



# 台灣優良農產品

## 雙月報 2008年6月 第14期



### 本期焦點

全方位農業政策 迎向台灣農業的新春天

形塑竹炭文化—武岫竹炭窯文化園區

屏榮食品(股)公司—品保全方位，製程全掌控

行政院衛生署公告訂定「食品安全管制系統」

97年度CAS台灣優良農產品標章推廣活動介紹

端午節慶，安心最「粽」要  
產銷履歷及產品市場





# 台灣優良林產品

包裝印有 CAS 台灣優良林產品標準之竹炭、竹醋液產品，從竹材原料、加工生產及包裝，皆達到CAS標準品質檢驗之標準，同時由工研院對生產廠（場）進行追溯查驗與抽驗產品，也就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.ces.org.tw](http://www.ces.org.tw) 查詢，也可直接向消費者服務專線 0800-025888 採問。

## 如何選購優良竹炭及竹醋液

1. 選擇有 CAS 台灣 優良林產品標準。

### 2. 竹炭

(1) 外觀：片狀以平整、無扭曲、無破裂、無氣孔、大小均一為原則。並須裁切平整，表面無焦油層，尚无黑斑，端部材料切平整為原則，表面無焦油層。

(2) 色澤：片狀、尚皮外觀應呈烏黑，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驗報告，且標示清楚完整者。

### 3. 竹醋液

(1) 透明或無色 / 淡黃色 / 淡紅褐色 / 紅褐色。

(2) 無焦浮物，不得有焦油顆粒或其他雜質、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質。

(5) 所使用包裝應密閉完好，外觀應好潔淨，無蟲蛀，無溢出或其他變形。

(6) 標示清楚完整者。



臺灣優良農產品發展協會  
驗證機構：台灣優良農產品發展協會



CAS政策宣導

4 / 全方位農業政策 迎向台灣農業的新春天

產業報導

- 6 / 形塑竹炭文化—武岫竹炭窯文化園區  
9 / 屏榮食品(股)公司

品保全方位，製程全掌控



CAS標章驗證單元

- 12 / 行政院衛生署公告訂定「食品安全管制系統」  
13 / 完成96年度CAS標章續訂及換發使用契約與證書

CAS標章推廣單元



- 15 / 97年度CAS台灣優良農產品標章推廣活動介紹  
16 / CAS台灣優良農產品標章校園宣導活動  
－歡樂起跑

消費新知

- 18 / 端午節慶，安心最「粽」要  
20 / 不合成本的食物，您敢吃嗎？  
21 / 我家也有銀髮族

交流天地

- 23 / 產銷履歷及產品市場  
24 / 2008年新加坡國際食品展參訪花絮  
26 / 日本超市觀察記  
28 / 超市、量販店賣場管理  
食品衛生安全(一)

消費者服務

- 30 / 消費者服務資訊



# 全方位農業政策 迎向台灣農業的新春天

文 / 編輯室

行政院農業委員會陳主任委員於就職記者會中表示，將以「健康、效率、永續經營」為農業施政主軸，秉持與世界接軌的雄心，發揮台灣農業的科技優勢與經濟地理條件，兼容延續、創新與改革的思維，推動涵蓋對

農民、對消費者、對環境、對子孫，以及對全世界五大關照層面之全方位農業政策，訂出三農三大願景、3大優先立法以及12項重點策略，期望打造一個紮根現在、關懷未來、布局全球的現代化農業。

## 健康 效率 永續經營

陳主委進一步說明「全方位農業施政」的內涵，包括：對農民，追求利潤、效率的現代化經營，並保障其福利；對消費者，供應新鮮、品質穩定、安全的農產品，維護飲食健康；對環境，重視景觀、節能，以保永續經營；為子孫留下一片淨土，並透過市場開發與科技研發，使大家有好生活；對全世界，則以身為地球村成員之一，擔負起維護資源與環境和諧及高綠能的責任等「五大關照面」，以及「給農民過好日子」的核心理念。

此外，陳主委於記者會中亦宣示加強推動吉圓圓與 CAS 優良農產品標章之政策，以照顧廣大消費者與農民。

CAS 優良農產品標章是農委會為確保農產品衛生安全，提昇農產加工食品品質及保障消費者權益，自78年起推動的證明標章，推行多年，已普遍獲得消費大眾的認同和信賴，認知度高達82%以上，具有相當高的商標價值，學校、醫院等團膳食材亦多指定優先採用CAS產品，是農委會推動農產安全相當成功的案例之一。

陳主委於就職後再次宣示加強推動吉圓圓與 CAS 優良農產品標章之政策，不僅對於國人飲食生活的健康安全有莫大保障，亦有助於產業的正面提昇，同時也符合主委「健康、效率、永續經營」的農業施政主軸。

# 形塑竹炭文化 武岫竹炭窯文化園區

採訪記者 / 徐清銘

921災後成立的「武岫竹炭窯文化園區」，藉由竹炭養生熱門話題，帶動小半天地區的觀光熱潮，使得原本沉寂的山村，如今訪客如繩，田園咖啡、高檔民宿如雨後春筍般林立。

## 推動振興、脫胎換骨

孟宗竹是小半天地區的傳統產業，也是當地的經濟命脈，雖歷經百年歲月，依然與在地居民生計休戚相關。竹炭產業的崛起，也開啓小半天產業脫胎換骨的新契機，而武岫竹炭窯文化園區正是引領轉型的舵手。

武岫農圃負責人林建勳表示，小半天景緻渾然天成，可惜昔日因名氣不響亮，又缺乏觀光主題，往往溪頭



■ 武岫農圃經理林建勳



■ 武岫竹炭園區邁過竹林茂密

旅遊人潮過門而不入，以前1個月的觀光客經常不到500人，而今，單僅武岫園區的訪客數平均都在3,000人次以上，每逢假日，園區總是車水馬龍，熱鬧滾滾。

竹炭話題引來的旅遊人潮，也點燃小半天產業轉型的引擎，原本因年輕世代外出求發展而空置的農家三合院，紛紛整裝為農村體驗活動民宿，青壯人丁回流，並在農閒時開起廂型車接送遊客，兼當導覽，林建勳估計，旅遊季鼎盛之際，載客廂型車多達200多部、民宿40多家，短短幾年，小半天已成功營造出新興觀光區塊的氣象，創造就業機會不下500個，以當地人口不過1,500多人計算，成果相當可觀。而政府投注小半天發展竹炭產業的經費不到200萬元，但帶動週

邊經濟效益起碼超過百倍，投資報酬率十分驚人。

### 開發加工・商品多元

武岫除擔當竹炭文化傳播大使，同時也是生產基地。武岫竹炭採傳統土窯燒製，竹材均取自大崙山區1,000公尺以上的孟宗竹，竹齡至少4年、質地優良者才能

入選，燒煤燃料取自在地的龍眼、相思樹等不含油性的樹種，燒煤溫度控制在攝氏600至800度，如此慎選原料，再加上嚴密的管控所燒成的竹炭才能符合民生用途。

除燒製原炭之外，武岫也開發竹炭系列竹炭生活用品，如竹炭鞋墊、健康襪、枕頭、洗髮乳、精油皂，以及竹炭花生、豆干、餅乾、竹炭咖啡等食品，而燒煤過程中所產生的副產品「竹酢液」也是重要商品之一。



■ 武岫竹炭咖啡吧



■ 武岫竹炭採傳統土窯燒製

### CAS認證・管控嚴謹

武岫竹炭於民國95年獲得CAS優良林產品認證，整個燒製流程均符合嚴格管控標準，竹炭燒製全程與工研院、屏科大電腦連線，隨時檢測，監控品質。

武岫竹炭產品除了園區在地行銷，也透過農會系統通路，整體銷售成績還算不錯，但在拓展大賣場據點及擴大行銷方面，則尚待突破，而這也正是國內竹炭業者普遍面臨的難



■ 武岫竹炭系列產品



■導覽人員介紹CAS竹炭功能

題。

林建勳表示，現今國產竹炭產業其實不敷市場需求，但是在開發大眾化通路時，面對外來竹炭的低價傾銷，國產優良竹炭面臨價差懸殊，又無法區隔市場的困境。北部有家竹炭業者原先拓展60多個行銷據點，卻不敵進口炭低價攻勢，節節敗退，一路萎縮至20多個，可說是國內業者行銷現況的縮影。

#### 建立規則·品質依歸

林建勳指出，目前進口竹炭多來自中國、越南、印尼等國，品質良莠不齊，燒製過程控管不良時有所聞。甚至有使用如三合板之類的廢棄建材作為燒窯材火之情事，廢棄建材多含油漆，燃燒時會釋出有害物質，而竹炭吸附力特強，其安全性可想而知。

竹炭本是極佳的養生用品，如此胡搞濫製反而有害人體健康。

林建勳強調，踏入竹炭行業，就得面對外來競爭，不過，一般消費者未必能辨識國產炭與外來品的差別，而國內當前對於進口炭品質之控管又不夠嚴謹，為區隔市面低廉取勝之不良產品，林建勳建議消費大眾選擇經CAS標章驗證的產品，從竹材到成品，整個製作過程、每一環節均經嚴格控管，品質符合相關標準，健康安全才有保障。

林建勳同時表示，國內竹炭業者並不懼價格弱勢，但求訂立嚴謹管制的標準，不論原炭或是加工商品，產地、來源均應清楚標示，不容魚目混珠，消費者才有明確的選用依據，如此一來，國產CAS竹炭的高品質，必有光明之未來。

# 屏榮食品(股)公司 品保全方位 製程全掌控

採訪記者 / 王櫻

## 日本合作・供應鮮食

「屏榮蒲燒鰻」享譽業界數十年，為擴展事業版圖至鮮食供應領域，屏榮實業於93年與日本合作另成立屏榮食品（股）公司，生產鮮食便當、三明治、壽司、飯糰及甜點，供應「全家」北部地區商店。

「要供應『全家』鮮食食品，必須具備CAS標章驗證；有了CAS標章，消費者購買時比較安心。」屏榮食品公司品保組長陳佳雯指出，該食品廠成立之初，即定位為CAS工廠，硬體設備、軟體建構及人員管理均以獲得CAS驗證為藍圖，「當初工廠的設計係複製日本的鮮食工廠，在CAS人員協助下，依照台灣的規定逐步進行修正而成。」

## 本土農產・品質保障

陳佳雯表示，「經CAS標章驗證的工廠從原物料到出貨，每道程序都不能馬虎。」原物料進貨先初步挑選再抽樣驗收，

檢驗日期、外包裝、內容物、微生物等項目，如白米需進行水分率、碎米率檢驗，碎米率過高，烹煮時澱粉易溶出，而導致米飯黏成一團，無法粒粒晶瑩分明；其他如雞蛋、禽畜類等大宗原料，均必須進行相關品質與衛生安全的檢測。

屏榮採用的原物料大多是本土優良農產品，透過「全家」統購平台TFF（進入該統購平台的原物料廠商也必須經CAS驗證）認可，不但品質有保障，價格也較具優勢，目前已進入TFF平台者，如台畜、富統、香



■工作人員進入廠區前，需先除塵

■品保人員現場採樣

里、山水米等大廠的CAS產品，包材則使用日本「伊藤忠商社」在台生產的，僅部分原物料因牽涉市場區隔化競爭，而採用進口產品，如義大利麵等。

### 污染防護・滴水不漏

硬體設備方面，污染防護措施幾乎滴水不漏。進入作業區前，必須「過五關斬六將」。先穿戴頭套、白色無塵工作服、工作鞋，走過橘色的塑膠簾（昆蟲不喜歡橘色，因此具有防蟲效果），才是進入廠區內部，而在要進入作業區前，則必須先洗手、消毒，去除身上的毛屑、灰塵，進入浴塵通道，以兩邊襲來的強風加強去除身上尚未清除乾淨的塵埃，接著才能進入作業區。

作業區的門都設計成單向進出，即每個門都是只能進、不能出，意謂作業員即使只是上個廁所，必須先依管制方向出了作業區後才得以方便，而再次進入作業區時，消毒、除塵流程仍得如實操作，方能進入。此外，廠區裡設置不少鏡子，以提醒員工時

時注意服裝是否符合規定－頭髮不能露出來、衣服要紮進去…等。至於使用最頻繁的廁所的設計，完全以衛生為考量，進入廁所不以手開門，而是動動腳以紅外線感應；上完廁所後，洗完手、消毒3秒鐘後，廁所門才會自動打開，完全偷懶不得。

陳佳雯指出，指甲過長、頭髮露出來、衣服沒穿好、未洗手消毒就進入作業區的員工，都得罰錢；職前訓練時，即告知員工相關規定，並簽下「人員衛生管理條例」，員工每天作業結束後，都得負責清理周遭環境，每週五並進行大掃除，以獎金與榮譽為誘因，使廠區永遠保持乾淨整潔。

「時間」與「溫度」是鮮食工廠的關鍵技術所在。食品製作過程全程空調，室溫維持在攝氏18度，調理後即進行真空冷卻，在20分鐘內，從攝氏近100度的高溫直接降至攝氏25度以下，迅速跳過細菌最容易孳生的溫層，再冷藏至攝氏18度以下，不僅可以保持色澤，也較無腐敗問題，產品可以保存較久。當然，製作過程中不能遭受汙染是首要條件。



■工作人員檢查秤重率



■品保人員正進行檢驗



■工作人員全副武裝製作便當

屏榮食品以檢驗及預防機制落實品保，預防更是品保的工作目標；陳佳雯說：「品保是預防的單位，預防產品發生問題。如果製程中，品保能發揮作用、現場糾正，建立良好的操作模式，則製成率較高，相對的，公司獲利也較高。」

#### 產品繁多・品管嚴謹

屏榮食品的產品種類繁多，包含便當、麵食、手捲、手工甜點等，屬勞力密集產業，目前員工約400多人，管理起來格外辛苦。陳佳雯指出：「人一多，污染就多，而個人衛生最難管控，因此品管必須更嚴謹，品保人員必須經常巡視、確認，發現違規就得開罰，工作性質有點像警察。」嚴

格的品質管制，使屏榮得以通過國家標準檢驗，連獲CAS、GMP等驗證。

屏榮食品目前有11名品保人員，負責例行性的微生物檢驗、報表製作及巡視作業現場等工作。在整個作業流程中，品保員以確認日期、時間、溫度為最主要考量，從原物料、調理、包裝到出貨，每個環節都很重要。

除了賣相外，消費者看不到的微生物才是品管的重點。對經CAS標章驗證的工廠而言，品保扮演的角色相當吃重，因為代表的是企業的信譽。「戒慎恐懼，如履薄冰」，正可詮釋屏榮鮮食食品廠的經營者以及品保人員步步為營的心情。

# 行政院衛生署公告訂定 「食品安全管制系統」

驗證組 / 丁銘睿

行政院衛生署爰依據食品衛生管理法第二十條第一項規定，於97年5月8日衛署食字第0970402522號令訂定「食品安全管制系統」(以下簡稱本系統)。本系統為一鑑別、評估及控制食品安全危害之系統，援引危害分析重要管制點原理，管理原料驗收，加工、製造及貯運等全程之食品安全危害，內容摘錄如下：

(一) 清楚定義相關之名辭如矯正措施、重要管制點、管制界限、變異、危害分析重要管制點計畫等。

(二) 要求食品業者應設立食品安全管制系統工作小組，並應依據已查證之產品描述、產品預定用途與現場相符之加工流程圖為基礎，且考慮並鑑別危害之發生頻率及嚴重性後，列出所有危害及作危害分析，以鑑別並

決定危害之預防措施，並做出適當之矯正措施，如發現無適合之矯正措施時，應執行隔離且留存受影響產品、授權具專業知識人員查核，以決定受影響產品出貨之可行性、針對受影響之產品，應確保無異常所致危害健康或品質不良之產品流入市面；已流入市面者，應回收並採取矯正措施。

(三) 應予建立確認程序，即藉由內稽本系統及其紀錄、內稽變異及產品變異、確定重要管制點在控制中以確認之內稽活動等，決定本管制系統是否有效執行並確保有效執行所建立之危害分析重要管制點計畫，當危害分析或危害分析計畫改變時，應對系統再確認。

(四) 危害分析重要管制點計畫應製成文件，文件之發行、更新及廢

**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

冷凍  
水產品

罐製  
水產品

乾製  
水產品



行政院農委會漁業署 賽德

[財]CAS優良水產品發展基金 推廣

諮詢專線：0800-025888

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

止，必須經負責人或其授權人簽署，並核准實施，紀錄應確實簽署，並註記日期，文件與紀錄應保存至產品有效日期後六個月以上。

(五) 食品業者應鑑別各部門人員執行食品安全管制系統之訓練需求，據以執行，並做成紀錄。

(六) 管制小組成員每人至少每三年應接受中央主管機關認可之機構辦理本系統有關之專業訓練、研討、講習等課程，或會議或中央主管機關認

可之課程，累計十二小時以上。

(七) 本系統除已另定施行日期者外（如行政院衛生署96年9月12日衛署食字第0960406822號公告之餐盒食品工廠及行政院衛生署96年8月15日衛署食字第0960404185號公告，肉類加工食品業等），自發布日施行。

以上有關本系統之詳細內容，逕上行政院衛生署網站（網址：<http://www.doh.gov.tw>）查詢。

## 完成96年度CAS標章 續訂及換發使用契約與證書

驗證組 / 丁銘貴

97年度CAS標章之續訂及換發使用契約與證書作業，自去年10月1日起，即著手進行資料確認等初步作業，並將產品確認單陸續傳真予各家CAS廠商，經核對各CAS廠商之基本資料、CAS產品名稱及產品編號是否相符後，並於96年11月中旬起，辦理97年度CAS標章使用契約之簽訂，和後續換發證書等相關工作。

在行政院農業委員會協助與CAS廠商配合下，已順利完成，97年共計281家CAS廠商續約作業。未來本協會驗證組將在續訂及換發CAS標章使用契約與證書作業持續努力，期望來年更加進步、順利，也期盼各家CAS廠商亦能同樣持續給予協助，共同努力。

使用CAS標準廠商及產品項數，謹列如下：

97年4月至5月CAS新簽約廠商

類 別	廠商名稱	產品項目	產品編號
生鮮蔬切 蔬果	中原食品工業開發股份有限公司	新鮮蔬生鮮蔬切葉菜類	122201
		新鮮蔬生鮮蔬切根莖類	122202
		新鮮蔬生鮮蔬切花果類	122203
		生鮮蔬切生菜沙拉類	122204
		生鮮蔬切水果類	122205
		竹炭布捲	161001
		竹炭除臭包 (100g ±5%)	161001
		竹炭片 (60g、1Kg、18Kg)	161001
		竹炭粒 (25Kg)	161001
		高炭	161001
林產品	有限責任嘉義縣大埔滿榮竹炭生產合作社	竹炭粒賣生枕 (小，竹炭粒 1.8Kg ±5%；竹炭捲：200g±5%)	161001
		竹炭粒賣生枕 (大，竹炭粒 2.9Kg ±5%；竹炭捲：200g±5%)	161001
		紡織用竹炭碎片 (35Kg)	161001
		紡織用竹炭粒 (35Kg)	161001
		潔宗竹醋液	161002

累計：97.5.31

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	69	3,692
02	冷凍食品	47	692
03	果 蔬 汽	6	18
04	食 米	17	35
05	醃漬蔬果	7	71
06	即食餐食	24	435
07	冷凍調理食品	10	103
08	生鮮食用菌	2	9
09	醃造食品	5	112
10	點心食品	15	133
11	蛋 品	24	66
12	生鮮蔬切蔬果	22	85
13	水 產 品	30	170
16	林 產 品	8	72
合 計		286	5,693

累計：97.5.31

# 97年度CAS台灣優良農產品標章 推廣活動介紹

推廣組 / 丘前錦

為持續推動CAS台灣優良農產品驗證制度，提升國產農產品競爭力與附加價值，本協會秉持一貫宗旨，接受行政院農業委員會委託執行各項CAS台灣優良農產品標章宣導與推廣工作，向國人推薦通過CAS台灣優良農產品標章驗證之農產品，以促進農民生產優質原料、廠商使用國產優質農產品、消費者選購CAS台灣優良農產品之良性循環。

本（97）年度預定辦理之CAS台

灣優良農產品標章宣導活動，包括下列4個重要工作項目：

## 一、CAS台灣優良農產品推廣活動

- (一)配合6月份台北國際食品展，於台灣館講理食品區辦理CAS台灣優良農產品標章宣導及產品展示。
- (二)針對學校、機關團體辦理CAS台灣優良農產品標章宣導工作。
- (三)辦理大型社區宣導活動。
- (四)辦理CAS台灣優良農產品標章消



■97年4月23日至台北市中正高中辦理CAS標章宣導情形

費者抽獎活動。

## 二、針對不同消費族群之教育訓練與宣導

辦理學校、團體業者、醫院及國(社)團福委會單位參觀工廠活動。

## 三、0800消費者免付費諮詢服務專線暨產品語音查詢系統

24小時提供民衆以最快、最方便的方式查詢CAS台灣優良農產品等相關訊息。

## 四、刊物出版及文宣、海報宣導

編印CAS台灣優良農產品專刊及各式推廣文宣，提供國人更簡便之方式獲得CAS台灣優良農產品標章各項相關資訊。

此外，為使國中小學生更了解CAS台灣優良農產品標章，建立正確國產農產品選購觀念及提昇家庭採購意願，本協會針對國中小學校加強辦理宣導工作，宣導內容除了詳細的CAS台灣優良農產品標章及各類產品特性、選購小常識介紹外，還有有獎問答活動與互動討論，內容十分豐富。

# CAS台灣優良農產品標章 校園宣導活動 歡樂起跑

推廣組 / 謝萬君

台灣優良農產品發展協會(以下簡稱本協會)為宣導CAS台灣優良農產品證明標章，自97年3月份起辦理「CAS台灣優良農產品標章校園宣導活動」，由專人進入校園，宣導「優質農業」及「安全農業」的理念，使學童們了解CAS標章意涵及CAS標章驗證產品之內容與特色，建立正確國產農產品選購觀念。

本年度(97)預計辦理10場次，截至5月底止已分別至台北市公館國小、大同國小、三興國小、中崙高中

及高雄市內惟國小辦理宣導活動，5所學校合計有1,200位師生參與，目前仍陸續接獲全國各地之國中小學熱烈申請。

校園宣導活動中，講師透過簡單易懂、實際生活體驗的分享方式，將CAS標章、驗證編號識別方法、CAS產品類別、特色、生產過程及相關驗證機構等內容，以寓教於樂方式，結合學童生活中常見的CAS產品，如肉品類的肉鬆、即食餐食類的18°C御飯團、冷藏調理食品類的涼麵、點心食



■ 學童積極回答有獎徵答活動情形

品類米果以及生鮮切割蔬果、果蔬汁及貯米等產品進行實例說明，也藉此強調CAS標章驗證產品類別的豐富與多元。

除了產品的多樣性，CAS嚴謹的生產過程也是宣導重點。雖然學生無法實地參訪工廠，但透過廠商生產作業的照片搭配工作人員的詳細說明，亦能讓學童們有清楚的認識，進而更加信任CAS驗證產品的衛生安全。另外，在每場宣導活動結束前舉行有獎問答遊戲，加深參與師生對於CAS台灣優良農產品的瞭解與印象，遊戲的獎勵即是CAS驗證之產品，透過有趣的互動，不僅植學童對CAS標章的認識，也提升了學習效果。



■ CAS標章宣導實況

本協會希望藉由辦理校園宣導活動，讓學童從小就認識國產優良農產品及其相關的知識，培養選購優質國產農產品的基本觀念，並將「吃得安心、吃出健康」的CAS產品與家人、親友們共同分享。

# 端午節慶 安心最「粽」要

企劃組 / 陳慶喜

在傳統的習俗中，春節與端午和中秋並列為一年中的三大節慶，亦各有其應景的食物和許多傳頌千古的美麗傳說。因應時代的變遷，忙碌的現代社會，已不復見昔日端午季節家家戶戶門前掛著粽子，空氣中瀰漫著粽香的應景氣息了，取而代之的是市面上隨時隨地都買得到鹹、甜各式粽子，但如何挑選安全衛生又好吃的粽子呢？經過CAS驗證廠商所產製的粽子，從原料到成品都經層層把關，再加上清楚標示的產品一定是您採購時的重要指標。另外，若要能更貼心地

為家人過節，包個符合家人口味的粽子，建議以「三少一多」(少油、少鹽、少糖、多纖維)的概念，選擇適當的材料一起動手包粽子，讓自己和家人過個健康安心又團圓的端午佳節。

端午時節正好是初夏，天氣愈來愈炎熱，病菌蚊蟲孳生，在悶熱的環境中食物如果未妥善保存，容易孳長微生物導致食物腐敗，甚至引發食物中毒。

為此，衛生單位每年都會到各個食品製造業、大賣場及傳統市場…等販賣場所，抽驗各式粽子、餡料及粽葉，以確認市面上販售之粽子、鹹粽等產品合乎衛生安全，但很遺憾的，每年也都會發現有少部份的產品不符規定，因此建議消費者在選購粽子或其材料仍應注意以下要點：

## 一、自行包粽應慎選食品品質

選購粽子乾貨配料時，最好向信譽良好之廠商購買，不宜購買來源不明之散裝品，例如粽葉色澤太過鮮



■端午佳節・家家粽香

豔、太綠或是聞起來有淡淡的硫磺味…等化學藥劑味道，應拒絕選購。蝦米正常的顏色為自然的淡橘紅色，勿選購外觀色澤太紅或有異味之蝦米；其他如霉味的香菇或浸水的香菇，可能有違法添加漂白劑的危險；選購糯米時外觀應有光澤，若米粒外觀黯淡或出現異樣顏色例如黃色，則代表品質不良。

## 二、選購粽子實宜慎選製造及販售場所

購買粽子時，應向衛生管理良好之販售場所或製造場所購買，並檢視粽子外表是否破損而致內容物外漏，粽子外表如有破損甚至呈黏稠狀者，表示微生物已滋長，請勿購買食用。

每年端午節前夕，也有不少CAS台灣優良農產品廠商推出冷凍或冷藏的粽子，採用台灣所產新鮮、安全的農、水、畜產為主要原料，以急速凍結及急速冷卻方式處理，於低溫下儲運販售，使得粽子都可以保持其原有新鮮度與營養價值，同時食用也很方便，最符合時下家庭之需求。

像是全信冷凍食品股份有限公司所推出的CAS冷凍粽子，是遵循傳統南部粽的風味及做法，以多種魯料引香提味加上鹹鴨蛋、香菇及精燉魯肉，使嚼感更為豐富、滋味更香。而以岬七碗冷藏油飯出名的嘉義食品工業股份有限公司，所生產的CAS冷藏金棕、CAS冷藏銀棕，平日就可在便

利商店購買得到，並廣受消費大眾所喜愛，配合端午所設計的禮盒也非常精美大方，相當適合送給親朋好友。慶鍾佳味公司於軍公教福利中心推出平價路線的CAS冷凍肉粽，以水煮法將糯米煮至透而不爛，裡面包裹綿而Q軟的花生及調味適中的五花肉塊，雖然沒有精美華麗的包裝，卻是衛生講究、口感實在的一種選擇。

此外，尚有奇美公司推出的飄香肉粽禮盒，桂冠公司的肉粽禮盒、紫糯養生粽禮盒、香椿養生穀粽禮盒，滋味珍公司的紫米黑豬肉粽、禹昌冷凍食品興業有限公司的冷凍肉粽以及佳辰實業股份有限公司的冷凍鑊魚粽，都是經CAS驗證通過的產品。

CAS廠商不斷開發出求新求變的產品，以滿足不同消費年齡層之口味需求，挑戰消費者的味蕾，有關各家廠商粽子產品介紹，歡迎讀者可進一步至協會網站（[www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw)）查詢。

最後提醒各位，一般市售肉粽約有450至600大卡的熱量，相當於一碗半至兩碗的白飯，在加上吃粽子時淋上大量的甜辣醬或醬油膏，不但增加熱量攝取，含鈉量也有過高的疑慮，應該特別留意。其實吃粽子也可以吃的均衡，在不過量的前提下，搭配一份燙蔬菜，或再來一碗清湯，不但均衡，飽足感也很夠，另外，也可以趁端午假期和家人一起去做一些運動，讓端午佳節只留美味不留負擔。

# 不合成本的食物，您敢吃嗎？

企劃組 / 莊佳燕

高科技的產生，人類也能像鳥兒一樣俯瞰天空；知識的成長，人們不再讚木取火；醫學的進步，老化甚至可以延緩；這一切的舒適方便，隨之而來的是能源危機、油價上漲、通貨膨脹、物價節節升高。在這個人人高喊唯獨薪水不漲，所謂M型社會右方卻依然大有人在的年代，穿的、用的、住的均打著響亮的「高貴不貴」口號，那麼，吃的呢？

「誰知盤中飧，粒粒皆辛苦。」辛苦的農民栽種各種作物，舉凡蔬果、五穀或雜糧，這些拜大地所賜的寶物，豐足了每個人的飲食。但觀看現實，人口遞增的世界面臨著糧食短缺、飢荒無糧，甚或黑心食品氾濫：米有鉻米、菠菜有毒、牛肉帶有狂牛症的可能、雞蛋甚至不一定是母雞下的，雖說食品是良心事業，但是昧著良心只為金錢的廠商不在話下。所謂「羊毛出在羊身上」，一分錢一分貨確實有它的道理存在：車子可以選二手的、書可以借圖書館的、電腦可以用舊一點的、食物一旦吃進肚子、要化作延續生命正常運作的氣血養分，怎能不挑的近乎苛求呢？

金錢或許買不到健康的身體，但是卻可以買到吃了能促進健康的食

品，事實上，食品的品質與安全的保障常常就反映在價格上，而價格則反映成本。好的食品不僅要悉心照料、層層把關，付出的人力物力都需要成本，才能產生高品質的優良食品；就像CAS食品，不論是常見的肉品、蛋品、食米或是水產品、菇類及截切蔬果等，不論從原料、設備、環境、製程、包裝或是產品定期檢驗等各方面視之，皆普遍優於市面上其他未經驗證之產品，價位上雖然較一般市場商品高出一些，但產品的品質絕對是每個消費者可以信賴和安心食用的。

太太買菜，顧及先生的健康；媽媽買菜，照顧了全家的飲食；醫院買菜，調養每位患者的身心；團膳業者買菜，提供學生發育時期所需的營養，或是撫慰各行各業工作辛勞後飢腸辘辘的胃；能讓每一道料理使用的每一樣食材，消費者皆能安心食用，不僅是食用者的權利，更是團膳業者值得驕傲的成就。

尤其現在市面上黑心食品充斥，來源不明的食品氾濫，擁有CAS標章的食品強調代表安心與保障，和一般市場的食品不可同日而喻，在價格上自然表現應有的差異。每樣商品都有它自身應具的價值，像是食品這樣的良

心事業，是不能以「高貴不貴」之標準去衡量的，每個人都知道「健康無價」，同樣是買肉、買菜、挑水果，但若能在一般市場的價位上，再多投注少量經費，買到的不只是讓人果腹的

食品，更兼具營養安全有保障的附加價值，這正是不可計價的回饋，消費者吃出健康，廠商獲得良好信譽永續經營，雙贏的局面更能創造無限的商機。

## 我家也有銀髮族

企劃組 / 莊佳燕

一般所稱銀髮族是指65歲以上的老年人口，不過現在泛指年紀較年長者。台灣早在1993年就已經正式邁進高齡化國家之列，現今已突破235萬人，佔總人口數10.25%。銀髮族人口的激增，顯現銀髮族產業越趨重要，而隨著年紀增長，生活及飲食習慣逐漸轉型，究竟適合銀髮族的食品有哪些呢？

根據2003年財團法人食品工業發展研究所之「自高齡者飲食消費習性看銀髮族食品發展機會」調查研究報告指出：銀髮族處理三餐的需求正逐漸出現中，其中對飲食生活的部份看法節錄部份說明：

1. 購買食品時，品質重於價格。



2. 日常飲食要達到營養均衡並不容易。
3. 對於外出用餐感到麻煩。
4. 好吃的食品即使貴1~2成仍會購買。
5. 喜歡方便入口的食品。
6. 希望縮短備餐時間。
7. 市售低糖低鹽的食品大部分味道不好。

從上述的研究結果我們可以發現，銀髮族喜愛挑選的食品具有調理簡便、好入口、易咀嚼、易吞嚥、低糖、低鹽及高纖等特徵，另外高營養價值及具有保健功效等食品也是重要選擇的條件之一。

所謂「家有一老，如有一寶」，其實銀髮族和幼童都一樣需要悉心照



好組合、好入口的CAS優良食品

護，而市面上琳瑯滿目的食品，卻並非樣樣皆適合銀髮族食用。替銀

髮族準備或挑選餐點並不難，選擇較軟、好入口、高營養的食品，例如：魚肉、豆腐、菇類、蔬果或乳品等；而烹調方式則可儘量採用水煮、清蒸、微波或輕炒的方式，作成口感較軟、口味清爽、味道豐富的餐點，也可以依照個人需求設計幾樣具有變化又營養均衡的菜色，讓用餐變得輕鬆又健康。

不論選擇哪種食品，最重要的前提是要注意食品是否安全、新鮮，消費者可以使用品質穩定、安全有保障

的CAS優良食品，不論是魚、肉、蔬菜、醃漬蔬果、釀造食品或營養豐富的菇類等，CAS標章驗證的產品皆任您挑選，尤其是選用CAS裁切蔬果，更可幫您省去不少調理準備時間。

每日補充適量的優質蛋白質，常攝取無農藥殘留的蔬菜水果，並且減少油、鹽、糖使用量，降低身體的負擔，就能過個豐富愉悦的銀髮生活，吃得好，吃出健康，讓身體比實際年齡更年輕。





## 產銷履歷及產品市場

暉凱公司 / 黃乃芸博士

「產銷履歷」的理念是農委會為了顧及農民與保障消費者權益而推動的雙贏政策。消費者可透過農產品上「產銷履歷」的二維條碼或追溯編號，在農委會網站上查詢到生產者的生產過程各項資料、運送流通的所有路線，甚至連生產者的照片，都可以在網路上看到。這對消費者來講，是一項新的附加價值，也是「食」的保障。

要取得產銷履歷認證並不簡單，除了周邊環境的評估、土壤檢測、重金屬分析、農藥殘留分析、水質檢測都要通過專業的稽核人員審核外，還需將栽培、肥料施用紀錄、農藥噴灑登記、採收時間及採收後處理、出貨等等工作之依據，確實紀錄於農產品產銷履歷系統中。

由於認證標準嚴格，不管是用藥或是土壤環境都是農民要多加留意之處。加入產銷履歷制度不僅是提供消費者一個保障，更可以為台灣的農產品進行把關，進而提升品質。從農委會推動產銷履歷制度至今，消費者已可於各大賣場購買到通過產銷履歷的產品，此外部份產品也外銷於國外等地，其受國際市場的肯定不容小覷。

暉凱國際公司是全國第一家農產品產銷履歷驗證機構，石安牧場所生產的「領鮮蛋」則是該公司首批通過產銷履歷的產品，也是全國第一個貼

有產銷履歷標章的產品。國際間產銷履歷認證及驗證制度，大都依據ISO Guide 65 訂定，其規範具有共通性，原則上產銷履歷只要經過國與國之間互相承認，則有助於這類產品交流與貿易。

就外銷市場而言，品牌化及特色化的建立可增加消費者的辨識度及做產品區隔，如外銷於日本，造成爭購風潮的「白毛台葡萄－雲之峰葡萄」其外銷市佔率很高，另外在技術上不斷創新求變的榮祺食品工業股份有限公司所生產的「經典菜系列的牛蒡」其交易量也持續增加。至於內銷市場，在國內量販店中，可看到產銷班建立自有品牌的產品，如漢光果菜生產合作社其包裝精緻且已分切、處理好的「心守菜」產品-木瓜、小白菜、馬鈴薯等，又如金三角以先進設備栽種出特色化的牛番茄，都是廣受歡迎的產品。

產銷履歷制度除了能建立一個讓消費者安心選購的環境外，對於農友而言，建立品牌化、特色化，將產品帶領至精緻品質路線，提升產品的口碑，才是最佳的策略。另外，對已加入產銷履歷制度的生產者，在國際市場上較容易開拓外銷之門。要達到此目標，實有賴生產者及驗證機構共同攜手合作，開發最大共同效益。

# 2008年新加坡國際食品展參訪花絮

企劃組 / 蘇巧玲

筆者參加今年4月22日至25日的「2008年新加坡食品飲料展」，為期4天的行程中，除參觀展覽會外，亦參訪了新加坡著名的Tiger啤酒廠及利樂包材生產工廠（Tetra Pac.）。

第16屆「2008年新加坡國際食品展（FHA 2008）」於新加坡博覽中心隆重登場，本食品展每2年展出1次，並與日本國際食品展、台北國際食品展同列為亞洲國際食品展之盛會。

本次展覽分六大主題展出，包括Food Asia（第16屆國際食品與飲料展）、Bakery & Pastry（第8屆國際烘焙食品、酥皮點心與糕點業設備、原料及供應展）、Wine & SpiritsAsia（第10屆國際葡萄酒、烈酒與啤酒展）、Hotel Asia（第16屆國際酒店、餐館及餐飲服務設備、供應與服務展）、Hospitality Style Asia（第5屆國際酒店設計、承包裝潢、燈光及餐具展），及Hospitality Technology。

（第6屆國際酒店與餐飲服務技術商展）。

新加坡今年首次以7個展館（面積總計約72,000平方公尺）的規模盛大展出，共有來自60多個國家、3,300家公司參展，其中包括33個國家以國家館的型態呈現。參展的國家館中，義大利館規模超大，展出面積佔840平方公尺，台灣館為第五大參展國，展出面積675平方公尺，其中汶萊及巴拿馬則是第一次以國家館的形態展現。依據展場公司的統計資料顯示，今年上網登記買主計有80多個國家，37,000餘人，並有50多個自行組團的買主團參觀本展，預估將可帶來61億美金商機，超過2006年的59億美金，以及2004年的54億美金，商機成長1.03至1.13%以上。



■台灣館-穀盛



■台灣館-特好

此次展覽的食品飲料區主要規劃在1至3館（Hall 1 to Hall 3），而台灣館則設於第3展覽館，台灣館由外貿協會及台灣區糖果餅乾麵食工業同業公會組團參加，計有59家廠商及12個公會，共70個攤位所組成。參展廠商亦包括穀盛、百家珍、特好、泉順及凱馨等。

所展出的產品為獲得CAS優良農產品認證標章的釀造醋、貪米及肉品等產品。另外義美、一之鄉、南僑、味丹、馬玉山、丸莊等國內大廠亦在參展之列，主要展出產品包括休閒食品、飲品、健康食品、米穀製品、茶葉、冷凍蔬果、葷素調理食品、冷凍水產、冷凍蔬果及調味料等。

新加坡是一個非常特殊的國家，土地面積小，僅台北縣的三分之二，在有限的土地限制下不足以發展農業，所以幾乎所有的農產品或食品均



■台灣館-百家珍



■台灣館-外貿協會

仰賴進口，甚至於80%以上的水是向馬來西亞購買來的，且新加坡國民之組成複雜，有80%是華人，馬來西亞、印尼、印度及西方人則佔了20%，因此不管是「語言」或「吃」在新加坡非常多元化，由本次展覽會場中所展出的食品就可以感受到，所展出的食品與飲料多以西方及當地特色為主，各國館區出現最多的是火腿、起司及冷凍、冷藏的各式異國食材，另外橄欖油及酒類產品也相當多。至於農產品方面，生菜沙拉及有機蔬菜，以及台灣館展出的稻米及水果等產品則相當受到重視。

雖然土地小，但新加坡的地理位置確是亞洲之交通樞紐，更是歐亞金融或商業貿易之中心，80%的華人市場，對於國內食品製造廠商而言應該是一個很好的商機，期待未來有更多的機會藉由國際化展覽，將「Made in Taiwan」的優良食品推向全世界。



■台灣館-凱馨

# 日本超市觀摩記

論證組 / 蔡美奇

今(97)年3月中旬筆者參訪了日本東京國際食品展，除參觀展覽外，導遊另安排觀摩超市之行程，包括日本國內超市市佔率第一的伊藤忠集團 Ito yokado 超市、市佔率第二的永旺集團 JUSCO 超市，SEIYU 超市及 Precce 超市。走進超市，架上陳列的各式精緻點心、農產加工產品、農產品等各種食品及生活用品琳瑯滿目，令人目不暇給。

日本超市除獨立設置外，更多是依附在百貨公司或購物中心之內，於各家超市之農產品展售區，不難發現日本產銷履歷農產品之蹤跡，JAS (Japan Agricultural Standards) 標章產品同樣也容易在各個冷藏販售櫃中尋得。在 Ito yokado 超市所販售的產銷履歷蔬菜包裝，除以貼標籤方式標示追

溯號碼及二維條碼等相關產銷履歷訊息外，亦有將產銷履歷相關訊息直接以套印模式印於包裝袋上者，且在該展售專區內設有小型告示牌，告知消費者如何利用行動電話查詢農產品之產銷履歷訊息；另在 JUSCO 超市所販售的分切肉品產品，其標籤上雖無標示產銷履歷追溯號碼，但卻可清楚看到生產者的基本資料及照片，讓消費者在選購時多了一份安心感。

日本超市內部展售區域之規劃，與台灣平常所見之各大型販賣超市（如家樂福、大潤發、愛買等）之規劃並無太大差異。超市主體設計同樣以明亮的空間及棋盤式方正格局為主，動線清楚並依所販售產品之種類分區展售，商品陳列格外整齊，尤其在分秒必爭的下班時段，更能節省選購商品時間。Ito yokado 超市內的農、漁、畜產品分切均設有分切室，值得一提的是，Ito yokado 超市的水產品分切室雖規模不大，但維持衛生整潔明亮，作業人員工作服乾淨清潔，讓人一靠近就有很新鮮、很衛生、很想買的衝動。蔬果分切室在台灣量販店或超市內則較為少見，Ito yokado 超市之蔬果分切室以透明玻璃與賣場區隔，作業人員分切包裝等作業完畢後，以最短的時間置於分切室外的冷藏展售臥櫃



■消費者可利用手機查詢產銷履歷訊息



■水產品分切室



■肉品分切室

販售。相較之下，台灣目前的量販超市如家樂福及大潤發等，這些經CAS台灣優良農產品標章肉品類驗證通過之各分店，其肉品分切室與Ito yokado超市的肉品分切室環境設施則較為雷同。

觀察參觀的同時也發現，日本超市業界對於商品的陳列及賣相相當注重，陳列架上的每項產品樣樣均帶來視覺的享受，以超市截切蔬果為例，鮮艷欲滴的草莓配上碧綠色的奇異果，佐以黃澄澄的鳳梨及粉橘色的葡萄柚，包裝於剔透的PLA盒內，擺放時均勻配置，不禁令人即刻想購買回家，好好享受這一場色彩繽紛的水果饗宴。

日本國內商店大多於晚上9點左右打烊，超市也不例外，但也有配合其他消費族群所設立的24小時營業超市，如池袋地區的SEIYU超市、六本木MIDTOWN的Precce超市。SEIYU超市之規模雖比不上Ito yokado及JUSCO，但產品販售價格則較其他超市便宜，而Precce超市則是配合六本木MIDTOWN的風格，形塑成具時尚感的超市，與其他超市相比，則提供



■琳瑯滿目的新鮮蔬果

了較多異國產品供消費者選購。

日本大型購物中心雖然林立，而不同地區之新興購物中心卻仍在規劃興建中，超市數量可想而知將會與日漸增，不僅方便消費者購物，並且能讓農產品及農產加工品銷售通路擴增；當然也提供了經農產品相關驗證之產品的曝光度。

綜合本次觀察日本超市所見，日本臺銷履歷農產品以蔬菜水果類居多，尚無發現非初級加工之臺銷履歷農產加工品（如水餃、果汁等），同時也初步瞭解JAS標章農產品、有機農產品及臺銷履歷農產品於超市販售之情形。其實台灣國內超市之經營型態，同樣可媲美日本超市，但不論是台灣或日本，只要能不斷進步並提升超市販售商品之品質，相信是每個人絕對樂見其成的。

# 超市、量販店賣場管理 食品衛生安全(一)

企劃組 / 張惠萍

近年來隨著都市化的加深，國人的購物與消費型態漸漸由傳統市場、零售店、雜貨店轉移至有冷氣吹、環境寬敞且品項齊全的超市、量販店等現代化通路，這可由各地區超市、量販店店數與銷售量逐年皆呈現穩定成長得知。然而賣場的管理若有疏

失，甚至發生食品安全疑慮時，消費者必會對其商譽及所提供之產品的品質有所質疑。為了讓國內超市與量販店的賣場於平日能強化目前不易管理之處，未來將陸續分別依照零售店之賣賣場所、倉儲、食品加工等部分重點式說明，提供超市與量販業者參考。

超市、量販店的賣場為直接面對消費者的第一線，其環境是否清潔、產品擺放之整齊度、人員服務態度良好與否，在在考驗著這個賣場的銷售業績，其中產品儲存期短、產品輪轉率高、最需要大量人力維護的部分即為食品。雖然目前各大現代化通路均在引進先進之自主管理系統，且均已



■夜間遮蔽罩(night cover)防止外界溫溼空氣進入櫃內

具備一定的水準，但仍有些事項需要特別注意：

一、熟藏食品之管理，即有利用發熱燈、蒸汽、隔水加熱等方式以維持溫度的食品之管理，例如：炸雞、滷味、炒米粉、小籠包等食品，溫度應保持在攝氏60度以上；未達60度者，應標示適當販售時間之管制，像是於產品製出後算起約4小時以內應食用完。



畢，以確保食品之品質與衛生安全。而消費者選購這類熟食產品時，則是應當注意隔餐勿食，以保障自身的安全。

## 二、即食食品或菜餚之陳列櫃應有防止

食品遭受污染之設施。賣場販賣即食食品時，是以現做即食的概念來經營，為了讓食品看起來有令人垂涎欲滴的視覺效果，常常忽略了應保護食品免受灰塵、飛沫污染的問題，在賣場內，有時會看到民衆不經意的噴嚏、小朋友戲耍的手直接觸碰食品，食品也因此暴露在易受污染的環境中。為了提供民衆更高品質的食品，建議所販售的即食食品或菜餚，於販

售前可先以包材包覆妥當，再置於架上陳售，或是於販售架上裝置透明的遮罩藉以阻隔污染，且食品夾應定期更換與清洗。

## 三、冷凍、冷藏等低溫食品於賣場中佔有很重的份量，依規定



散裝食品販賣應加遮罩防止污染

冷凍食品必需儲存於攝氏-18°C以下、冷藏食品的儲藏溫度則是在攝氏7°C以下、凍結點以上。低溫食品販售期間，冷風循流之效果若能保持暢通，才能維持產品的品質。但賣場，尤其是在年節期間，常為了提供更多的份量，而補貨時將產品一次堆疊過高，甚至超過最大裝載限制線，此舉不但影響冷風循環，更會導致銷售產品品質變差。冷凍食品之溫度控制是否良好，最簡單的辨識方法，就是冷凍食品包裝袋內的結霜程度。如果冷凍蔬菜包裝內部有結大塊的霜，或原本應該散狀的冷凍蔬菜化成一大塊；或是冷凍包子、饅頭表皮有裂紋等，這些都是因為產品運送或保存時溫度控制不良、溫差太大後造成的结果。

因此，只要業者確實做好自主管理，就能提供消費者一個良好的購物環境與產品品質，衛生安全自然有保障。



## 97年3~4月消費者服務中心受理民衆紀錄

推廣組 / 吳鳳珊

項次	日期	消費者問題	解答及處理結果
1	97.03.04	消費者王小姐來電詢問：有關CAS標章之截切蔬果的特色、優點、食譜與供應商等資料，並希望能將產品引進其經營之網路團購商店。	電話回覆王小姐，主要內容如下： 1.簡略介紹CAS標章之截切蔬果的特色與優點。 2.CAS生鮮截切蔬果在烹調使用跟一般生鮮蔬果無異，調理方式也相同，但可省卻前處理之工作與時間，方便消費者使用。 3.有關CAS標章驗證之截切蔬果廠商資料，則提供本協會網址www.cas.org.tw，請其直接上網查詢。
2	97.03.11	消費者來電詢問：有關CAS的水果驗證標號之確認方式？	3月13日以電子郵件回覆，主要內容如下：CAS驗證水果可分成兩部分，一是CAS生鮮截切蔬果，二是CAS古園園生鮮蔬果。並告知消費者有關CAS產品皆可透過0800-025888服務專線或者直接上CAS網站www.cas.org.tw查詢。
3	97.03.18	消費者王小姐來電詢問：有關CAS標章驗證的烏骨雞、土雞，與生鮮食用菇的生產廠商、電話。	電話回覆王小姐，主要內容如下： 1.目前同時生產CAS標章驗證之烏骨雞及土雞廠商為凱馨公司、超樂公司及大潤發量販店。 2.CAS生鮮食用菇廠商則有萬生農場、夢廷農場等。 3.有關進一步的資料，則提供本協會網址www.cas.org.tw，請其直接上網查詢。
4	97.04.10	高雄市小港區公所傳真詢問：經CAS標章驗證之二公斤包裝白米」之生產廠商。	4月11日以電子郵件提供廠商資料。
5	97.04.28	陳小姐來電詢問：有關自然豬或是無毒農藥豬的資訊。	電話回覆陳小姐，主要內容如下：本協會主要業務乃為接受行政院農業委員會委託執行CAS標章驗證及推廣工作。至於自然豬或是無毒農藥豬之問題，告知可洽中央畜產會協助。



健康的起點



CAS給您從頭到尾的呵護



行政院農業委員會

CAS免付費諮詢服務專線：0800-025-888

CAS台灣優良農產品網站：[www.cas.org.tw](http://www.cas.org.tw)



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

97農發-2.1-牧-01 補助

雜誌字號：台北字918號

謹此歡迎CAS廠商投稿，  
讓我們分享您的新產品、推廣活動或管理經驗。