250公克上下，非常適合個人一次享用，不會擔心吃不完，而且買來即可立即品嚐，不用再清洗處理，沒有果皮廚餘之善後問題。

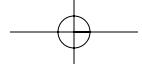
同時，福和公司並透過海報跟消費者強調產品通過CAS驗證，來讓消費者安心

選購與享用。除了對於產品品質之要求，另更提供貼心的小設計，那就是在水果盒中附加放置了水果叉，避免食用時弄髒雙手，消費者在食用時既方便又衛生。相信安全、衛生又甜美的CAS生鮮截切水果一定可以擄獲消費者的心，創造銷售業績的另一個高峰。



■福和在全家販售的截切水果





交流天地



## 台灣米的遠景

文/陸協碾米工廠股份有限公司 陳肇浩

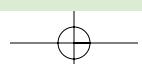
■通過產銷履歷驗證之好米

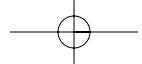
筆者本身從事稻米產業13年了，一路走來，發現台灣農民是非常辛苦的一群，但是他們樂天知命，不斷地為這塊土地默默的付出，無怨無悔，只為了微薄的收入，基本的生活所得，不管是颱大風或下大雨，永遠守候著那塊跟他一輩子的土地，這是一般台灣農民的寫照，也是台灣「無米樂」的故事。

本廠和二林的農民契作生產越光米20餘年，直到2005年政府推廣輔導，建置「大橋稻米產銷專業區」，為全國首創產、學、銷合一的完整體系，導入農業集團化經營，與農試所產學合作，結合產區的農戶從：選育稻種、田間管理、安全用藥、專業烘乾、分倉儲藏、分級加工、分級包裝到單一產區稻作品牌化行銷。亦即從根本生產高品質的產品，再透過通路、食品展售會及稻米產銷專業區推廣中心的推廣，建立品牌文化，直接與消費者對話，讓消費者了解台灣米的優質特點，才能確保市場和消費者的肯定，進而獲得實質的收益，將實質的收益回饋給努力耕作之農戶。如此良性的產銷循環，才是實質提升台灣米的國內外形象，及確保台灣稻米產業永續經營，進而以高品質形象進軍國際市場的永續循環圈。

2007年行政院農業委員會推動農產品產銷履歷制度，大橋稻米產銷專業區首批有16位農戶通過台灣優良農產品發展協會產銷履歷（TAP）的驗證，在生產端，農民必須依據台灣良好農業規範（TGAP）標準作業流程、風險管理表及檢查表等規範，進行田間管理，農民本著良心進行誠實、負責任的生產，並公開資訊供追溯，逐步建立從產到銷的安全、安心稻米的產銷制度，在這消費者意識抬頭，黑心食品充斥的時代，唯有配合政府導入稻米產銷履歷，並取得TAP驗證標章，提供安全、安心、美味的好米，才能獲得消費者的信賴與支持。

如果台灣稻米從生產、加工到銷售的每個環節都能確實遵守TGAP規範，做到安全、透明化，並通過產銷履歷的驗證，不僅可以保障生產者、通路業者及消費者權益，並能區隔廉價的進口米，讓國內的消費者能安心消費。在國際競爭力方面，如果能以台灣優良農產品協會驗證的台灣好米，行銷全球分佈華人的地方，想必供不應求，台灣農民和稻米相關業者，趕快加緊腳步落實產銷履歷制度，再造台灣農業第一，台灣好米，讚！





交流天地

# 爲了健康 勇敢對「應酬」說「不」

驗證組 / 蔡弘聰

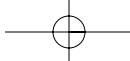
我國經濟蓬勃發展，舉世有目共睹，主要繫於各企業家，兢兢業業且全心奉獻於工作。我一位旅居美國多年的親戚，現任職美國電腦公司主管，日前返國拜訪國內各企業負責人，談起國內經濟發展，對於各企業家忠於工作、積極進取，日日求精的工作態度，感到十足欽佩。

惟他另有隱憂，有些企業家白天忙於工作，晚上還得應付「層出不窮」的「應酬」，真是「公私兩忙」。他形容這些企業家就好像一根蠟燭兩邊燒，就是鐵打的身體也會生鏽呀，何況是各企業家之身體呢。

所謂應酬者，應付醜聞也。而應酬酒席之山珍海味，大魚大肉煎炸燉熬，蔬果相形之下明顯攝取不足，即使是魚翅、燕窩等昂貴食品，除少量膠蛋白外，營養成份並不豐富。而且這些食材必須靠好湯配料提味，除去在應酬筵席上擺場面外，營養不均也不環保。一個月吃一、二次，大家聯繫感情，倒也無可厚非，假如三日一小宴，五日一大宴，甚至一晚要連趕兩場應酬酒席，這些酒宴可能就成為這些人健康的致命傷。吃得多油、多鹽、多糖，攝取過多的糖類及蛋白質，容易在體內積存轉化為大量的脂肪。更有甚者，在台灣，宴客場合勸酒文化仍然盛行，「無三不成禮」時常在各個筵席上演著，在這種乾杯文化的壓力下，過量飲酒，失言失態，損了形象傷了身體事小，若是酒後逞強開車，危害到自身和大眾安全，就是後悔也來不及了。

應酬能推就推，儘量少參加，健康的身體不僅是自身的保障，更是關係到全家人幸福。「健康」首要就是飲





## 交流天地



食規律化，避免過飢過飽，都有助於正常體重之維持。有句話說得很好：「胖不是病，胖久一身病」，肥胖是許多慢性病發生的原因之一，不正確的飲食不但容易發胖，身體也不健康，所以要健康，首先要從落實正確的飲食習慣開始做起。

正確飲食的第一步驟：營養均衡。執行營養均衡的兩大原則是：常吃各種不同之食物、每種勿食過量，一日三餐、餐餐重要、缺一不可。每餐都要按時吃，且不可馬虎，多食蔬果五穀，飲食清淡，對於預防癌症及慢性病，有其特殊貢獻。飲食應以「少糖、少油、少鹽、高纖、高鈣」之食用原則，食物之選擇應並把握「新鮮、自然、時常換」之均衡準則。

那要如何正確挑選食物呢？除了新鮮、衛生的不二法門，另外還可以選擇通過驗證、安全有保障的CAS食品。CAS標章驗證制度自78年起推動已有19年之久，已深受國人信賴與接受，驗證產品有肉品、蛋品、冷凍食品、果蔬汁、食米、醃漬蔬果、即食餐食、冷藏調理食品、生鮮食用菇、釀造食品、點心食品、生鮮截切蔬果、水產品及林產品等共計14大類，產品品項累計為5,751項，為確保CAS產品的品質安全無虞，所有CAS廠商皆兢兢業業，全心奉獻於工作，當然各企業家之健康，相形之下更為重要。

忙了一整天，是不是能推開幾個應酬，收起公事，換上運動鞋，回家前轉個彎，多走一些路，運動一下久坐的筋骨，吃飯時檢視一下餐桌，是不是飲食均衡、「粗茶淡飯」，晚上早點休息，為能走更遠的路，迎接明日的挑戰。為了家人、公司，為全體國人而打拼，就該永續經營您健康的身體，勇敢地對應酬說「不」。



## 消費者服務

## 97年1月~2月消費者服務中心受理民衆紀錄

推廣組 / 吳佩珊

項次	日期	消費者詢問事項	解答及處理結果
1	970111	味王鄭小姐來電詢問CAS的英文全名。  消費者來信表示：購買麥肯龍鳳泡菜口味水餃，食用時感覺及味道不佳，撥打龍鳳公司0800客服電話亦無人接聽，故至本協會客服信箱投訴。	已於電話中回覆鄭小姐，主要內容如下： CAS全名為C : Certified、A : Agricultural、S : Standards  已於1月17日以電子郵件回覆，主要內容如下： 經由本協會撥打該公司0800客服電話查證，該公司客服電話一般上班時間乃由客服人員接聽，週休及國定假日則轉入語音信箱。有關於龍鳳泡菜水餃產品相關意見，本協會已將相關意見轉知麥肯龍鳳公司，將由該公司回覆相關產品問題。
2	970114	板橋市農會推廣股林先生來電：該農會生鮮超市將擴大規模，擬製作燈箱製作物，故向本協會借用有關CAS生鮮蔬果、家禽、家畜或魚產等類之產品圖檔。	已於1月17日以電話回覆，主要內容如下： 經查證板橋市農會生鮮超市並無販售CAS生鮮豬肉、雞肉及生鮮切蔬果類等產品，為避免誤導及引起消費者困擾，已與板橋市農會林先生說明原因，婉拒出借相關產品圖檔。
3	970114	陳小姐來電詢問：如何申請竹炭護腰產品之驗證？	已於1月17日以電話回覆，主要內容如下： 因該公司非直接使用台灣竹材生產竹炭護腰產品，不符CAS林產品申請資格，礙難接受該公司之申請。
4	970116	消費者王小姐來電詢問： 1.自己曾為CAS之友會會員，已許久未收到CAS之友會訊。 2.該消費者表示不會使用電腦，且相當關心各項CAS推廣訊息，故請協會寄送有關CAS定期文宣。	處理摘要如下： 1.已於1月18日以電話回覆，已向王小姐說明CAS之友會訊目前已無印製，改由電子郵件通知，以及利用協會網站公佈CAS相關訊息。 2.已於1月20日寄送96年12月出版之CAS雙月報1份給該消費者，並將自97年2月起定期寄送該刊物。
5	970118	消費者來信建議：CAS所驗證產品，其包材皆為保鮮膜加保麗龍，不知是否能明令改善其包裝包材，避免在消費者購買之餘，進而造成環境污染、資源回收人力之消耗？  消費者林先生來信索取「CAS優良農產品」標準字的電子檔案，將用於印刷輸出活動宣導之DM製作。	說明如下： 關於CAS驗證產品之包裝材料，16大類產品中僅生鮮食用菇及禽畜產品因銷售通路需要，才使用此類包裝，而非所有產品皆使用保鮮膜及保麗龍。
6	970118		協助處理之摘要如下： 1.2月18日與來信民衆進一步詢問活動詳細內容，知悉係基隆市智障者家長協會將採購宜蘭某食品行之香腸、臘肉產品，再於產品外加上該協會之包裝盒後進行義賣。 2.經查證該食品行及產品並非CAS所驗證通過，已告知來信民衆，不便提供CAS台灣優良農產品標章檔案，並提醒其小心避免購買仿冒產品。
7	970211		已於電話中回覆黃小姐，主要內容如下： 可至協會網站查詢有關CAS台灣優良林產品業者及產品相關資訊。
8	970218	新加坡黃小姐來電詢問：希望代理竹炭產品，預計2月底來台了解及拜訪CAS林產品廠商，並希望協會提供相關資料。	已於2月22日以電子郵件回覆，主要內容如下：CAS台灣優良林產品廠商中經營民宿者有武岫農圃(049-2676262)與青竹生產合作社(049-2623928)，建議可至協會網站( <a href="http://www.cas.org.tw">http://www.cas.org.tw</a> )查詢廠商資料，直接與廠商聯繫。
9	970220	新加坡何小姐來電詢問：因看到協會網站有關林產品廠商的相關資訊，對於林產品感到很有興趣，因本身經營民宿，希望能夠引進竹炭產品至新加坡；2月底想至台灣參觀CAS台灣優良林產品廠商的產品製造流程，請協會推薦不錯的廠商及參觀行程。	已於3月3日以電話回覆，主要內容如下： 雙月報內容可從協會網站( <a href="http://www.cas.org.tw">www.cas.org.tw</a> )直接下載閱讀，但是王小姐表示因其不常上網，仍希望收到紙本，將從下期開始寄送雙月報予該消費者。
10	970229	王小姐來電詢問：在 CAS網站上有看到CAS雙月報，請問可以索取紙本嗎？	



# 台灣優良林產品

包裝印有 CAS 台灣優良林產品標章之竹炭、竹醋液產品，從竹材原料、加工生產及包裝，皆須達到 CAS 標章品質檢測之標準。同時由工研院製生產廠（場）進行追蹤查驗與抽驗產品，也即是台灣生產的高品質優良林產品！

有關 CAS 台灣優良林產品更進一步的資訊，可上台灣優良農產品發展協會網站 [www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw) 查詢，也可直接向消費者服務專線 0800-025888 聞問。

## 如何選購優良竹炭及竹醋液

1. 選擇有 CAS 台灣優良林產品標章。

### 2. 竹炭

(1) 外觀：片度以平整、無扭曲、無破裂、無氣泡（大小均一為原則）。並須裁切平整，表面無焦油層，尚炭應圓潤，端部材料切平整為原則，表面無焦油層。

(2) 色澤：片炭、尚炭外觀應呈烏黑，整體炭化完整。

(3) 氣味：無其他異味。

(4) 無污染物、霉斑或其他異物附著。

(5) 包裝須堅固完整，不可使內容物外漏或變質。

(6) 具有所標示功能性的檢測報告，目標示清楚完整者。

### 3. 竹醋液

(1) 透明或無色 / 淡黃色 / 淡紅褐色 / 紅褐色。

(2) 無懸浮物，不得有焦油微粒子或其他雜質、異物。

(3) 具備竹醋液之特殊氣味。

(4) 本品之容器應使用耐酸性材料。

(5) 新使用包裝應密閉完好，外觀良好清潔，無鏽蝕、無溢出或其他變形。

(6) 標示清楚完整者。



委 訂 單 位：行政院農業委員會森林局  
監製推廣機構：台灣優良農產品發展有限公司

