



台灣優良農產品

雙月報 2009年2月第18期

國郵資已付
雜誌
台北字第918號
台北郵局許可證
台北字第3632號

恭賀



本期焦點

感恩心，服務 CAS

老企業 · 新活力——台灣農畜產工業股份有限公司

鯖魚故鄉 開創新局——鑫龍食品股份有限公司

市售優良農產品標章產品稽查與分析

2008 CAS 台灣優良農產品專刊現在發行中

經濟又實惠的「CAS 團購新主張」開跑囉

從冬至到元宵——團團圓圓過好年

食至名歸



剪標章送大禮 CAS好禮送給你



CAS標章抽大獎活動

即日起至98年2月23日止(以郵戳為憑)凡購買包裝上有CAS標章之產品，剪下CAS標章共2枚，貼在明信片上，並填妥姓名、電話、地址，郵寄至 100099 -台北郵政3158號信箱，「CAS抽獎活動小組」收，就有機會抽到3萬元現金、CAS高級產品禮盒或實用環保袋，獎品豐富，名額多達2000名，寄越多中獎機會越多，詳情請洽：02-8663-1737或活動網址：www.ufax.com.tw/cas.htm

指導單位：行政院農業委員會

主辦單位：台灣優良農產品發展協會

特別報導

4 / 感恩心，服務 CAS



產業報導

6 / 老企業 · 新活力

台灣農畜產工業股份有限公司

10 / 鯖魚故鄉 開創新局

鑫龍食品股份有限公司

CAS 標章驗證單元

14 / 市售優良農產品標章產品稽查與分析

16 / 97 年度 CAS 新驗證通過之代表性產品

18 / 使用 CAS 標章廠商及產品項數

CAS 標章推廣單元

19 / 2008 CAS 台灣優良農產品專刊現正發行中

20 / 使用消費券購買 CAS 優良農產品

聰明消費最健康

23 / 經濟又實惠的「CAS 團購新主張」開跑囉

25 / CAS 台灣優良林產品

「剪標章 我送禮」抽獎活動熱烈展開



消費新知

26 / 從冬至到元宵 —— 團團圓圓過好年

交流天地

27 / 日本蛋品考察心得分享

消費者服務

29 / 消費者服務資訊



感恩心，服務 CAS

文／陳幸浩



■CAS團隊於2008 CAS授證典禮後合影

元宵節前夕，CAS協會全體同仁，謹向CAS標章認證主管長官、驗證機構合作夥伴、專家學者、CAS業者及愛用CAS產品的朋友拜晚年，祝新年快樂，萬事如意。

回顧去年12月3日，行政院農業委員會假台大醫院國際會議廳，舉辦「2008 CAS台灣優良農產品授證典禮」，典禮中陳主任委員武雄致詞表示：「提升農產品品質，增加國產農產品競爭力及國人消費權益，是農委會一貫的施政目標。CAS標章推行至今已屆20年，成果得來不易，乃由於驗證單位、專家學者及CAS業者對政府政策之支持所達成。」主委又指出，未來農委會仍會秉持「健康、效

率、永續經營」的理念，繼續推動CAS標章。不僅如此，主委強調藉兩岸直航之商機，已積極在大陸註冊「CAS」及「吉園圃」標章，以拓銷台灣優良農產品至大陸，乃至東協市場。此等宣告，對CAS驗證單位及業者，實在是極大的鼓舞。

本協會在去年10月所出版的第16期「台灣優良農產品雙月報」中，農委會畜牧處加工科林科長子清發表「CAS甘苦談」一文，文中包括CAS標章之草創、變革、發展、危機及轉機的點點滴滴，有非常詳實而生動的報導，值得所有關心CAS標章的人士閱讀欣賞。歷經過去20年的努力，CAS標章不但受國人肯定，業者也非常珍惜，如今CAS標章已是一種無價的資產。多年來農委會看見市場需求，著手使用國產原料，開發新增驗證品項，例如83年推動優良即食餐食，其中有18°C的鮮食飯糰及便當，在各地便利商店都有販售；又於91年推動生鮮截切蔬果，供應學校及醫院等團體；近年申請使用CAS食米標章之業者及農會家數顯著增加，表示市場需求之殷切，凡此種種，都是大家所樂見的成果。

以往依據「優良農產品證明標章

「認證及驗證作業辦法」農委會委託本協會代發的 CAS 標章使用證書之方式，已於 97 年 12 月 31 日劃下句點。自 98 年起農委會改將 CAS 驗證納入「農產品生產及驗證管理法」管理，由於本法中的子法「優良農產品驗證管理辦法」，係依據母法並參考原有「優良農產品證明標章認證及驗證作業辦法」訂定，因此 CAS 驗證機構及業者，原則上仍多可依循既有的機制來運作。考量現有 CAS 驗證業者的權益及協助繼續使用標章，在農委會長官的督導及 CAS 業者的配合之下，今年度大致已完成肉品、冷凍食品、食米、水產品及林產品等 14 項類別之 CAS 業者之簽約及換證手續，為此協會謹致最深的謝意。

在驗證工作方面，值得一提的，乃是包括食品所、畜產會、工研院及本協會等，都是非營利的法人機構，不需考量本身之利益，也就是說可絕對公正的依規定辦理驗證工作，因此現場評核也好，產品追蹤查驗也好，如工廠作業或產品品質不符規定，輕者停止產品使用 CAS 標章，重者終止契約。這個事實，在本協會網頁 CAS 驗證專區中之「CAS 最新通過及取消」內，都有詳實記錄，可一覽無遺，所以有人說，CAS 證明標章絕非政府發給的「背書」，而是代表不斷追求卓越的榮耀狀。衆所皆知，只有驗證機構共同嚴格把關，加上業者認真的自主管理，才能維護 CAS 標章實質形象。



■歷年 CAS 台灣優良農產品專刊展示

CAS 標章獲得肯定，值得驗證工作團隊感到欣慰，因此我們當更再接再厲，全力以赴。

為維護廠商及其 CAS 產品的權益，自去年起，本協會依計畫辦理市售產品標示稽查工作，抽查超市賣場及傳統市場所販售之 CAS 產品，以了解是否有仿冒 CAS 標章之情形，結果發現極少數違規個案，違規者已依規定處理或處罰。至於非 CAS 廠商冒用 CAS 標章產品，如未立刻下架，則通知賣場禁止販賣，此舉馬上奏效，仿冒品很快就此消失。另外要感謝的是民衆的投訴，由於他們提供的資訊，幫助我們得以劍及履及的處理違規案件。

無論如何，CAS 標章驗證工作總有改進及發展的空間，基此理念，誠心接納消費民衆的批評或建議，也須要主管機關的督導與鞭策，期盼 2009 年的 CAS 驗證及推廣工作，推動得更加落實，更被認同。 



■台畜董事長 張裕屏

老企業・新活力

台灣農畜產工業股份有限公司

文、圖／豐年社記者

部分照片由臺灣農畜產工業股份有限公司提供

對許多人而言，台灣農畜產工業股份公司（簡稱台畜）的產品，像是老朋友般那麼熟悉。在賣場、超市的冷凍肉品區或冷藏貨架上，它的存在似乎是理所當然的，且具有重量性。

國內第一張・優良肉品認證

陪著台灣人走過40多年歲月的台畜，也陪著CAS從草創到成為家喻戶曉的食品安全標章。從台畜的CAS驗證廠商編號「0101」即可看出端倪，編號前兩碼代表驗證類別，中間兩碼代表驗證廠商代碼，「0101」意味著在政府開始推動優良肉品驗證制度時，台畜即積極參與，取得國內第一張優良肉品驗證的證書（優良肉品與後續推動之優良冷凍食品等品項經逐步整合、擴充後，民國78年才正式推動成為所謂的CAS制度）。

事實上，台畜成立的目的與一般以營利為主的公司不同，以發展整個產業為出發點，台畜董事長張裕屏話說從頭，40多年前，父親張豐緒擔任屏東縣長，養豬是屏東農村主要副

業，鑑於台灣當時沒有專業的電動屠宰場，宰殺豬隻的環境十分髒亂；同時為了提高農民收入，於是與農政單位前往日本取經，在日本農林水產省大臣的推薦下與群馬縣「高崎火腿」合作，民國56年在台灣合資，成立現代化的肉品製造加工廠一台畜，由日本提供技術指導，在台灣收購豬隻，電動屠宰包裝完成後出口日本。

張裕屏指出，在肉類加工方面，全球以德國居冠，亞洲則首推日本，但「台灣的豬肉品質卻是全世界最好的！不論是品種改良、氣候及飼養管理，都值得農政單位及業者感到驕傲。」張裕屏回想當年台畜的第一個冷凍肉品貨櫃出口時，政府官員還到碼頭「送行」，豬肉外銷不僅對地方、對當時的台灣來說都是件大事。



■台畜西式火腿穩坐市場龍頭

火腿加工品・穩坐龍頭寶座

由於台灣豬肉在日本大受好評，許多商社頻頻詢問，商機湧現，但台畜限於與高崎火腿的合資立場無法供應，部分股東便另闢爐灶，員工也陸續被挖角，自此拓枝散葉，現代化肉品製造加工產業開始蓬勃發展。

除了冷凍豬肉外，全豬必須充分利用才能發揮最高的經濟效益。在高崎火腿的技術指導下，台畜的西式火腿、香腸儼然成為國內市場的唯一品牌，至今仍穩坐龍頭寶座。「剛開始，由於國人不知如何食用，火腿銷量並不大，但隨著飲食習慣西化，內銷通路逐漸開展。」台畜的市場取向也從百分之百外銷走向內外銷並重。

民國86年，台灣爆發口蹄疫，對豬肉肉品市場造成相當大的衝擊，廠商面臨嚴峻挑戰。由於豬肉禁止外銷，台畜與其他廠商原本的外銷市場與版圖全數歸零，被迫轉以內銷市場為主。隨著市場縮減與養豬數量的下滑，產業規模也在一夕之間縮小，許多外銷工廠停擺了，養豬戶也轉而務農。

少了外銷的舞台，內銷市場競爭愈形激烈。然而，若要期待台灣轉為非疫區或是再度開放外銷卻看似遙

遠，因此，如何在困境下挺住並生存下來，才是王道。在口蹄疫的衝擊下，許多民眾不敢吃豬肉，台畜產品的銷售量在事件爆發後兩週也受到影響，不過卻在最短時間內恢復元氣，甚至逆勢成長，成為民眾最終願意信賴的品牌，應歸功於平時致力品質提升而形塑的「台畜」二字。

產官學合作・肩負教育推廣

「CAS產品的驗證不是永久性的，而是採一年一簽，每次有效期限皆為一年；即使連續20年都通過，第21年檢驗沒過，驗證照樣被取消。」張裕

屏不但藉由CAS的定期追蹤抽驗，審視產品品管的效能，也以此為品質的度量衡，只能向上提升、絕不能低於標準，而訓練有素的員

工對於品質維護也有高度共識，張裕屏開玩笑地說：「現在就算我要他們偷工減料，他們也不肯。」

除了CAS驗證外，台畜在取得ISO、HACCP、國產優良黑毛豬肉與產銷履歷認證的速度，也讓同業難望項背，「認真」拿認證的衝勁為老企業注入新活力，「這是讓企業維持最佳狀態的好方法！」學企業管理出身的張裕屏認為，認證係經由專家學者



■台畜產品—德式香腸奶焗

集思廣益研究出的作業流程與管理模式，「認證不但保護消費者，事實上也保護業者本身。認證的鞭策宛如員工的在職訓練、企業的體檢，讓食品安全更有保障，對企業形象也有助益。」

儘管目前台畜的經營型態一如其他公司，已無官方色彩及日資挹注，但仍不忘當初成立時帶動產業發展的初衷，至今台畜還是政府尋求研發、產官學合作的最佳選擇：「我們的配合度一向很高，而且是欣然接受。從建廠開始，向來樂於肩負教育推廣的責任。許多官方或學校的參觀、實習等活動也安排來這裡。有些人還誤以為台畜是政府的事業單位，對我們來說，這也是一種肯定。」

人情味濃郁・員工流動率低

在管理方面，張裕屏相信專業，因此充分授權。台畜的幹部幾乎都從基層做起，每一位都有其專業知能與

實戰經驗：「開會時，大部分都以他們的意見為主。」張裕屏指出，該公司的員工流動率極低，約70至80%的員工做到退休，其中不乏夫妻檔或是員工的第二代，經驗與信念的傳承是必然的，業務品質也相對穩定，且人情味濃郁。

不過老字號的台畜並未因被奉為「老」字輩而步履蹣跚。迎合健康與老年化的趨勢，推出以葡萄籽油炒的肉鬆、低脂培根；進駐農委會畜產試驗所一育成中心，與畜試所產學合作，共同開發黑毛豬高價值加工產品；擴展新通路，豬肉也可以在網路上購買、增加直銷通路；不斷研發新產品，滿足市場需求。目前產品多達100多項，大致可分為火腿、培根、中/西式香腸、中式滷味、冷凍調理、黑毛豬系列及肉鬆、肉乾等乾貨類，部分在一般零售市場銷售，依產品屬性進入不同通路；大部分為針對客戶量身打造的業務用市場。此外，肉品專賣店



■香腸充填



■熱狗包裝



■台畜產品品項多達 100 多種

的概念雖壯志未酬，卻已散播了種子，有朝一日，相信台灣的豬肉攤也能具備溫控、潔淨、衛生的銷售環境。

盼政府立法・積極推動 CAS

CAS 驗證制度已推行 20 年之久，身為台灣區冷凍肉類工業同業公會理事長的張裕屏指出：「CAS 是對消費者食用安全的保障，若政府能化被動為主動，像是立法強制要求肉品驗證；同時嚴懲枉顧消費者健康、販售斃死豬以及亂投藥的業者；除了工廠端的把關，販售的環境也應嚴格要

求，才能有效提升整個產業的品質，為民衆的健康強力把關。」

「台畜」這塊金字招牌，累積 40 多載一點一滴的努力與一次又一次的試煉而愈見耀眼。不論是 CAS 優良肉品驗證或是豬肉外銷，亦或西式火腿、香腸供應，台畜都扮演「開山祖師」的角色，對台灣相關產業的推動與發展，功不可沒。在歷史的洪流中，台畜有其特殊的歷史定位。台畜的過去，值得台畜人驕傲；而展望未來，老企業要歷久彌新，將藉由一張張嶄新的認證，證明台畜人不曾懈怠，抓緊時代的脈動，與時並進。 

鯖魚故鄉 開創新局

鑫龍食品股份有限公司

文、圖／豐年社記者

部分照片由鑫龍食品股份有限公司提供

鑫龍食品公司原是家傳統的魚產冷凍加工工廠，在董事長林兆堅歷經4年的改造下，脫胎換骨，躍升為國內第一家榮獲CAS優良冷凍鯖魚產品驗證的公司。

鯖魚俗稱「花飛」，是南方澳最大宗的漁獲，也是宜蘭縣最具代表性的魚類。由於南方澳外海有黑潮流經，帶來大量且肥美的鯖魚，產量佔全台90%，因此享有「鯖魚的故鄉」之美譽。



■ 鯖魚是南方澳最大宗的漁獲

企業永續 · 多角化經營

鑫龍食品位於台灣東部第一大漁港—南方澳，成立於民國67年，原以專營柴魚外銷為主，林兆堅於85年購入後發現，僅靠季節性的漁獲難以維繫工廠營運，因此增加冷凍設施及加工產品外銷，以多角化經營穩定工廠運作。

有一年，漁獲大豐收，鯖魚價格大跌，每公斤僅4至5元，如何提高產

品品質、增加漁產的附加價值？林兆堅思索著。而近年來，人們的生活品質提升，對食品營養與衛生的要求也日趨嚴格：「如何讓工廠永續經營，而不隨著時代進步而逐漸式微？」答案雖然呼之欲出：「轉型！跟上時代潮流！將消費者的想法納入企業運作中。」但對資金有限的中小企業而言，卻是難以爽快拍板定案的抉擇。

經行政院農業委員會漁業署推薦，在財團法人

食品工業發展研究所的鼎力相助下，林兆堅著手打造符合 CAS 標章驗證標準的加工廠，增設不繡鋼加工製造機械，規劃衛生安全的作業環境。

4年改造・終獲 CAS 驗證

改造工廠所挹注的資金不容小覷，尤其對中小企業而言，是負擔、也是賭注，品質的提升是否代表營業額的增加？誰也沒有肯定的答案。在南方澳長大的林兆堅，對鯖魚最熟悉不過，鹽漬鯖魚更是當地人家的家常菜，從小就接觸的傳統鹽漬過程，像信手拈來那麼理所當然，如今卻得花費7、800萬元建置加工設備，說服自己認同的過程帶著掙扎。

「每一樣機械的更換、添購都要價幾十萬元，而且好像沒完沒了！」林兆堅心裡嘀咕著。雖然曾經想放棄，但為了企業永續，他還是堅持下來，歷經4年軟、硬體的改造，終於在96年通過冷凍鯖魚片、冷凍鯖魚塊、冷凍鹽漬鯖魚片等產品的 CAS 驗證。

目前鑫龍食品的冷凍加工廠分為兩個區塊，一為 CAS 廠區、一為



■ 鯖魚保麗龍盒裝



■ 鑫龍的鯖魚等產品榮獲 CAS 驗證

HACCP 廠區。傳統工廠在經過 CAS 的「洗禮」後，產量提高了，員工工作環境也大幅改善。林兆堅比較改造前後作業模式的不同：傳統以手工宰殺、鹽漬處理的過程，購入的魚貨全數倒在地板上，員工圍在四周宰殺處理，由於時間較長，魚肉的養分、水分與新鮮度容易流失；而鑫龍則在不繡鋼檯面上進行整個作業過程，並以機械協助、加速處理時間，工廠作業區的溫度維持在攝氏 18 度至 20 度，原料槽冰水及清洗水為攝氏 6 度，儲存區則為攝氏零下 25-32 度；另外，還備有 800 匹馬力的急速冷凍設備，每日可處理 100 噸水產品，瞬間急速冷凍讓魚肉保持新鮮，減少蛋白質流失，並經由反覆的鹽度檢測使鹽漬鯖魚的鹹度穩定，沒有傳統鹽漬太鹹或太淡的問題。

顧客肯定・愈做愈有味

硬體設備完善了，人員的訓練同樣是重頭戲。林兆堅從事魚產冷凍、加工已有4、50載，儘管引進許多先進機械，作業流程、模式有所變化，



■在獲得 CAS 驗證後，鑫龍的內銷市場隨之開拓

但他仍然親自下場指導員工，進行教育訓練，「我們每天檢測化驗後，一定要開會檢討。我曾經想過，我是不是自找麻煩，若不是 CAS 工廠，檢驗局、衛生局、環保局都不會檢查，沒有人管衛不衛生、安不安全，而我們得定期檢查，抽檢、抽驗一大堆，簡直是花錢找麻煩。別人是怕人家來檢查，我們是請人來檢查。」

然而工廠改造完成後，產品品質提升則無庸置疑，鯖魚的養分得以完整保留，魚肉與水分比較不會流失，食品的衛生安全更是無虞。林兆堅初步體認改變所帶來的益處，但「最大的成就感是獲得消費者的肯定！當初的堅持是對的！」他表示，許多吃過鹽漬鯖魚的客戶紛紛回流：「因為我

們的產品沒有魚腥味、鹹味適中，即使鹽漬，仍吃得出魚肉肥美的滋味。今天一大早，我還沒上班，就有2、3部車從桃園開來買鹽漬鯖魚。」目前鑫龍的產品約70至80%外銷日本、韓國、阿拉斯加、印度、東南亞、歐盟、美加等，幾乎遍佈全球。就比例來看，內銷著墨不多，不過在工廠改造、通過 CAS 驗證後，國內客戶詢問度、回購率明顯增加：一家飯包連鎖業者採用鑫龍的鹽漬鯖魚後，點餐率大增，相對的，訂單也成長10倍之多。鑫龍的內銷市場隨之開拓，順其自然地成長了5成，林兆堅笑說：「現在愈做愈有趣味。」

加工鯖魚 · 僅供應內銷

林兆堅自認對開拓內銷市場還不夠努力，目前僅在頂好超市及網路能買到鑫龍的產品。「我們的利潤並不高，而國內通路林林總總的要求很麻煩。工廠改造後，提升鯖魚的品質及口感，讓識貨的民衆吃得到，我就很滿足了。」林兆堅不改海口人直率的作風，該公司行銷上沒有所謂的「策略」，然而卻讓人感到很有人情味。



■鯖魚俗稱「花飛」

鑫龍的漁獲約70至80%採購自蘇澳區漁會，也從冰島、加拿大進口鱈魚、柳葉魚等，每年10月至隔年3月是鯖魚最肥美的時節，林兆堅通常在此期間大量進貨，急速冷凍保鮮，以供應內銷市場全年的需求，消費者不論何時都能嘗到最美味的鯖魚。在南方澳長大、成家立業的林兆堅，對於哺育南方澳的鯖魚自有一份深厚的情感，鯖魚的價錢雖不高，但熟悉的鯖魚罐頭、鹹花飛、柴魚，早已融入人們的生活中。鯖魚含有豐富的DHA、EPA，具有降低膽固醇、血脂肪，預防心血管疾病等功能。這麼多的優點，更應該推薦給大家，不過由於鯖魚漁獲量有限，不敷外銷需求，因此外銷係依季節銷售不同的水產品。

建構網站・行銷南方澳

身兼宜蘭縣中小企業協會理事長的他，獲知經濟部中小企業處辦理縮減產業數位落差計畫，認為網路行銷將是產業趨勢，且可透過此種行銷方式讓南方澳動起來，於是積極尋求在地文化工作者以及上、中、下游業者的認同，合作完成「鯖魚的故鄉」網



■改造後的工廠與傳統水產加工環境與模式大相逕庭

聚網站。以建構群聚網的方式，推廣地方產業並拓展行銷通路，不但獲得96年度「優網獎」，更將南方澳的文化特色、歷史文物等透過網站詳細介紹，「遊客來南方澳不應該只是逛逛漁港、吃吃海產就打道回府。」

網路行銷南方澳的同時，也行銷鯖魚，透過E化行銷的第一個月，鑫龍就接獲約100萬元的網路訂單。獲得CAS驗證後，鑫龍的鹽漬鯖魚身價提升不少，真空包裝再加上極具海味的禮盒設計，躍升為南方澳火紅的伴手禮。林兆堅說：「有那麼好的天然資源，沒有好好推廣是暴殄天物。」

鯖魚是常見且較便宜的魚種，一直以來，未如高價魚種成為镁光燈追逐的焦點，但林兆堅形容牠是未經琢磨的鑽石，一如鑫龍的改造，錘鍊、切割是必經的過程，只要堅持，就能斬露鋒芒。 

市售優良農產品 標章產品稽查與分析

驗證組／呂月娥



■ 本協會稽查人員於各販售場所稽查情形

證明標章與一般商標之差異

目前我國商標有4種類型，包括商標、團體商標、證明標章及團體標章，其中證明標章主要功能在證明他人商品或服務的特性、品質、精密度、產地或其他事項。當商品標示有證明標章會使消費者認為商品皆經由證明標章權人執行審查、測試、檢驗等程序，具備某些規定的特質，或符合已訂的質量水平。

證明標章與商標之差別在於證明

標章為證明他人之商品或服務具有一定之品質，權利人不使用證明標章於自己之商品或服務上，且證明標章原則上不得移轉、授權他人使用，或做為質權的標的物；而一般傳統商標主要在表彰自己商品或服務之來源，商標使用在自己之商品或服務上。因此，證明標章在消費者心中為具信賴之標章，亦為優良品質之表徵。CAS 證明標章推行已歷時20年，在農委會落實管理及驗證單位嚴格的把關下，能夠在產品上印上CAS標章的產品，

表 1. 各販售場所標章稽查統計

賣 場 類 型	場 次
生鮮超級市場	31
量販大賣場	23
有機食品店	2
便利商店	6
傳統市集	1
專賣店及門市	4
農特產品展售會	1

表 2. 標章稽查區域統計

編 號	縣 市	場 次
1	台北市	23
2	台北縣	21
3	桃園縣	1
4	新竹縣	2
5	新竹市	1
6	台中縣	1
7	台中市	1
8	台南縣	3
9	臺南市	2
10	高雄縣	3
11	高雄市	4
12	台東縣	3
13	花蓮縣	2
14	屏東縣	1

除了必須是通過 CAS 驗證的產品之外，還必須接受執行單位層層檢驗及查核，另外，驗證單位也會不定期到市場上進行市場產品之稽查。

近年來，為了強化 CAS 標章產品標示管理及杜絕仿冒事件，本協會逐年辦理市場 CAS 標章產品標示稽查，97 年度更將稽查對象從超市、量販店及便利商店拓展到傳統市集，截至 12 月底總共進行了 68 場次，稽查對象及區域分析如表 1 及表 2，其中有不符合標示規定之產品有 9 件，分別為非 CAS 廠商未經驗證合格擅自使用標章



■ 本協會稽查人員於各販售場所稽查情形

6 件，CAS 廠商濫用標章 3 件。針對不符合規定使用 CAS 標章之產品或廠商，本協會均秉持著維護 CAS 標章使用者及消費者權益，要求廠商或賣場更正以及進行後續之追蹤管理。

結語

亞洲國家對於智慧財產權之認知較欠缺，亦不如歐美人士尊重他人智慧財產，仿冒商品時有所聞，在 97 年度本協會於全省販售場所進行優良農產品標章產品稽查時，就發現數起仿冒案，為維護 CAS 標章之公正性，避免 CAS 標章被部分業者不當使用，亦不致侵害 CAS 標章驗證業者及消費者權益，本協會將持續就市售產品加強優良農產品標章標示稽查工作。AS

97年度 CAS新驗證通過之代表性產品

驗證組／蔡美奇

延長食材的保存期限、增添風味以及造就產品多樣性是食品加工所賦予的基本特色，而加工食品的方便性更是貼近現今社會大眾的需求。隨著消費市場多樣化需求，食品產業的研發及供應鏈日益進步，消費者在各大銷售通路陳列之琳瑯滿目的食品選擇下，如何萬中選一也成了需要謹慎思考的議題。經過 CAS 驗證的產品對於消費者而言，相對地多了一層保障，而 CAS 產品更是承蒙衆多採購單位視為採購的基本條件或關卡。

在消費市場的驅使誘因，衆多廠商躍躍欲試加入 CAS 驗證的行列。近三年來，平均每年約有 20 家以上廠商所生產之產品通過 CAS 驗證，如此成績原因無它，只為廠商積極自我提升進而向消費者證明其所生產之產品品質及衛生安全符合國家標準，以利拓



■喜生米漢堡－薑燒豬肉

展銷售通路。其中，CAS 產業類別發展較為迅速的有 CAS 食米類及 CAS 生鮮截切蔬果類產品。

米為國人之主食，在國人健康意識抬頭之下，講究產品的品質及衛生安全，CAS 食米類產品其符合申請驗證之米品種

必須為農糧署公告之良質米品種，並且品質須達 CNS 一等米標準，符合 CAS 驗證基準之下，CAS 食米類產品經與一般市售米相較，品質及等級明顯區隔，銷售通路為之拓展。除超大型販店外，講究食材品質的餐廳或飯店也指定使用 CAS 食米產品，如此正面發展，進而嘉惠生產 CAS 食米之辛苦稻農，精進生產更優良的稻米，形成良性循環。

CAS 生鮮截切蔬果類產品分為截切蔬菜及截切水果產品，經行政院農業委員會及衛生署大力推動下，消費者在便利商店不難發現上述產品，舉凡生菜沙拉及組合切片水果等等，幫

助解決外食者蔬果攝取不足之問題。去（97）年申請新增產品驗證通過之漢光公司的「即食康生鮮截切生菜沙拉類」產品，其生產過程利用高壓蒸氣將蔬果的養份、水份、甜味完整保存，內容包含有提供人體醣類的根莖類蔬菜，如馬鈴薯、地瓜及芋頭等，及一般常見提供豐富纖維素之葉菜類及花果類蔬菜，正式加入健康代用餐消費市場，為目前該產業之創新發展指標。

97年新驗證通過之其他CAS產品方面，僅就CAS水產品、CAS冷凍食品及CAS林產品做簡要介紹：CAS水產品方面，經由漁業署指導協助及推動，近年來申請驗證產品主要為魚鬆、冷凍鯛魚片及冷凍鯖魚片等產品。97年新驗證通過之CAS水產品當中最具突破性發展則屬正鑫水產加工

有限公司之冷凍烏魚子及冷凍虱目魚肚產品（詳細內容請見2008年12月第17期台灣優良農產品雙月報）。此突破性產品的問世，足可見業界廠商的



■ 盛發木醋液

努力，佐以CAS驗證制度之配合，不單只是消費者的福音，更讓整個產業向前邁進。

CAS冷凍食品產品中頗具特色產品為喜生食品工業股份有限公司的冷凍米漢堡，消費者不必因為想吃優質米漢堡得天天跑專賣店，現在只要從超市冷凍櫃購買回家，一經微波復熱，即刻即可享用美味的產品，廣受消費者好評。

另外，CAS林產品類驗證之盛發企業工廠所生產的木酢液產品同樣也值得推薦，木酢液與竹酢液一樣同樣具有除臭、防腐及抑菌效果，以往CAS林產品類主要為竹炭及竹酢液之產品驗證，藉由通過CAS驗證之木酢液，預期將使林產品產業更為發展。

綜上淺談97年CAS新驗證通過較具代表性之產品，約略可看出食品產業發展之端倪，以衛生安全及方便性產品為發展主軸，食品生產加工技術蒸蒸日上，這是久為大眾所公認的，從產品的發展到申請CAS驗證，不外乎可看出生產CAS產品之廠商對於食品產業之熱誠與用心，加以CAS驗證制度之配合及落實執行，生產CAS產品使食品產業發展更臻完善，並增進農業作物之附加價值，以便利性及多樣化產品的呈現，提供消費者更新更方便的消費體驗。 



■ 壽豐鄉農會截切蔬菜

使用 CAS 標章廠商及產品項數

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	71	3,694
02	冷凍食品	45	622
03	果蔬汁	5	17
04	食米	19	43
05	醃漬蔬果	8	73
06	即食餐食	23	593
07	冷藏調理食品	10	120
08	生鮮食用菇	2	9
09	釀造食品	5	126
10	點心食品	16	136
11	蛋品	24	69
12	生鮮截切蔬果	24	93
13	水產品	33	178
16	林產品	8	75
合 計		293	5,848

製表：98.1.31

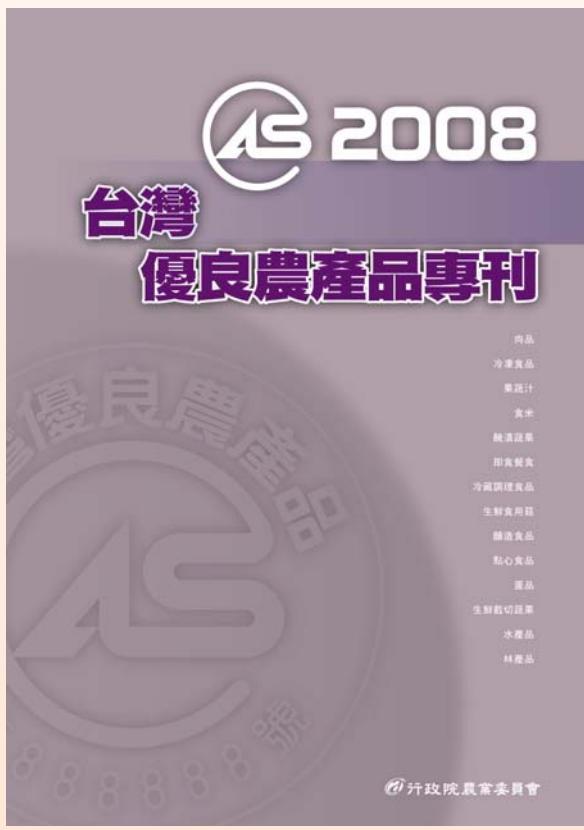
98年1月至2月CAS新簽約廠商

類別	廠商名稱	產品項目	產品編號
肉品	高津食品股份有限公司	培根	018810
		紹興香腸	018820
		蒜味香腸	018821
		原味香腸	018822
		維也納香腸	018831
		德式香腸	018832
		大熱狗	018833
		中熱狗	018834
		小熱狗	018835
		黑胡椒火腿	018841
		里肌火腿片	018842
		火腿片	018843
		火腿	018844
		原味火腿	018845
		火腿丁	018846
		里肌火腿	018847
		漢堡	018851
		肉排	018852
		爌肉	018853
		德國豬腳	018854
冷藏調理食品	晉欣食品股份有限公司	冷藏大份量涼麵	072001
		冷藏超大份量肉醬義大利麵	072002
		冷藏大份量鹽水意麵	072003
		冷藏火腿蛋炒飯	072004
		冷藏沙茶豬柳燴飯	072005
		冷藏淡水魚丸湯	072006
醃漬蔬果類	聖朝食品股份有限公司	阿里郎韓國泡菜	050901
水產品	裕國冷凍冷藏股份有限公司	裕國蜆精	134801
		綠川黃金蜆精	134802
水產品	展昇生鮮企業股份有限公司	冷凍油甘魚生品切割魚片	134701
		冷凍御師傅魚排	134702

製表：98.1.31

2008 CAS 台灣優良農產品專刊 現正發行中

推廣組／吳佩珊



■2008CAS台灣優良農產品專刊

行政院農業委員會為了確保國內農產品及農產加工食品的安全，自民國78年起推動CAS台灣優良農產品標章，藉由標章管理制度，輔導生產者

及以國產農產品為主要原料的製造廠商建立自主品保制度，提昇生產與製造水準，進而使國人對「台灣製造」的國產農產食建立消費信心。自78年發展迄今，「CAS台灣優良農產品標章」確實達成安定農民收益、促進國內農水畜產業穩定成長，以及保障消費者飲食安全的多重施政目標。

「2008CAS台灣優良農產品專刊」彙整了最完整之CAS標章介紹、推行成果及現況、各類產品生產流程介紹以及CAS驗證廠商相關資訊，可提供業界最具權威性之參考指標，本書每本售價新台幣500元，平裝附光碟片，欲購請至政府出版品展售中心購買或利用郵政劃撥，劃撥帳號15417497，戶名：財團法人台灣優良農產品發展協會，並請於劃撥單上註明購買2008CAS台灣優良農產品專刊，並註明寄送收件人姓名、電話與地址。

使用消費券購買 CAS優良農產品 聰明消費最健康

推廣組／洪美英

對抗不景氣，政府提出 3,600 消費券政策，並於 98 年 1 月 18 日正式上路，根據 TVBS 在 97 年 12 月 24、25 曆晚間所做的民調顯示（電話隨機抽樣 1,019 位 12 歲以上民衆，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為正負 3.1 個百分點），其中超過半數的人，已經決定要如何使用消費券了；且有 53% 的人表示會加碼消費，如此一來，大約會有 1,180 億的消費券市場商機，因此吸引各行各業無不積極推出各式消費券消費專案來搶食此一大商機。民調中也顯示約有 42% 的民衆說要買民生用

品，也就是說大多數的消費方向還是以生活必須品為主，行政院農業委員會為促進國產農產品之消費，特別設立「農情好禮 消費券採購站」（網址：<http://3600.coa.gov.tw/>），鼓勵國人使用消費券購買台灣農產品，包括農、畜、漁產品及伴手禮盒等類別，總計超過 160 項的農產品可在該網站直接以消費券用優惠的價格訂購，其中筆者更推薦大家上網選購時，選擇以下通過 CAS 驗證的台灣優良農產品，不但產品符合衛生安全，品質更是掛保證！

南投縣信義鄉農會紫蘇梅



經純正傳統工法加工完成，不添加任何人工甘味料及色素。

原價 299 元，消費券特價 250 元（950g／盒）

東港區漁會旗魚鬆

採用嚴選之新鮮旗魚肉加工調味、烘製拌炒而成，絕不添加任何人工甘味色素及化學藥物。

原價 310 元，消費券特價 300 元（250g／罐，每盒 2 罐）



祐全公司蒲燒鰻

風味獨特、口感綿密。原價 750 元，消費券特價 700 元（1 公斤／盒）



鑫龍公司 「年年有餘」鹽鯖魚片

原價 550 元，消費券特價 500 元（每盒 12~14 尾）

正鑫公司生產之海峽牌極品烏魚子

以台灣本產海水養殖之烏魚卵為原料，古法製作，保留傳統風味。原價 1,200 元，消費券特價 1,000 元



金春勝公司老船長魚罐

公司熱賣 30 年之老品牌，現今推出綜合禮盒，內含 10 種不同口味的老船長魚罐頭，一箱就可嚐到多樣口味。

原價 700 元（2 箱，10 罐／箱），
消費券特價 600 元

凱馨冷凍真空收縮土雞組

每組 12 隻，凱馨從種雞選擇、孵化至飼養為成雞，皆遵守專業一貫化的飼養培育方式。

原價 4,320 元，消費券特價 3,600 元（2.4kg／隻／6 隻／2／箱）



富統公司典饌臻味禮盒

內含富統培根、日式哈壹、三明治火腿、小熱狗、胡椒腿肉、大熱狗等精緻調理肉品。

原價 820 元，消費券特價 738 元

嘉一香罐裝禮盒

採用上選 CAS 豬後腿肉為原料，100% 不加豆粉的嘉一香罐裝禮盒，內有原味肉酥 220g／罐、肉角燒 350g／罐、肉絲條 220g／罐。



在此也要特別提醒讀者，使用消費券訂購產品時，大多採用貨到付款，由於消費券不找零，不足額必須以收取現金的方式付費。此外，若是大量採購，多數廠商均有一定金額以上運費減免的優惠方案，購買前可先

電話洽詢廠商或上網查詢相關資訊，新年開春，祝福大家省了荷包買到健康！

以下幾款產品之相關資料，敬請讀者直接洽購。 ↗

黑橋牌香腸

購買方式及價格逕洽各門市或洽詢

電話：06-261-4186



美元金字塔提盒



購買方式

1. 門市：台北市萬華區莒光路 297 號

2. 電話：02-23062407 或 03-9283957

原價 250 元 消費券特價 200 元



穀盛和風沙拉系列產品

購買方式

1. 電話：05-2204911 洽許明德經理

2. 網路訂購：<http://www.kokumori.com.tw/>

原價 90 元／瓶，消費券特價 1,000 元／12 瓶/箱



嘉義大埔竹炭禮盒

內容物

竹炭片 60g、精油香皂各 100g、竹炭除臭包 100g、竹醋液 100cc)

購買方式

電話：05-2521229

原價 560 元，消費券優惠價 500 元

經濟又實惠的 「CAS 團購新主張」開跑囉

推廣組／張雅婷

「團購」顧名思義為集合多數人一起購買大量商品，達到以量制價互蒙其利的效果。面對金融風暴，利用團購幫自己省下荷包，無疑是消費者聰明的消費選擇之一，因此近來有越來越多的學生、上班族或家庭主婦等透過這樣的方式採買商品。但是要如何集合衆人一起購買某一件商品，在科技進步的時代裡，24小時網路資訊系統加上宅配到府的服務，提供了良好的消費管道。消費者只要上網，即可訂購產品，甚至跟不認識的人一起合購產品，所購買的產品也能依自己的需求取貨，更能以量制價為自己的荷包省下不少錢，這就「團購」的魅力所在。而「團購」也是許多廠商所樂見的一種消費方式，因為一定數量自同一配送地的出貨，不僅可以節省中間的運輸成本，且「團購消費」是一種回購率很高的消費行為，因此也為廠商開發出另一種不錯的行銷方式。

為了讓廣大消費者能夠享用到新鮮優質的 CAS 台灣優良農產品，CAS 驗證廠商也開始推動優惠團購方案，只要買到一定價格或數量即可免費運

送到府，讓消費者不僅享受美食，更能買的安心、吃的放心。因此自本期開始，本雙月報將開闢「團購新主張」單元，陸續介紹 CAS 產品團購的好康訊息與讀者分享，以下茲介紹 2 家 CAS 廠商所推出團購產品：

一、臺灣菸酒股份有限公司 (以下簡稱臺酒)

臺酒一推出後即熱賣的暢銷商品之一是臺酒的紅麴豬腳。在製作過程因添加具有芬芳甘甜特色的紅麴，及精心調配的醬料醃漬，再以小火慢慢的滷製，使紅麴的特色及調配得宜的醃漬液，充份滲入豬腳，滷製後外觀色澤呈現鮮紅豔麗，嚐起來不油、不膩，韌性有嚼勁中又有帶 QQ 的口感。

繼紅麴豬腳之後，臺酒所推出的紅麴貢丸也頗受消費大眾喜愛。紅麴貢丸係採用富有彈性的後腿豬肉為原料，



■臺酒團購產品：紅麴豬腳

加入紅麴，依據中國傳統製法所煉製而成，氣味芬芳口感香、Q、脆，生產過程特別注重品質安全及衛生，不論是居家料理、野外烤肉或是煮火鍋皆十分適合。



■臺酒團購產品：紅麴貢丸

二、禎祥食品工業股份有限公司 (以下簡稱禎祥)

禎祥推出之常溫精緻料理系列產品近來在市場上反應十分熱烈，其中養生針菇雞產品是用鹿野土雞及秀珍菇、柳松菇、洋菇、人蔘及天麻等數種珍貴中藥材精心調理而成；還有韓式人蔘雞，也是用鹿野土雞，並加入長糯米、生人蔘及紅棗等珍貴食材，精心調理而成，呈現正宗韓國風味，味道甘醇香厚，湯鮮味美。且禎祥運用最新食品科技設備調理加工，並以日本進口之多層次100%密封保鮮包包裝，再經高溫高壓完全殺菌，絕無添加防腐劑，室溫保存即可安全存放一年時間，是您方便衛生的優質選擇。

以上所介紹2家廠商所推出的團

購產品，是否讓您心動了呢？是不是正在疑惑要如何訂購呢？以下的資訊提供給您參考：

臺灣菸酒股份有限公司

(紅麴豬腳、紅麴貢丸)

產品規格

紅麴貢丸：1斤／包；2斤／盒

紅麴豬腳：1斤／盒

(產品售價依營業據點實際售價為準)

運費說明

消費金額滿1,500元以上免運費，未滿1,500元運費則自行負擔。

訂購方式

【以電話或傳真方式訂購】→【填寫訂購單】→【至最近之郵局或金融機構繳款】→【傳真付款收據】→【服務人員回電確認】→【宅配收貨】

消費者免付費服務電話

0800-231422

網址：www.ttl.com.tw

禎祥食品工業股份有限公司

產品規格

養生珍菇雞2.5kg／盒

原價：650元；特價：550元

韓式人蔘雞3.5kg／盒

原價：650元；特價：550元

(限團購才能享有優惠價)

運費說明

消費金額1,999元以下酌收運費140元、2,000-5,999元免運費、6,000元以上免運費外加95折優惠。

訂購方式：網路及電話

(網站可查詢及下載團購訂購單)



■ 資祥團購產品：韓式人蔘雞



■ 資祥團購產品：養生珍菇雞

訂購聯絡方式

業務聯絡人：莊志成

電話：05-3692211#258

傳真：05-3692692

訂貨聯絡人：謝佳家

電話：05-3692211#262

消費者免付費服務電話：

0800-016288

網址：www.chenhsiang.com

除了以上所為您介紹的 2 家廠商及產品，如果想了解更多有關 CAS 台灣優良農產品的資訊，歡迎至 CAS 網站查詢，網址：www.cas.org.tw，祝大家在新的一年事事順心、平安健康，牛年行大運！

CAS台灣優良林產品 「剪標章 我送禮」抽獎活動熱烈展開

推廣組／吳佩珊

行政院農業委員會林務局為鼓勵民衆多多選用 CAS 台灣優良林產品，即日起至 2 月 28 日止（以郵戳為憑），舉辦「剪標章 我送禮」抽獎活動，您只要剪下 CAS 台灣優良林產品上之 CAS 標章 1 枚貼在明信片上，填妥姓名、電話及地址等，郵寄至「100 台北郵政 5-212 號信箱【CAS 活動小組】收」即可參加抽獎，獎項相當豐富，包括 CAS 竹炭被、CAS 竹炭健康枕、CAS 竹炭杯或 CAS 竹炭布偶等台灣優良林產品等。

幸運得獎名單預定於 3 月初在本協會公開抽出，，名單並將公布於本協會網站 (<http://www.cas.org.tw>)，歡迎大家踴躍參加。



從冬至到元宵 團圓圓過好年

企劃組／莊佳燕

相信每個人都知道，「冬至」是24節氣之一，不過，考考大家一個小問題，「冬至」是一年之中的哪一天呢？有人說不一定、有人說看陰曆、也有人翻起農民曆來了。其實，冬至日代表的是白晝最短，黑夜最長的這一天，其關鍵在於太陽，而不是月亮，以此類推，「冬至」遵循的是陽曆，而不是陰曆，因此冬至的日期，通常都固定座落於每年的12月22日或其前後1日。同時「冬至」節氣也是計算24節氣的起點，傳統上是僅次於新年的重要節日，民間有句話說：「冬至大如年」，意指冬至的禮俗如同過新年春節一樣隆重，每年此時，家家戶戶團圓吃湯圓也成了重要的習俗之一。

除了冬至，還有一個團圓吃湯圓的重要節日，就是小孩子最愛的元宵節。元宵節亦稱為上元節、小正月或燈節，大約自宋朝開始，中國人元宵節就已經吃湯圓，起初人們把這種食物叫浮圓子，後來又叫湯糰或湯圓，明朝永樂年間才正式定名為「元宵」。湯圓由於與「團圓」讀音相近，取團圓之意，每逢冬至或元宵節，全家圍爐吃湯圓就象徵著一家人團團圓圓，

像是祈願一家幸福的儀式，也是一項寄託全家和樂融融的習俗。

湯圓食用方式廣泛，不論是水煮、油炸、拔絲、煎、蒸或烤皆可，一般常見的湯圓，像包著甜鹹餡料的大湯圓，或是無餡的小湯圓，依照各人喜好不同有諸多選擇，但唯一必吃的相同口味就是衛生安全，購買湯圓時應該要注意產品的包裝及標示，尤其散裝湯圓偶爾會有「防腐湯圓」的情形發生，建議購買時選擇知名廠牌或具有品質保證的包裝湯圓，像是通過CAS驗證的慶鐘佳味食品股份有限公司，或是市面上較常見的如桂冠、義美、龍鳳等各式湯圓，不論鹹的冷凍鮮肉湯圓，或是嗜甜的人選擇冷凍花生或芝麻湯圓，挑選好產品，吃出好品質，才能確保吃得安心又健康。

另外要小小提醒大家，花生或芝麻等傳統口味的包餡湯圓，4顆熱量約有280大卡，等於吃進一碗白飯，而無餡的小湯圓10顆就相當於1/4碗得白飯，快樂團圓歡聚吃湯圓的同時，除了要注意不要吃過量外，可再搭配適量的蔬菜、水果等一起食用，營養均衡也更健康噢！也祝福大家新年團圓圓過好年。 

日本蛋品考察心得分享



■日本蛋品考察團合影

為提昇我國蛋品產業之製造水準，提高國內蛋品品質及雞蛋之加工附加價值，台灣優良蛋品發展協會特別邀請國內蛋商公會、蛋雞設備生產廠商及國內學者專家共31人，並由顏瑞坤理事長擔任團長，於97年11月17日至23日，赴日本關西地區考察洗選雞蛋設備、包裝及雞蛋加工品現況。

日本關西地區，包括大阪、京都、神戶、廣島及四國等，近年來不斷的進行相關建設，是一個相當優美的地區，除了乾淨外，店面賣的物品皆誠實標價清楚，美中不足處為價格較為台北的貴3倍。日本表現出之誠實、禮貌及守法，令人欣佩，值得我們學習，現在不景氣時候，誠實應是國人之核心價值。

此次考察之廠商包括：

- 一、NABEL公司京都總部：該公司主要產品為雞蛋洗選、分級、包裝機械及非破壞性的雞蛋品質檢查設備。
- 二、Cupid美乃滋公司：該公司自

驗證組／蔡弘聰

1925年生產販賣蛋黃醬以來，具有獨特的口感和質地的「Cupid 傳統蛋黃醬」就成為日本最受消費者喜愛的蛋黃醬。該公司並配合現代化重視健康的消費需求，生產低熱量、零膽固醇和特殊保健用美乃滋，產品種類多樣化。

三、Daily Egg洗選蛋工廠：該公司目前飼養蛋雞約100萬隻，為了避免雞隻受到感染，當日團員只能在車內參觀雞舍。該公司特別強調飼料原料嚴格控管、雞舍內空氣換氣量、雞舍的清洗與消毒作業，同時研發於飼料中添加益生菌或特殊營養素等，就是為了要生產健康安全的雞蛋，提供消費大眾食用。

四、頃末雞蛋株式會社洗選蛋工廠：該公司特別值得一提的是該公司的行銷方式。正當國內洗選蛋業者常因市



■精美鮮蛋小包裝



■日本溫泉蛋之不同產品包裝



■雞蛋洗淨後整齊出列

蛋的產銷問題，值得國內業者借鏡。

本次考察筆者發現，日本蛋品產業積極開發高附加價值及有健康性之產品，以滿足消費者需求。例如於飼料中添加益生菌或特殊營養素，藉此成功提高產品附加價值；或利用先進科技改善生產條件和製程，不但節省人力還可提高洗選蛋品質，頗值得國內業者借鏡。除此之外，日本的洗選蛋業者亦非常重視品質管理，為了能快速測定雞蛋的豪氏單位（Haugh Unit）、蛋的重量、蛋殼強度、蛋殼厚度、蛋黃顏色、蛋黃係數等數據所開發的「雞蛋品質測定儀」，可以立即印表列出，此項功能對於國內CAS洗選蛋工廠的現場自主性品質管理有很大的幫助。

此外，日本雞蛋加工業者對消費需求非常重視，不但努力開發低熱量、零膽固醇和特殊保健用高價值雞

場需求的不同，不知要如何處理過大的蛋或過小的蛋之問題時，該公司卻反其道而行，將52公克到76公克的大小鮮蛋混合包裝一起販售，並於包裝上標明「混合包裝蛋」，有效解決了大小

蛋加工品，更強調包裝型態之實用性及美感、品牌文化之建立，甚至於宣導及品質提升等方面之落實。當然，除了產品的健康及包裝之美觀之外，產品的原料更是重要。在這方面，日本的雞蛋生產業者與加工業者之間的關係也建立在同一個共識上，日本的雞蛋生產業者不斷改進飼養管理技術，推動防疫觀念，同時，對於雞舍構造的改善、飼養管理機械器具的開發，以及雞群生產能力的提昇等均非常敬業。他們深知要提高整體雞蛋產業競爭力，面對國際貿易自由化帶來的衝擊，唯有產、製、銷三方面的密切配合，才能成功。

參訪了日本的雞蛋產業後，回頭看看我國雞蛋的消費市場，根據調查顯示，國人年平均消費雞蛋約275粒，而日本人年平均消費雞蛋為320粒；有關蛋雞的產能方面，我國產蛋雞一年可生產256粒，日本蛋雞則為286粒，我國雞蛋生產效能約為日本之80.33%，顯示我國的蛋雞產能仍有提升之空間。

藉由參訪不同國家之食品產業經營型態，可作為我國產業之參考與學習，並藉由相關業者間之共同參與參訪活動，建立溝通之管道，擴大CAS驗證之服務層面，提升CAS產品之品質與更確保安全。目前不景氣時候，除利用此時間休息一下外，休息是為走更遠的道路，並宜多參與各項活動，增加知識之提升，以便迎接知識經濟新時代的來到。 ↗

97年11～12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	971127	消費者來電詢問：在協會網站上看到CAS年菜系列產品之介紹，想要買來吃看看，可否請協會代為訂購，還是要直接跟廠商購買？	已於電話中回覆，主要內容：請消費者直接參考網頁內之資料逕洽廠商選購。CAS網站 http://www.cas.org.tw
2	971128	消費者來電詢問：CAS水產品驗證的種類有哪些？	已於11月28日以電子郵件回覆，主要內容：CAS水產品驗證產品種類包括：超低溫冷凍水產品、冷凍水產品、冷藏水產品、罐製水產品及乾製水產品等5類。
3	971128	消費者來信詢問：竹炭片是否可以放在電子鍋裡一起煮飯嗎？	已於11月28日以電子郵件回覆，主要內容：CAS驗證之竹炭片是可以放入電子鍋中一起煮飯的，但使用方法如下：1. 使用前先用清水刷洗表面，不要使用清潔劑，以免竹炭吸附清潔劑，造成污染。2. 置於容器中，用清水煮沸約5~10分鐘，取出後自然晾乾後，即可置於鍋中和米飯同時烹煮。3. 使用後可再清洗、晾乾後，重複使用。4. 若效果減少時，應更換竹炭，再依前述步驟使用。5. 沐換後的竹炭，也可打碎後鋪再盆栽上層，具有良好的保水效果；也可以與土壤共同攪合，作為土壤改良物。
4	971204	消費者來信詢問：通過CAS驗證土雞之廠商有那些？	已於12月5日以電子郵件回覆，主要內容：CAS驗證土雞品項的廠商有以下：1. 超秦企業股份有限公司，電話：03-3411111。2. 農生企業股份有限公司，電話：08-7753131。3. 振聲冷凍食品股份有限公司，電話：08-7933121。4. 興中台股份有限公司，電話：04-8927800。5. 東豪冷凍食品股份有限公司，電話：05-5971135。6. 立蜂實業有限公司，電話：08-7075575。7. 凱馨實業股份有限公司，電話：05-5347888。8. 東峰股份有限公司，電話：05-5570757。
5	971205	消費者來信詢問：日前買到一盒彥廷CAS鮮採黑木耳，與一般市售木耳很不一樣，是新鮮沒有泡過水的木耳，品質很好，請問除了好市多之外，台北市還可以在哪裡買得到？	已於電話中回覆，主要內容：民衆所購買到的彥廷鮮採黑木耳可在大潤發量販店、愛買量販店及全聯社購得。
6	971205	消費者來信詢問：我之前在松山菸廠的活動中在攤位上有兌換到CAS的雞蛋，請問要在哪裡可以買到？可否有便宜的價位可提供？	已於12月9日以電子郵件回覆，主要內容：民衆所兌換到的雞蛋是由隆昌牧場所生產之CAS鮮力蛋，建議可至頂好生鮮超市選購，若要大量訂購則請撥04-8870858向隆昌牧場進一步洽詢。
7	971205	民衆來信詢問事項如下：我是CAS產品的愛用者，印象中CAS好像是以冷凍豬肉為最有名，之前經常會看到CAS的廣告，不知為何近年來似乎看不到CAS宣傳的廣告了，有通過CAS驗證的產品好像在便利商店內也不易發現，是不是能夠讓CAS產品在販賣處自成一區呢？	已於12月9日以電子郵件回覆，主要內容：1. 在便利商店中常見的CAS產品有三角飯糰、手捲及便當等即食餐食或冷藏調理食品類的涼麵，以上產品一般都陳列於店內之18°C鮮食產品區及4°C櫃中販售。2. CAS產品在販賣處自成一區的建議，未來在推廣工作上會納入考量。 另外有關CAS宣導廣告部份，因CAS標章之媒體宣導以平面、廣播媒體為主，其他宣導工作則多以辦理與民衆面對面接觸之實體活動，未來如有足夠之經費會將民衆的建議納入規劃考量。

97年11～12月消費者服務中心受理民衆紀錄（續前頁）

項次	日期	消費者詢問事項	解答及處理結果
8	971205	民衆來信詢問事項如下：我是個非常喜歡喝鮮乳的民衆，但是前一陣子的乳品危機讓我有點害怕，是否國內也有相同問題，不知道CAS為什麼沒有驗證鮮乳呢？	已於12月12日以電子郵件回覆，主要內容：有關國產鮮乳產品之管理，行政院農業委員會另有相關管理辦法，並以乳牛造型之鮮乳標章作為消費者選購鮮乳產品時辨識之依據。因此，建議您可選購貼有「行政院農業委員會」字樣的「鮮乳標章」之鮮乳產品。相關資訊可至行政院農業委員會網站 http://www.coa.gov.tw 或台灣乳品工業同業工會網站 http://www.dairy.org.tw/news/index.asp 查詢。
9	971206	消費者來信詢問事項如下：之前有在網站上看到你們有補助參觀CAS工廠的活動，可是設了一些申請的限制，想建議貴會明年是不是可以開放給更多的團體來申請，像是家長會代表這種的，我們雖然知道CAS有政府把關，可是如果能夠知道是怎麼幫我們把關的話，會更安心與感謝！不過，還是很謝謝你們的專家在幫我們監督食品安全，我現在都會注意是不是台灣製造和有沒有CAS標章喔！	已於12月11日以電子郵件回覆，主要內容：謝謝您的建議，我們會納入我們未來規劃相關活動之參考。
10	971206	消費者來信詢問：請問在哪裡可以買到有CAS驗證的雞蛋？	已於12月12日以電子郵件回覆，主要內容：CAS驗證之蛋品在全省各大賣場、生鮮超市和便利商店皆有販售。
11	971206	消費者來信詢問事項如下：前幾天在電視新聞看到有在介紹桃園的CAS吉園圃蔬菜，他說有用農藥，可是會安全採收，那我們去買來到底會不會吃到蔬菜裡面的農藥呢？請幫忙解惑一下！	已於12月16日以電子郵件回覆，主要內容：為鼓勵農民遵守農藥安全使用規定，行政院農業委員會因而設計安全蔬果「吉園圃」標章，所謂安全蔬果即農民依照「農藥安全使用規定」安全使用農藥，且蔬果檢驗結果符合衛生署公告之殘留農藥安全容許量，並經驗證後此類蔬果才能稱為CAS吉園圃蔬果，因此消費者可以放心選購。若想再進一步瞭解可至農委會農糧署網站 http://www.afa.gov.tw 查詢。 備註：CAS吉園圃標章已於98年起回歸原吉園圃標章。
12	971218	消費者來信詢問事項如下：我有看到正鑫冷凍烏魚子的報導，不知舖貨地點，還有販售地點多不多呢？價格是如何呢？台北市內哪裡買得到呢？	已於12月23日以電子郵件回覆，主要內容：正鑫水產公司目前尚無專賣門市，烏魚子都是由工廠直接出貨，市售價格約1,000元(200g/片倉運費)，如有任何疑問可撥打電話：05-3430477逕向該公司洽詢。
13	971219	消費者來信詢問：因為喜歡吃蜜餞，所以想要請問CAS蜜餞的原料是不是台灣的呢？	已於12月22日以電子郵件回覆，主要內容：CAS優良農產品具有以下的特點：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.包裝完整標示符合規定，因此CAS蜜餞相關產品主原料都是台灣在地農產品，歡迎多加選購有CAS標章之農產品，如有任何疑問歡迎來信或撥0800-025888諮詢。

CAS, 健康 Yes!





行政院農業委員會 輔導

發行人：陳幸浩

顧問：許天來・林子清・黃英豪
劉廷英・陳育信・翁榮洲

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・莊佳燕

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

E-mail：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

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。