

# 興大農業

53

認證標章專輯

中華民國九十四年六月






# 認識鮮乳標章

行政院農業委員會畜牧處／江文全 技正

## 一、鮮乳標章制度沿革及現況

### (一) 鮮乳標章沿革

行政院農業委員會（以下簡稱農委會）及前台灣省政府農林廳（以下簡稱農林廳）為國內乳業良性之發展及保障消費者權益，並鼓勵國產鮮乳之產銷，於 75 年起推動鮮乳標章之輔導制度。當時，由農委會於 75 年 7 月 12 日以農牧字 47916 號函核定農林廳所送之「鮮乳標章核發使用要點」，並由農林廳依據商標法規定，向前經濟部中央標準局註冊，並經該局於 75 年 2 月 1 日核准註冊號為 27850 號，圖樣為之「台灣省政府農林廳服務標章」（即所稱之鮮乳標章），並於當年配合施行多年的廠農生乳契約制度，開始輔導鮮乳製造業者於產製之國產鮮乳產品黏貼鮮乳標章。鮮乳標章輔導應為國內農政單位最早推動且迄今尚在辦理之標章制度。

推動迄今近 20 年間，為強化管理機制及因應乳業及消費環境的變化，「鮮乳標章核發使用要點」分別於 81 年、84 年、88 年及 91 年修訂相關規定，同時，88 年為配合台灣省政府組織調整及商標法之修正，該標章移轉登記為行政院農業委員會所有，並將正式註冊之名稱改為「行政院農業委員會標章」。

### (二) 鮮乳標章推動現況

鮮乳標章之制度歷經產、官、學各界的落實推動及大力的宣導，消費者的認知率及

認同率極高，該標章之標示已為消費者選購鮮乳的重要依據，也由於消費者的高度認同，鮮乳生產業者參加鮮乳標章之輔導意願很高，截至 94 年 2 月底，計有 19 家乳廠（詳如表 1）參加鮮乳標章之輔導，該等廠商生產之鮮乳佔國內鮮乳產量高達 96% 以上，每年核發標章量約為 2.9 億枚，農委會每年均編列廣告宣導經費，透過各種管道宣導。

表 1 截至 94 年 2 月底參加鮮乳標章輔導之廠商

編號	乳品工廠名稱
1	味全食品工業股份有限公司
2	統一企業股份有限公司
3	光泉牧場股份有限公司
4	義美食品股份有限公司
5	臺灣省農會鮮乳加工廠
6	苗栗縣農會酪農鮮乳加工廠
7	佳格食品股份有限公司
8	愛如蜜食品工業股份有限公司
9	國信食品股份有限公司
10	土地銀行初鹿示範牧場
11	東海大學實習農場牛乳加工廠
12	牛農股份有限公司
13	竹臨食品股份有限公司
14	四方乳品工業股份有限公司
15	施干有限公司鮮乳廠
16	銘祥食品股份有限公司
17	養樂多股份有限公司
18	大成食品股份有限公司
19	益生多食品企業有限公司

註：編號係按參與輔導之時間順序排列。



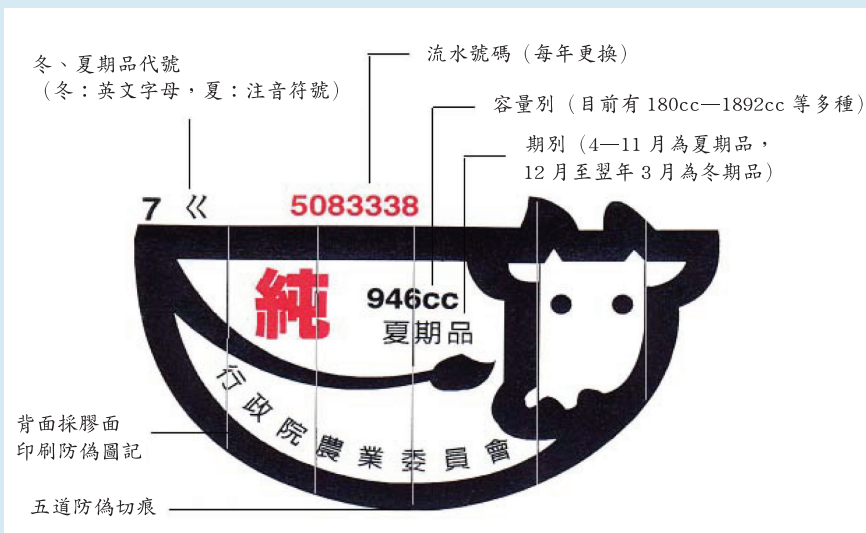


## 二、鮮乳標章大解密--認識鮮乳標章

### (一)鮮乳標章圖樣設計

目前鮮乳產品黏貼之鮮乳標章實體圖樣如附圖。以墨黑色牛型圖樣及紅色「純」字

所構成，並標示出「行政院農業委員會」字樣、容量規格、產期及識別流水編號。並以背面膠面防衛印刷圖記及 5 道防偽切痕設計，防範重複黏貼及偽造。所有的鮮乳標章均由財政部印刷廠印製，並由農委會控管核發。



### (二)鮮乳標章標示及編號

#### 1. 容量別

目前標章按黏貼的鮮乳產品容量不同，計有 9 種，分別為前有「1代」（小於 200cc 者）、200cc、230cc、340cc、500cc、946cc、1892cc、2800cc 及「代」（大於 2800cc 者），前開規格分別於鮮乳標章上印製，消費者選購可就產品上之鮮乳標章所標示之容量與產品實際核對。

#### 2. 期別

鮮乳標章按生產季節分別標示「夏期品」及「冬期品」字樣，每年 4 至 11 月為夏期品，12 月至翌年 3 月為冬期品，農委會核發之鮮乳標章係按月核發，消費者選購亦可按選購時之月別認明鮮乳產品之鮮乳標章標示。

#### 3. 編號

鮮乳標章之編號分成左上角墨黑色文字及置中紅色標號兩部分：範例  $\boxed{5} \ll 3061081$

- (1) 左上角文字：第 1、2 位為印製順序，以 1-12 流水編列（範例中  $\boxed{5}$  即為印製之第 5 枚）；第 3 位（範例中  $\ll$ ）則是冬期品以英文字母、夏期以注音符號文字表示，並按不同容量別編碼。
- (2) 置中編號：置中之紅色編號以 7 位數字編號，第 1 位數字為標章印製年別，第 2 位為期別標示（夏期品 0、冬期品 1），第 3 位為容量別（由代、200cc、230cc.....等依序編為 1.2.3...），第 4 至 7 位為印製流水碼（供作核發管理用）。相關編號詳如表 2。





表 2 鮮乳標章編號分類

cc別	代	200	230	340	500	946	1892	2800
冬期代號	A	C	E	G	H	I	M	Q
	11	12	13	14	15	16	18	19
夏期代號	ㄅ	ㄇ	ㄨ	ㄜ	ㄝ	ㄨㄨ	ㄨ<	ㄨㄣ
	01	02	03	04	05	06	08	09

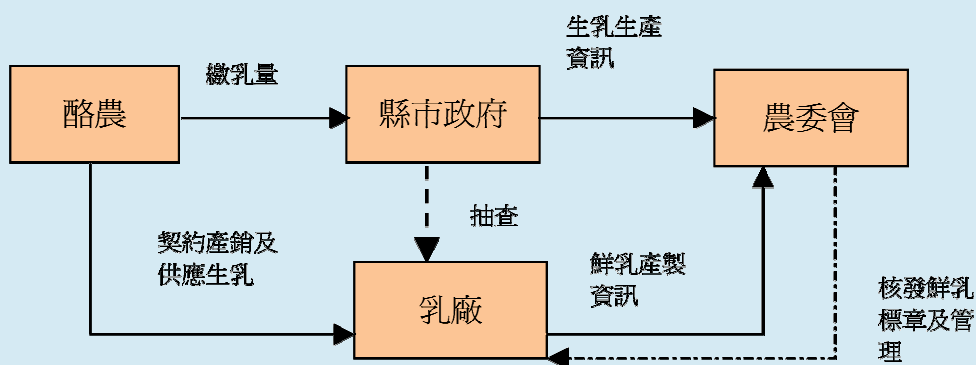
範例：3 0 6 1 0 8 1，即表示 93 年印製夏期、容量 946cc 之鮮乳標章。

### 三、鮮乳標章核發及管理機制

鮮乳標章之輔導及核發係依據「鮮乳標

章核發使用要點」之規定辦理，茲將基本架構、申請廠商資格、核發程序及管理措施分敘如下：

#### (一)鮮乳標章基本管理架構



#### (二)申請廠商資格：

以使用國產生乳為原料，領有乳品工廠登記證之鮮乳製造業者或領有公司登記證有契約生乳來源委託領有乳品工廠登記證製造之銷售業者，申請廠商不包括自產自銷者。申請輔導之廠商需檢具相關文件，並經農委會審查及市售產品之逢機抽驗及品質監控，符合規定者方能成為輔導之廠商。

#### (三)標章核發程序：

1. 鮮乳標章核發之基本架構，係以乳廠實際收乳及鮮乳產銷量，按月由農委會核發。
2. 業者第一次請領標章應預估當（冬、

夏）期各月份生乳使用量及產製鮮乳與其他乳品詳列不同容量別之數量報農委會核發一個月內之標章貼紙。另產品容量別有增減時，需於變更前一個月報農委會核備。

3. 業者第二次起續領標章貼紙時應檢附前期各月份實際使用生乳量及產製各類鮮乳、其他乳品容量別等數據資料送農委會，以便與縣市政府函報資料核對。前次核發之標章貼紙如有超發，則自當次申請數量中扣除；反之，業者因原料生乳量增加，原申請標章貼紙不敷使用時，應提出具體證明資料以憑加發，如有結存數量應向農委會備案。





4. 目前核發各乳廠鮮乳標章比例原則，冬期品以不超過契約收生乳數量的 85% 為上限、夏期品以不超過契約收生乳數量的 90% 為上限。相關產銷資料之勾稽，農委會係以「草食家畜產銷資訊系統」管理。

#### (四) 管理及監控措施

1. 領用標章之管理：業者對領用之標章貼紙不得私自提供其他業者使用且應妥為保管，並填寫標章領用管理簿（如附件二）確實記錄領用情形以備查核，遺失概不補發。但因不可抗拒之原因導致不堪使用或毀損者，不受此限。
2. 標章黏貼規範：核准使用鮮乳標章之業者，其所產製之各容量鮮乳，每瓶（盒）鮮乳均須按季節、適用容量別粘貼標章貼紙一張。
3. 行政管理：
  - (1) 農委會及各縣市政府不定期抽查乳廠及

酪農產銷資料及鮮乳標章使用紀錄。

- (2) 農委會分別委託畜產試驗所及財團法人中央產會，抽驗市售鮮乳品質及藥物殘留。
- (3) 相關違規事項依違反情節程度處以警告或停止使用之處份。

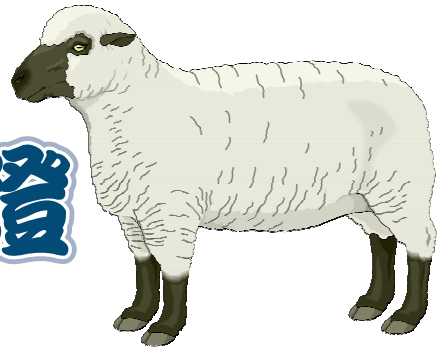
#### 四、結語

鮮乳標章推動迄今將屆 20 年，該項制度之設計係考量鮮乳及還原乳檢驗技術之精確度尚無法絕對判準，所以農政單位以即有之酪農及乳廠契約產銷制度，及衛生法令有關成分與標示之規範，建構以按乳廠收購生乳量比例核發之「鮮乳標章」制度，推動多年來之成果相當顯著。消費者購買鮮乳對認明「鮮乳標章」，有高度的認同及支持。該項制度持續就乳業發展及消費者角度，與刻正研訂之 CAS 鮮乳認證標準整合。相信對國內消費者權益之保障，將有更深遠的幫助。





# 羊乳標章認證



國立中興大學應用經濟系／黃琮琪 主任

「羊乳」隸屬健康概念乳品，在台灣以獨特的「宅配」市場立基且歷史悠久，卻在民國 89 年面臨羊乳品質整頓的迫切需要。民國 89 年 2 月起，在台灣開始推動「羊乳標章」的認證，揭開了「優質羊乳」（Good Goat's Milk, GGM）的市場序幕，並由「中華民國養羊協會」（簡稱羊協）在民國 90 年 7 月取得經濟部智慧財產局頒發的「商標」註冊證，成為具認證用途之「羊乳標章」（圖 1）。經行政院農業委員會輔導執行羊乳品品質認證業務迄今，羊乳認證標章體系已步上正軌，對羊乳產業的正常與穩定發展頗具貢獻。

要了解「羊乳標章」的認證內涵功效，必須就「羊乳標章」之源起過程，認證與核發及監督與查核模式作成整體性的介紹，方能有清楚觀念，也免於誤解。

## 一、源起

「中華民國養羊協會」於民國 89 年 2 月結合十七位產官學專家成立「台灣羊乳推廣委員會」主導「羊乳標章」認證制度的推動。歷經 6 個月密集的「羊乳標章認證與核發作業研討會」，針對「標章認證使用要點」及「標章核發作業」進行公聽與研訂，完成了「業者申請 GGM 羊乳標章手冊」及「GGM 羊乳標章申請書表」。因「羊乳標章」的商標註冊費時一年二個月，民國 90 年 7 月取得專用十年後，於同年 10 月終於開始了「羊乳標章」的認證業務。

十七位產官學專家代表所組成的「台灣羊乳推廣委員會」全權負責「羊乳標章」認證作業之研訂與推動，並由商標所有權者-「中華民國養羊協會」執行之，確立了標章成功的基礎。目前，十七位委員之中，有三位學界代表（原有一位為官方代表）、三位試驗輔導單位代表（含中央畜產會代表）、五位廠商代表、五位酪農代表及「中華民國養羊協會」理事長為當然代表。該委員會「主任委員」由不具商業利害關係之學界（中立之第三者）代表擔任之，委員會開會過程必須不斷地謀合廠農的利益分配，並以消費者權益保護為最高指導原則。



圖 1 中華民國養羊協會 GGM 羊乳標章 (Good Goat's Milk)



非主管政府單位核放商標之「羊乳標章」認證的成功，除了要歸功於行政院農業委員會之輔導意願外，遊說羊乳廠商參與認證並繳交標章貼紙「捐助金」為另一重要里程碑。市佔率高達 60%以上三大廠商的率先參與，開啓了「羊乳標章」認證的首頁，也決定了「國產羊乳」產業邁往「優質羊乳」發展的新方向。民國 90 年 9 月以前申請加入本標章認證者，得免除基本捐助金與保證金共十萬元極具誘因，到 12 月初共有 13 家羊乳廠商通過認證（市佔率 90%），並貼上「羊乳標章」貼紙（圖 1）。該標章有防偽及區分廠商別設計，廠商每月取得標章需繳納捐助金，捐助金按每月產製量分為三級進行累減收費，年度收入超過 150 萬元，供作推廣「羊乳標章」用。

### 二、認證與核發

在「羊乳標章」的認證與核發制度中，

兼顧了「認證產品與對象」、「授權使用事項」、「核發標章規則」、「申請與核發標章流程」及「違規與核簽事項」，以確定標章認證對象範圍與標章管控內涵。「中華民國養羊協會羊乳標章認證使用要點」開宗明義條文中，即指出「為穩定乳羊產業，推廣誠信與衛生安全羊乳品，保障廠農與消費者權益，特訂定本要點」。可知，「羊乳標章」是以國內乳羊產業為對象，並且將羊乳品的原料與來源誠信及其安全衛生等品質特性推廣，視為該標章認證之首要目標。執行過程並須兼顧廠農及消費者權益之維護，則是要建立羊乳事業生命共同體的架構。羊乳廠商可自由申請加入「羊乳標章」認證，且不被強制要求加入，但至今已有超過 90% 的合法廠商加入本標章認證，且認證標章發放的貼紙數量逐年成長中，也代表國產羊乳使用量的增加。

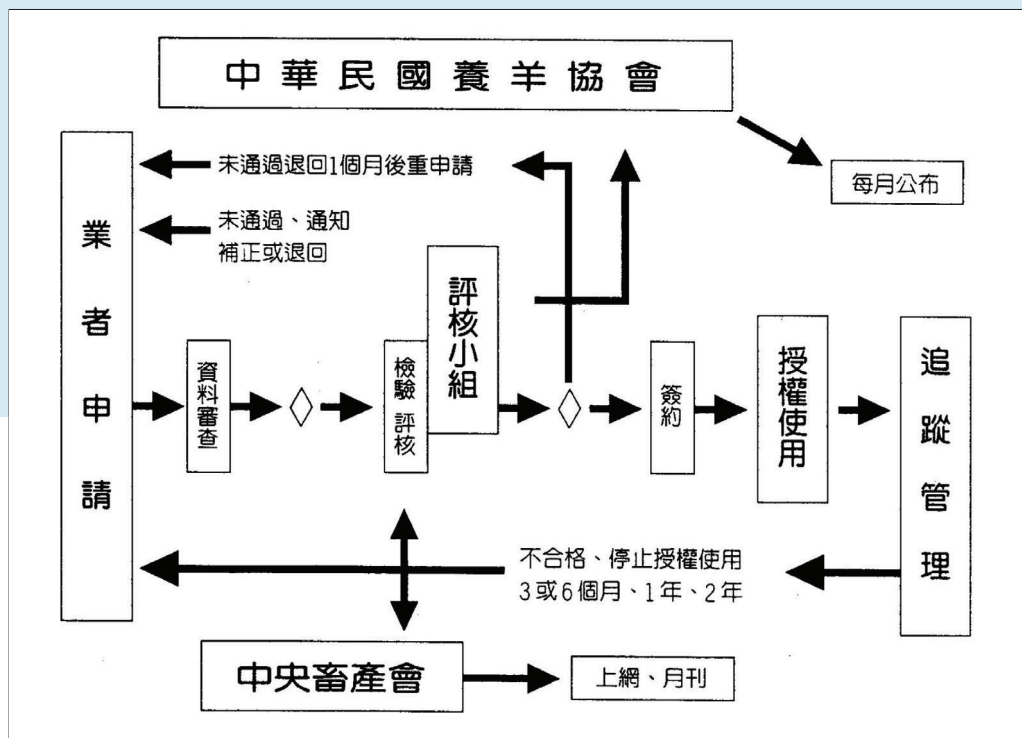


圖 2 羊乳標章申請使用與評核作業程序



廠商之羊乳產品要申請加入「羊乳標章」認證，必須經過申請與授權使用程序，即要經過「評核小組」檢核通過後，與「中華民國養羊協會」簽約授權使用該標章，並接受追蹤管理（圖2）。首先，參與認證廠商之國產羊乳產品必須符合成分及品質檢驗標準，才能通過評核進行簽約，被授權使用「羊乳標章」。其次，依據「中華民國養羊協會羊乳標章認證使用要點」，「羊乳標章」之使用是由羊協印製標章貼紙作為黏貼於認證羊乳品容器上，二年內未被取消使用權時，得再申請授權使用。業者並可印製「羊乳標章」於標示與宣傳資料上。當然，此標章使用的授權必須由業者每月繳交「捐助金」，來支援標章貼紙印製與管理維護及其他推廣認證羊乳品業務之使用，包括「羊乳標章」之「公共宣傳促銷」（Generic Promotion）如廣告與宣導。

「羊乳標章」貼紙之核發，基本上是以各廠商一個月需求量發放，採先申報核發後補足或扣減方式控管核發數量，以因應季節及廠商業務發展變化。核發依據以認證廠商所產製純鮮羊乳瓶數為主，調味羊乳品並不准黏貼羊乳標章，但該等產品同樣納入品質與標示檢驗範圍，以確定認證廠商製品全數被管控，以利完整的認證制度發展。

為支持國產「優質羊乳」產品市場的發展，農業主管單位行文教育部請求支持校園支持訂購認證羊乳品，獲得全國各中小學的共識，更促進了「羊乳標章」認證參與之直接利益。此外，政府主管單位支援「公共宣傳促銷」，並由羊乳標章捐助金配合辦理，更突顯本標章之效益。

### 三、監督與查核

羊乳標章的監督與查核由羊協、中興大學、嘉義大學及中央畜產會共同合作執行，

其執行方式與流程列於圖3中。中興大學負責運立末端消費監測點約25~35個，每個月針對認證廠商產品抽樣送羊協，再轉委由嘉義大學作成初步檢驗，如有疑慮再轉送中央畜產會屏東實驗室再檢驗，如檢驗不合格逕行處以停止標章使用權3個月到2年。每個月檢驗一次以上的結果，均列表公佈於農業委員會、羊協及其他團體網站上供消費者查詢。

在標章管理上，則以羊協為主體進行標章核發控管，羊協下設「羊乳推廣委員會」及「評核小組」，分別負責「標章認證使用要點」、「捐助金管理」、「羊乳推廣方案」及標章核發與數量審核和違規審議（圖4）。中央畜產會則提供檢驗輔導及推廣協助。每月標章核發數量控管由羊協一手承擔，也負責標章印製、回收及銷毀。

為了控管認證商切實收購採用國產生羊乳製造羊乳產品，也特別委由嘉義大學進行廠商進乳量監測及其契約乳源戶羊隻泌乳量調查，以防止偽造來源與數量。認證廠商每月也要提供乳款給付證明，以確保羊農取得乳款。如此促成了羊乳產業廠農一體發展的正常共生體系，也保障消費者確實喝到國產鮮羊乳，達成本標章之宗旨目的。

### 四、結論

台灣羊乳產業由惡性競爭到市場失序，造成主管機關極多困擾，均藉由羊乳標章制度的建置，由產官學界共同努力推動「優質國產羊乳」的「GGM羊乳標章」，維護了每年約50億元的市場價值及其品質形象，也大幅降低主管單位之困擾。此種成功經驗有值得其他產業學習之處，也成為農業政策所推動的安全及優質農業示範產業，值得參考與借鏡。



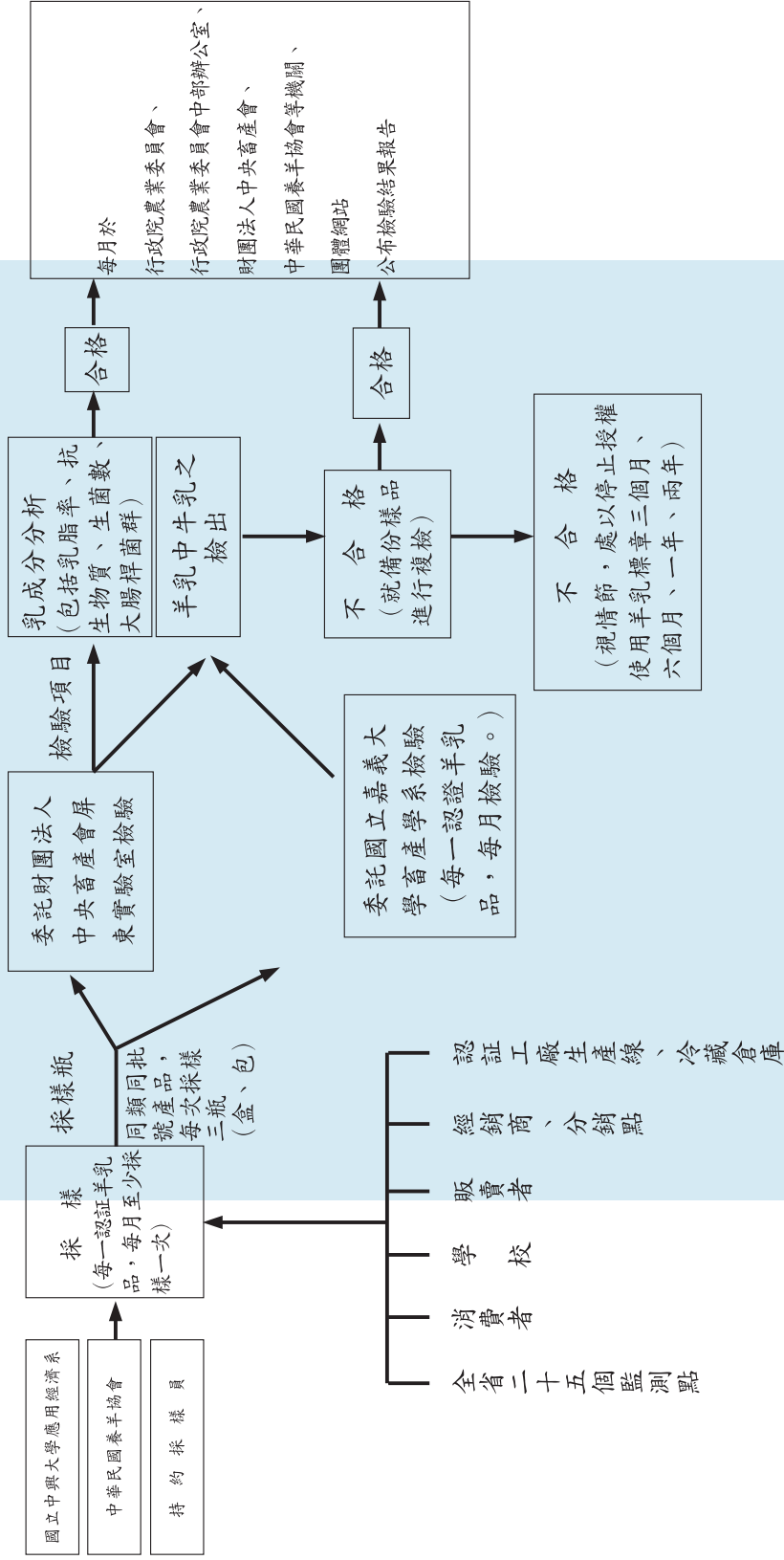


圖 3 GGM 羊乳標章認證羊乳品之採樣檢驗流程



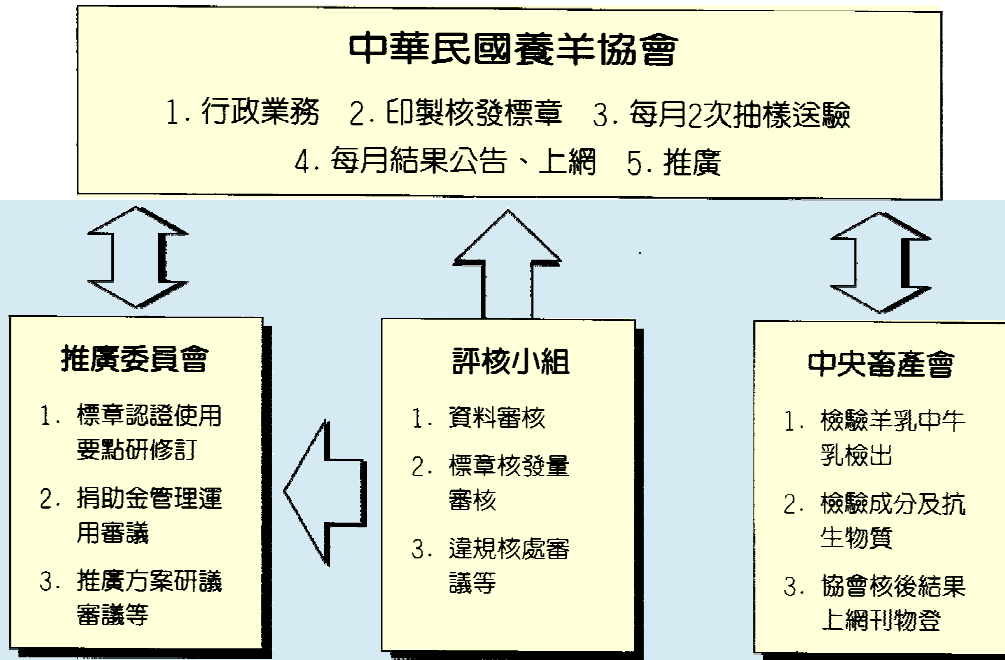
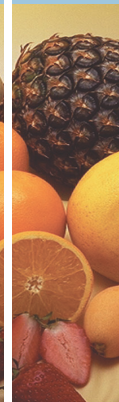


圖 4 羊乳標章管理機制職能圖



# 吉園圃標章管理制度



## 之理念與實務

行政院農委會農糧署企劃組／洪忠修 技正

### 一、緒言

94年1月間，首先爆發一則病死豬肉流入市面的消息，震驚社會且造成國人對冷凍豬肉消費的一陣疑慮；緊跟著在2月初農曆春節期間，另一則花卉殘留農藥疑似過高的話題，又引起國人對農產品消費的高度注意。這兩則消息，不論是病死豬肉以魚目混珠方式，進入消費市場的真實事件；或對於作為觀賞用途的花卉，其用藥殘留定義認知之爭議事件，在在說明國人對於要求農產品安全條件的重視。尤其是近年來，隨著社會經濟快速成長，國人對於物質消費習性已然轉變，由早期注重溫飽之消費數量滿足，提昇為對於農產品質性的高度要求。

對於農產品農藥殘留問題，早已成為消費者最關心的課題之一。雖然在農政部門與食品衛生單位共同努力，以及生產者的配合之下，農產品之農藥殘留合格率已達98%以上；但因為農藥殘留不易由感官直接辨視，亦即無法由目視方式觀察，或經由嗅覺正確地察覺。對一般消費者而言，並無法辨識哪些農產品之農藥殘留為合乎安全標準範圍。因此，為解決消費者對於安全糧食要求的疑慮，亟為需要一套有效率的管制措施，則設計安全蔬果「吉園圃」標章的作法，正足以達到上述訴求。

由於吉園圃標章代表農產品品質的安全保障，對生產者與消費者皆有正面意義。首先，對消費者而言，在產品市場資訊不對稱

的背景中，藉由吉園圃標章的引導，消費者可以安心選購；其次，對生產者而言，由於吉園圃標章的信用保證，可形成農產品競爭力的來源。故推展吉園圃安全蔬果標章措施，可謂一項雙贏的作法。

### 二、吉園圃推動概述

所謂「吉園圃」者，係採英文「GAP」之直接音譯，其全文為 Good Agricultural Practice，意指優良農業操作行為。對生產者而言，所稱優良農業操作之意旨，在於運用與自然條件相契合的耕作條件，減少農業經營所造成對自然環境的不當傷害，適時適地適種合理地使用農業資材，如肥料及農藥達到保護農作物，提高農產品品質之目的。故經由優良農業操作之過程，所生產之農產品可具備優良農產品（Good Agricultural Product）的結果。

#### (一) 發展緣起與執行成效

吉園圃標章自民國83年起，由農委會與前台灣省政府農林廳等單位所規劃使用，截至民國94年1月底止，在已完成整合登錄之4,499個蔬果（蔬菜班隊2,047班、水果班隊2,452班）產銷班隊中，有1,662班、逾37%之班隊已通過吉園圃認證，估計所產出之蔬果年產量逾55萬7,000公噸，佔國產蔬果總產量之10%。

#### (二) 標章設計內涵

吉園圃標章具有雙重的精神，一方面代表農產品品質的安全與農友的榮譽；另一方





面，消費者可以放心採購，安心享用。



安全蔬果的「吉園圃」標章，中英文字體皆採藍色，二片翠綠色葉子代表農業。至於標章中的三個紅色圓圈則具有二項特殊意義，其一，意謂「適時適地適種的農作原理」、「合理的病蟲害防治方法」，以及「遵守安全採收期」的三個正常農業操作原則；其二，代表農產品經過完整性的「輔導」、「檢驗」與「管制」流程。

為合理有效管制，對於吉園圃標章之設計，每一個標章均印有 9 碼識別號碼的流水序號，其中第 1、2 碼為縣市別，第 3 碼為水果或蔬菜碼，餘為流水號管制碼，藉由識別號碼即可追蹤掌握至農產品之原始生產者。由於吉園圃之標章已於民國 82 年 10 月間，向中央標準局申請專利並完成號數 00070788 號之註冊。因此，若涉及冒用、虛偽標記或販賣陳列行為時，將觸及商標法第 61 條與刑法第 211 條、255 條等侵權、偽造文書等罰則。

### (二) 吉園圃與有機農業

有機農業 (Organic Agriculture) 之定義甚為多元，依據有機農業全球資訊網站

(<http://organic.niu.edu.tw/>) 定義指出，有機農業是一種較不污染環境、不破壞生態，並能提供消費者健康與安全農產品的生產方式。故亦被稱為生態農業、低投入農業、生物農業、動態農業、自然農法、再生農業、替代農業等。另參閱農委會所訂「有機農產品管理作業要點」第二點指出，有機農業者，係遵守自然資源循環永續利用原則，不允許使用合成化學物質，強調水土資源保育與生態平衡之管理系統，並達到生產自然安全農產品目標之農業。因此，對於有機農業的生產模式，以其強調與訴求符合自然環境的生產理念，偏重於土地與勞力利用型的農業經營型態，故相對屬於較低資本係數的生產行為。

至於吉園圃的生產行為，揆諸「農產品安全用藥 (吉園圃) 標章核發使用要點」第一點，以其開宗明義揭示為「避免農產品農藥殘留超過容許量」精神，故本質上並未完全禁止農藥之投入與使用，乃允許農民對於農藥與化學肥料之使用，但必須為正確地使用合格之品項與數量，以避免農產品農藥殘留量超過一定程度之容許量。亦即，吉園圃的農業生產行為，本即契合台灣地區位處於亞熱帶之濕熱氣候環境，因而在農業生產過程當中，無可避免須進行病蟲害的藥物防治措施之客觀事實；另一方面，從消費者的權益面著想，處於進步的社會中，必須確保糧食產品來源的安全，故不得使用超量農藥或未經合格登記的農藥，以有效控制農產品符合在可容忍的安全範圍內，減少對人體的危害影響。

綜合所述，吉園圃的生產行為與有機農業的生產模式，在強調生產、生活與生態三生一體的觀念上可謂相當一致，但實務操作上則具有些許程度的差異。

### (四) 吉園圃標章申辦實務



現行農產品安全用藥（吉園圃）標章核發使用要點指出，農委會為獎勵農民正確使用農藥，保護農作物並避免農產品農藥殘留超過行政院衛生署公告容許量，故設計農產品安全用藥之標章，用以規範吉園圃產品之認定；並訂定核發使用的準則，用以規範申請人資格、核發標章單位與作業流程等。

### 1. 申請人資格

必須為蔬果產銷班、觀光農（果）園，或已辦理登記之合作農（社）場之班員者（以全數班員申請為原則，至少不得少於5人，農場則不限），且符合以下三項基本條件：（一）最近1年內參加班會曾接受鄉（鎮、市、區）農會（公所），縣（市）、直轄市政府，以及農委會所屬之農業改良場、農業藥物毒物試驗所與農業試驗所等有關單位，植物保護人員之防治安全用藥技術指導2次以上；（二）最近6個月內生產之農產品，經化學檢驗農藥殘留合格；（三）最近3個月以上之病蟲草害防治紀錄等3項基本要求。

### 2. 首次使用標章之申請

申請使用標章者須於預定使用前2個月，由產銷班班長向所在地之鄉（鎮、市、區）農會（公所、合作社、農場）提出申請，再送請直轄市、縣（市）政府邀集農委會及其所屬農藥所、區農改場等單位進行實質審查。因此，就吉園圃標章之申請為屬地觀念，係由產銷班班隊所在地之基層公所或農民團體受理申請。

### 3. 續約流程

按農業生產行為係一有機性之動態過程，故對於吉園圃標章之使用管制亦採取動態管制原理；亦即，標章之使用具有特定時程，自核發日起2年內有效。因此，在原標章有效期屆滿前，如有意續約之班隊，須於期滿一個月前向原申請單位提出續約，並

應檢齊：（一）各班員連續紀錄之病蟲草害防治紀錄簿，以及（二）班員1年內被抽驗農藥殘留結果通知書等必要書件。其中第二項之抽驗農藥殘留結果通知書須檢附三分之一以下班員數之農藥殘留化學檢驗報告。

## 三、問題討論

吉園圃標章自民國83年推行迄今已屆10年，在此一執行過程中已有不少具體成就，為國產農產品注入一股競爭力。因有別於一般農產品，故時有傳出不肖生產者冒用或虛偽標記吉園圃商標之情事。然而，就標章冒用一節而言，亦正足以顯示GAP產品的市場優勢地位。以下僅就吉園圃標章推動過程中，就重要相關課題提出討論，冀以作為未來精進的思考方向：

### （一）標章取得資格限制

現行GAP標章之取得與使用，主要係以產銷班為基本單位，限定在加入產銷班的班員為限，至於個別的產業或農民並無法依法取得標章之使用。對於此一限制條件，以農產品產業之整體發展而言，限定在以班隊為申請主體，原為無可厚非的要求；然而，亦因囿於此一條件，造成在實務上確實存在一些不公的事實。

首先，就經營新興作物之生產者，或相對偏遠地區之個別農民而言，並非所有農民皆有組織班隊或參與班隊的機遇；換言之，因客觀上無法組織或參與班隊之資格，可能因「人」的因素而限制該產品取得吉園圃標章的機遇。其次，對於不遵守公約的個別農民，雖然會遭到標章使用的停權處罰，但對於整體班隊信譽的影響，卻是不可避免的事實。因此，從班隊運作的實務上，亦有踏實的生產者考量到為避免遭受投機不肖農民的拖累，因而放棄申請吉園圃標章的現象。諸如此類問題，皆與吉園圃標章之使用限制，





需以班隊為申請條件有關。

### (一) 產品認證與標章控管

目前對於吉園圃產品的認證，須經基層公所或農會（或合作社場）、縣市政府以及農委會所屬各區農業改良場、農業藥物毒物試驗所等有關單位，進行實質審查後，通過者始予以核定認證。再就 GAP 標章之印製與核發，則由農委會農糧署或直轄市、縣市政府統一印製，再交由直轄市、縣市政府視申請者之全年生產量、標章存量等酌予核發及進行管制，原則上一年核發一次，是以管制與審核規定不可謂之不嚴謹。然而，對於違反「農產品安全用藥『吉園圃』標章使用約定書」者，對於其 GAP 標章之處理方法，除繳回原核發標章外，已套印之宣傳資料、各式標示牌、包裝袋（箱）等，則採行由班隊自動銷毀或塗銷標章標誌之作法，以其相對於標章原始取得過程，似又顯得過於簡易，缺乏積極管制作為。

反觀有機農業農產品之認證，係由農政單位委託民間驗證機構進行之，目前的驗證機構諸如（一）台北市，財團法人國際美育自然生態基金會（MOA）；（二）台北市，財團法人慈心有機農業發展基金會（TOAF）；（三）南投縣，臺灣省有機農業生產協會（TOPA）等單位。對於相對較高要求的有機農產品，其認證尚且得以委請具公信力的民間機構代為行之；然而，對於農藥、肥料之使用，相對較具容忍空間的吉園圃標章農產品，卻尚無民間認證機構的配套作法，似乎未盡合理。

## 四、吉園圃標章管理制度之精進構想

### (一) 標章認證作業方面

認證與審核為維繫核發吉園圃標章的重要步驟，目前係由農政門配合地方政府與基

層輔導單位進行實質查核，除應增加作業次數外，並可朝委託專業機構認證的作法改進。藉由專業單位的協助認證與審核，正足以補充目前必須以產銷班隊為基本申請單位的限制，對於個別客觀因素無法組班或加入班隊運作的生產者或新興作物，皆可供申辦管道。

### (二) 農產品農藥殘留管制實務

對於農產品上市前，由農業藥物毒物試驗所及其設置於各地區之農藥殘留化學檢驗站，負責執行農藥殘留檢測。針對即將採收之產品，或於集貨場抽取整理包裝中之蔬果進行檢驗，達到源頭管制目的。至於上市後，以生化法檢驗進場之蔬果，送請衛生主管機關複驗，抑制率不合標準者，即拒絕交易並扣留之以廢棄銷燬、停止進貨及複驗等處理，複驗不合格者依食品衛生管理法查處。

### (三) 提昇行銷能力

目前吉園圃蔬果行銷市場，主要為台北及台中兩處果菜市場辦理，未來應擴大吉園圃蔬菜水果產品之行銷，增加銷售通路；亦即，對於有實施拍賣之果菜市場，皆應鼓勵納入計畫輔導辦理，以有效拓展市場通路。

### (四) 消費者認知教育

標示吉園圃標章的農產品，以其具備較高安全標準的產品特徵，故得以在市場中產生產品區隔的效果，獲取較佳的價格水準。但從消費行為分析，當消費者對於某項項產品的認知程度不足，或對於產品的接受訊息不充分時，便無法將其潛在的慾望（wants）、需要（need）轉化成為具體的願付且能夠負擔得起的需求（demand）結果。為使消費者明白標示吉園圃標章的農產品本意，農政部門責無旁貸應加強消費者對



吉園圃產品認知的教育，具體的作法諸如：透過各類媒體手段，運用電視、廣播、報章刊物等宣導管道，將吉園圃健康食品的觀念，自然植入民眾日常生活中；辦理展示、展售，藉以專業的知識背景與手段，向消費者宣導吉園圃產品的意義，讓民眾直接接觸產品內涵。

#### (五)生產園區軟硬體建設

為提供充足的吉園圃產品生產，首先是園區生產條件的改善，由於吉園圃標章蔬菜之生產方式，大部分採網室設施栽植，產量穩定有助於夏季蔬菜之供需調節，未來可望成為夏季蔬菜重要供貨來源，吉園圃標章蔬菜除生產期應切實注意正確、安全用藥外，在夏季期間仍需配合良好之採後處理措施，始能維護品質，保持蔬菜鮮度。因之，為提供國人優質及安全之生鮮蔬菜，在運銷設施上仍須視實際需要補助農民團體預冷及冷藏等設備，加強產品採後處理，確保產品品質。其次，應擴大班隊整合，俾能容納更多農民參與，以擴大辦理吉園圃蔬菜之供應。

## 五、結語

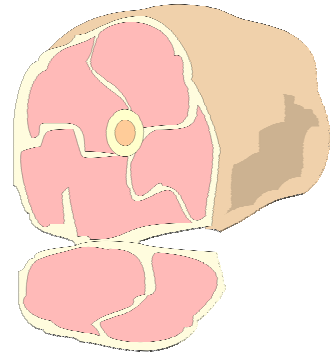
台灣地區人地比例甚高，為維持糧食的必要供給，農地高度利用為必然結果；尤其在早期以農業經濟為主的時代，大量生產更是需要。然因台灣地區位處亞熱帶的氣候條件，不僅溫暖且潮溼，復以雨量極為豐沛，故土壤表層易因受淋洗而流失，造成養分與有機質成分不易保存的現象。因此，為維持量產目標，投入大量化學肥料、農藥等，自為必然的結果；更甚者，造成不當或過度施用化學肥料與農藥的情形。

今日經濟高度成長社會，消費者對食品的偏好選擇，由量的溫暖轉為質的滿足，對於食品安全標準已具備更高度要求，農產品亦不能例外。因此，透過吉園圃標章的品質保證，正足以符合消費者的偏好選擇，從而保障生產者的所得，可謂為生產者與消費者雙贏的發展策略，更重要的是為環境資源，開創永續利用的最佳典範。





# 台灣CAS優良食品制度與肉品產業的發展



國立中興大學畜產學系／劉登城 教授

## 台灣肉品產業的CAS優良食品制度認證歷史

台灣地區肉品產業的發展史可說是一部肉品品質認證系統史，從民國62年11月財團法人台灣區肉品基金會之成立以協助國內肉品廠商提昇其豬肉及鴨肉輸日時所要求的品質管制一直至民國89年財團法人中央畜產會的成立至今可說已經歷了32年的歷史，這其中的品質認證制度之實際推廣則由民國75年最早所推行的優良肉品標誌如圖一（A）所示一直至民國78年7月配合農委會CAS優良農產品標誌的推行之CAS優良肉品雙標誌的使用如圖一（B），此雙標誌則使用至民國83年3月為止，緊接著同年4月開始推動CAS優良食品標誌單一化

如圖一（C）及舉辦CAS優良食品廠商授證大會如圖二，並自84年元月全面使用CAS單一標誌，也啓發國內農產品真正經國家農政單位認證後使用標誌的新局面。而整個認證制度的推行可說是配合產官學三方面的合作及努力，此制度不僅讓肉品業者有標準可循，亦讓消費者有足以信賴的標誌做為購買之指南。另外，自從民國85年（1996）美國宣告自1998年1月起至2000年1月其境內所有肉品工廠均將逐年全面實施危害分析重要管制點制度（Hazard Analysis and Critical Control Point System：HACCP）制度後，此認證制度已在全世界的食品加工業造成新一波品質管制的認證推動。而台灣方面亦在行政院衛生署及經濟部標準檢驗局



圖一 肉品產業認證標章之演變







圖二 CAS 食品廠商授證大會

的籌畫下進行一系列的法規修訂如經濟部標準檢驗局 91 年 6 月 19 日第 0910461450 號令訂定：外銷食品加工廠危害分析重要管制點系統驗證實施辦法及衛生署 92 年 12 月 23 日衛署食字號 0920402301 號公告：水產食品業實施食品安全管制系統等，並陸續委託食品工業發展研究所、中央畜產會及穀研所等單位針對餐盒食品工廠、餐飲服務業、肉品業及烘焙糕餅業等作有關專業人才的培訓。有關肉品產業方面，行政院農委會亦自 2000 年開始即輔導已取得 CAS 標誌的肉品工廠逐漸建立 HACCP 系統以符合未來輸美及日肉品之要求。

### CAS 優良食品制度對肉品產業的重要性

肉品產業在食品產業中可說是產值極高的農產品其主要是其單位價格高且易為腐敗的高蛋白質來源，因此農業經濟學家常常以每人每年肉品消費高低作為一個國家經濟強盛的指標，也因此消費者對此產品所要求的品質超過其他農產品。CAS 優良食品標誌的基本精神是為了保護消費者，使每位國民

吃得衛生、營養、健康；同時也保護生產者，使負責任的優良廠商能維護其企業形象，避免「劣幣驅逐良幣」反淘汰的現象發生。肉品品質好壞的因素錯綜複雜，實非每位消費者都能輕易辨別。本標誌制度推行之初，係基於消費者時常被一些似是而非的廣告、媒體報導所困惑；對生鮮肉品或肉製產品的原料肉來源是否有經過獸醫師檢查、肉品中藥物殘留、食品添加物的安全性產生疑慮。因此在各方的溝通商議之後，併參考美、日、西德等國有關資料，由行政院農業委員會與行政院衛生署自民國 75 年元月共同成立「建立加工肉品優良品質標誌制度」計畫，初期以中式香腸、法蘭克福香腸、西式火腿等三大類「加工肉品」為對象，委託臺灣區肉品發展基金會執行，希望經由公正可信賴的第三者為消費者把關，也為業者提供一個公平競爭的環境。使消費者能分辨產品優劣，提昇優良肉品的銷售，以維護國民健康，促進國內肉品與畜牧事業之穩定發展。而 CAS 優良食品肉品類的認證制度目

前在中央農政單位的輔導下及中央畜產會執行層層檢驗工作其中包括每年定期抽檢及現場查核等使得CAS優良肉品廠商維持一定的品質保證。目前CAS優良食品認證在肉品產業上分為兩大類即為生鮮肉類（圖三）及加工肉製品（圖四），總計15項，其定義如表一。而傳統市場所販賣之溫體生鮮肉及加工肉品則不在認證範圍內，其主要是因肉品生產系統中除了需經獸醫肉檢人員之衛生安全檢查合格外，生產過程中皆須處於低溫控制以達到微生物數量及病原菌之掌控也

即是所謂冷藏鏈或冷凍鏈（cold chain）系統。而CAS優良食品在肉品的認證則以國產的畜禽生鮮原料肉及加工品為主，若是以國外進口之原料肉或經加工之產品亦不在認證範圍內。由於CAS優良食品之認證之肉品皆需經嚴格檢驗，因此在消費者之心中一直保持極佳的商譽認證標誌。至2004年12月為止，總計有55家肉品加工廠、2223項產品及5家超級市場（內含49家分店、1家分切場）1380項產品榮獲CAS優良食品標誌。



圖三 CAS優良食品認證的生鮮肉類



圖四 CAS優良食品認證的加工肉類

冷藏豬肉：係為豬隻屠宰後經預冷、去骨或不去骨、大分切（Primal or Wholesale Cutting）、零售分切、包裝等過程，移入冷藏庫冷藏，品溫保持在 $-2 \sim 7^{\circ}\text{C}$ 。

冷凍豬肉：係為豬隻屠宰後經預冷、去骨或不去骨、大分切（Primal or Wholesale Cutting）、零售分切、包裝等過程，經急速凍結，再移至冷凍庫凍藏，品溫保持

在 $-18^{\circ}\text{C}$ 以下。

去骨火腿（Boneless Ham）：係以豬肉為原料，經去骨、修整、醃漬、填於腸衣、伸縮網袋或模具，經燻煙或不燻煙並煮熟至中心溫度達 $70^{\circ}\text{C}$ 以上、冷卻、包裝等過程而製成者。

壓型火腿（Press Ham）：係以豬肉為原料，經去骨、去除筋膜、脂肪而得之精







表一 CAS 優良肉品之分類及定義。

冷藏豬肉：係為豬隻屠宰後經預冷、去骨或不去骨、大分切(Primal or Wholesale Cutting)、零售分切、包裝等過程，移入冷藏庫冷藏，品溫保持在-2 ~7°C。
冷凍豬肉：係為豬隻屠宰後經預冷、去骨或不去骨、大分切(Primal or Wholesale Cutting)、零售分切、包裝等過程，經急速凍結，再移至冷凍庫凍藏，品溫保持在-18°C以下。
去骨火腿（Boneless Ham）：係以豬肉為原料，經去骨、修整、醃漬、填於腸衣、伸縮網袋或模具，經燻煙或不燻煙並煮熟至中心溫度達 70°C以上、冷卻、包裝等過程而製成者。
壓型火腿（Press Ham）：係以豬肉為原料，經去骨、去除筋膜、脂肪而得之精肉，再經醃漬、加壓成型、燻煙或不燻煙、煮熟中心溫度達 70°C以上、冷卻、包裝等過程而製成者。
完全乳化型香腸：係以畜肉或畜肉混合禽肉為原料，並添加調味料、香辛料等，經細碎成漿後，充填、燻煙（或不燻煙）、煮熟至中心溫度達 70°C以上、並經冷卻、剝腸衣、包裝等操作過程而製成者。
含肉顆粒乳化型香腸：以畜肉或畜肉混合禽肉為原料，並添加調味料、香辛料等，經細碎成漿後再混合具顆粒之原料肉，充填、燻煙（或不燻煙），煮熟至中心溫度達 70°C以上、並經冷卻、剝腸衣、包裝等過程而製成者。
冷藏禽肉：係家禽屠宰後經預冷、大分切(Primal or Wholesale Cutting)，去骨或不去骨、零售分切、包裝等過程後，移入冷藏庫冷藏，品溫保持在 7°C以下凍結點以上。
冷凍禽肉：係家禽屠宰後經預冷，大分切(Primal or Wholesale Cutting)、去骨或不去骨、零售分切、包裝急速凍結等過程後。或零售分切後，先經急速凍結，再包裝等過程，再移至冷凍庫凍藏，品溫保持在-18°C以下。
禽肉原型火腿：係以禽肉為原料，經修整、醃漬、燻煙或不燻煙及熟煮至中心溫度達 70°C以上、冷卻、包裝等過程而製成者。
禽肉壓型火腿：係以禽肉或禽肉混合畜肉為原料，經去除筋膜、脂肪、醃漬、充填於腸衣、伸縮網袋或模具，經燻煙或不燻煙及熟煮至中心溫度達 70°C以上而製成者。且禽肉含量至少應在 50%以上。
中式菜餚肉品：以畜禽肉為主原料，或添加副料及調味料，經調理、冷卻及包裝後，而製成須冷藏或冷凍貯存之菜餚食品。副料指植物性蛋白質、麵粉、澱粉及保水劑等添加物。適用於咕咾肉、紅燒肉、咖哩雞肉、梅乾扣肉...等產品。
湯類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬、燉或水(滷)煮、包裝(或於加熱前包裝)等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之含湯類肉品。適用於人蔘雞、麻油雞...等產品。
凍膠類肉品：以畜禽肉為主原料，經煮熟、切塊或不切塊、混以膠類物質或原畜禽肉產生之膠粘物質、經充填、加熱或不加熱及冷卻後凝固成型之肉品稱之。使用之膠類物質係指使凍膠肉品凝固之物質，如：動物明膠、洋菜膠等。適用於肉凍、醬肘子...等產品。
滷煮類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬或水(滷)煮、包裝(或於加熱前包裝)等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之滷煮類肉品。適用於鹽水鴨、醉雞、滷雞翅...等產品。
燒烤類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬、燒烤、包裝(或於加熱前包裝)等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之燒烤類肉品。適用於叉燒肉、烤肉串、烤乳豬、烤鴨、烤雞...等製品。



肉，再經醃漬、加壓成型、燻煙或不燻煙、煮熟中心溫度達 70°C 以上、冷卻、包裝等過程而製成者。

完全乳化型香腸：係以畜肉或畜肉混合禽肉為原料，並添加調味料、香辛料等，經細碎成漿後，充填、燻煙（或不燻煙）、煮熟至中心溫度達 70°C 以上、並經冷卻、剝腸衣、包裝等操作過程而製成者。

含肉顆粒乳化型香腸：以畜肉或畜肉混合禽肉為原料，並添加調味料、香辛料等，經細碎成漿後再混合具顆粒之原料肉，充填、燻煙（或不燻煙），煮熟至中心溫度達 70°C 以上、並經冷卻、剝腸衣、包裝等過程而製成者。

冷藏禽肉：係家禽屠宰後經預冷、大分切（Primal or Wholesale Cutting），去骨或不去骨、零售分切、包裝等過程後，移入冷藏庫冷藏，品溫保持在 7°C 以下凍結點以上。

冷凍禽肉：係家禽屠宰後經預冷，大分切（Primal or Wholesale Cutting）、去骨或不去骨、零售分切、包裝急速凍結等過程後。或零售分切後，先經急速凍結，再包裝等過程，再移至冷凍庫凍藏，品溫保持在 -18°C 以下。

禽肉原型火腿：係以禽肉為原料，經修整、醃漬、燻煙或不燻煙及熟煮至中心溫度達 70°C 以上、冷卻、包裝等過程而製成者。

禽肉壓型火腿：係以禽肉或禽肉混合畜肉為原料，經去除筋膜、脂肪、醃漬、充填於腸衣、伸縮網袋或模具，經燻煙或不燻煙及熟煮至中心溫度達 70°C 以上而製成者。且禽肉含量至少應在 50 % 以上。

中式菜餚肉品：以畜禽肉為主原料，或添加副料及調味料，經調理、冷卻及包裝後，而製成須冷藏或冷凍貯存之菜餚食品。

副料指植物性蛋白質、麵粉、澱粉及保水劑等添加物。適用於咕咾肉、紅燒肉、咖哩雞肉、梅乾扣肉...等產品。

湯類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬、燉或水（滷）煮、包裝（或於加熱前包裝）等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之含湯類肉品。適用於人蔘雞、麻油雞...等產品。

凍膠類肉品：以畜禽肉為主原料，經煮熟、切塊或不切塊、混以膠類物質或原畜禽肉產生之膠粘物質、經充填、加熱或不加熱及冷卻後凝固成型之肉品稱之。使用之膠類物質係指使凍膠肉品凝固之物質，如：動物明膠、洋菜膠等。適用於肉凍、醬肘子...等產品。

滷煮類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬或水（滷）煮、包裝（或於加熱前包裝）等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之滷煮類肉品。適用於鹽水鴨、醉雞、滷雞翅...等產品。

燒烤類肉品：以畜禽肉為主原料，經調味、浸漬、燒烤、包裝（或於加熱前包裝）等過程，而製成須冷藏或冷凍貯存之燒烤類肉品。適用於叉燒肉、烤肉串、烤乳豬、烤鴨、烤雞...等製品。

## CAS 優良食品制度是肉品產業及消費者的護身符

台灣早期肉品產業 CAS 優良食品的認證主要以外銷肉品加工廠為主且屬於自由申請方式，而以內銷為主的肉品加工廠極少有此系統認證，其主要原因則是工廠需投入大筆經費從事設備改善及檢驗工作，因此早期 CAS 優良食品認證的肉品在國內消費者心中可說是印象不深加上產品種類少且皆須在有冷藏或冷凍設備的超級市場販賣。然而台灣肉品產業及消費者在近十年來經歷了幾次



的肉品大風波後對 CAS 優良食品所認證的肉品已有極佳的信任，如民國 86 年 3 月爆發豬口蹄疫造成全台豬價大暴跌及豬肉消費量大減甚至外銷日本市場亦停止，可說是養豬界及肉品產業的大浩劫。此事件亦造成台灣整個肉品產業重新思考未來發展的方向。尤其是外銷肉品加工廠因此事件而漸轉向以內銷為主，而肉品之消費也因政府農政及衛生單位以 CAS 優良食品認證作為肉品品質

之保證（如圖五）使得消費者在短期間恢復對肉品消費的信心，這也是 CAS 優良食品認證系統首次讓台灣肉品產業體認其重要性。而最近幾年來偶發的病死豬肉及禽肉的發生也讓肉品加工業者更能體會 CAS 優良食品的認證所帶來的信心及消費者的認同，也期望此制度能使台灣肉品產業所生產之肉品品質合乎世界潮流所需並做為消費者在肉品選購上的品質保證標誌。



圖三 肉品 CAS 優良食品認證制度之宣傳

### 肉品產業認證系統的新趨勢

正如在本文開始所提行政院農委會已自 2000 年開始即輔導已取得 CAS 標誌的肉品工廠逐漸建立 HACCP 系統，此制度主要強調源頭管理模式，從農場至餐桌（from farm to table）所有食品之製造過程皆依據 HACCP 制度執行的產品品質保證系統，來發揮『食品安全保證』之主要功能；HACCP 制度更依循科學數據及合乎邏輯的探討模式，從原料到產品製造、銷售等完整製成中，評估潛在的危害因素，鑑別顯著危害後再判定加工流程的重要管制點，並加以有效監控以確保食品安全的管理制度。所實

施 HACCP 制度的工廠必須具備對其加工流程中可能發生之生物性、物理性或化學性危害，進行詳實評估分析及研訂對策，才能確保最終產品之安全品質。目前世界各國已陸續執行此制度，而我國也加入 WTO，未來肉品將更趨向國際化、自由化，產品的規格及衛生品質必須符合國際之要求基準，也即肉品的安全品質將決定其是否能於國際流通之主要關鍵，所以國內肉品產業應體認推行進一步的 HACCP 制度認證，將是國際肉品管理的必然趨勢，如此方可使國內肉品產業市場蒸蒸日上並與世界肉品品質水準接軌。

# 有機農業的認證標章

國立中興大學土壤環境科學系／王銀波 教授

有機農產品係以其栽培管理方式區別於一班農產品，其品質無法由外觀或藉由成份分析加以確認，其成敗繫於有機農產品驗證制度之是否建立及落實。

我們較常看到與有機農業 (organic farming) 耕作法相近的名稱有自然農業 (natural agriculture)、永續農業 (sustainable agriculture)、再生農業 (regenerative agriculture)、低投入農業 (low input agriculture)、低投入永續農業 (low input sustainable agriculture)、替代農業 (alternative farming)、生物動態農業 (biodynamic agriculture)、生物農業 (biological agriculture)、再生農業 (renewable agriculture)、有機生物性農業 (organic bio-agriculture)、野生農業 (wild farming)、綜合農業 (holistic farming)、低資源農業 (low resource farming)、生態型農業 (ecological farming)、農業生態型農業 (agro-ecological farming)、綜合農耕法 (integrated farming)、永續農業 (sustainable agriculture)。但每個名稱有其強調的重點，並不完全一樣。

有機農業產品驗證需建立有機農產品之驗證體系，對該體系建立之條件有必要提出說明，而對生產者或消費者對於有機農產品之標章究竟屬驗證或認證有所解惑。一般標準化詞彙對於驗證及認證之定義：認證 (accreditation)：主管機關對某人或某機構給予正式認可，證明其有能力執行某特定工作之程序。驗證 (certification)：對某一項產品、過程或服務能符合規定要求，由中

立之第三者出具書面證明特定產品之程序。驗證機構 (certification body)：執行檢驗之機構。換句話說，認證即為主管機關對人或機構證明有執行能力，驗證則為對產品、過程或服務證明符合規定。

有機農業標章之使用最早依照前台灣省政府農林廳所訂「有機農產品標章使用試辦要點」，在民國八十六年一月各區農業改良場及茶業改良場，給予計畫內輔導生產之有機農業產品驗證。但礙於有機農法相關技術正逐步建立之中，且政府人力有限，難以應付日益增加之產品驗證業務，同時有鑑於國外有機農業之發展，多賴民間團體之運作，因此，國內已朝向輔導正式成立之有機農業民間團體，使其發揮自律功能，建立並落實有機農產品驗證制度，期能提供消費大眾清潔、安全及無農藥的有機農產品，並兼顧環境保護及農業永續發展。

農委會在民國八十八年三月十五日公告實施「有機農產品驗證機構輔導要點」、「有機農產品驗證輔導小組設置要點」及「有機農產品生產基準」等三項要點及基準，並在八十九年六月二十三日再公告「有機農產品驗證機構申請及審查作業程序」，作為推動及輔導有機農業之依據。前述要點中規定，將來有關有機農產品之驗證工作，擬交由接受農委會輔導之政府機關（構）、團體或法人辦理。截至目前為止，已有「中華民國有機農業產銷經營協會」、「財團法人國際美育自然生態基金會」、「台灣省有





機農業生產協會」、「慈心有機農業發展基金會」及「台灣寶島有機農業發展協會」等團體，向農委會申請輔導辦理有機農產品驗證工作等，並有財團法人國際美育自然生態基金會、台灣省有機農業生產協會、慈心有機農業發展基金會，通過農委會之審查。其他單位目前正仍依規定審核中。

民國八十八年及八十九年公告實施之農委會四種有機農法之規定，係輔導性質之行政規則，欠缺法源依據。基於此，農委會於九十二年二月七日修正之「農業發展條例」第二十七條第二項增列條文：「為提升農產品及農產加工品品質，維護消費者權益，中央主管機關得推動相關產品之證明標章驗證（認）證相關作業規定，由中央主管機關定之」。再者，「有機農產品生產基準」等各項規定實施多年，屢獲各界反應部份不合時宜，具修訂之必要，爰此，配合「農業發展條例」修正案之公佈實施，研擬修訂「有機農產品管理作業要點」、「有機農產品驗證機構資格審查作業程序」及「有機農產品生產規範—作物」各乙種，並於九十二年九月十五日發布實施。至於原公告實施之「有機農產品驗證機構輔導要點」、「有機農產品驗證機構輔導小組設置要點」、「有機農產品生產基準」、及「有機農產品驗證機構資格審查作業程序」等，則於同日公告廢止。另「有機農產品生產規範—畜產」規定，亦於同年十月三十一日發布實施，作為有機畜產品之生產依循。

驗證機構取得農委會認證之有效期限為三年，期間每年需接受農委會評鑑。評鑑不合格者，即終止其認證。期滿仍繼續辦理驗證者，應於有效期限屆滿三個月前向農委會申請展延，接受農委會重新審查認證。

農委會認證之驗證機構之有機農產品證明標章及其產品包裝，始得標示「（行政

院）農業委員會認證」或「（行政院）農業委員會輔導驗證」等相關字樣。認證之國內驗證機構，赴國外進行驗證，驗證合格者得張貼我國有機農產品標章及標示為有機農產品。

認證機構台灣省有機農業生產協會為例，驗證標章之使用與管理：

- (1) 經審查合格之驗證農戶，得依驗證生產方式申請使用認證協會全有機或轉型期有機農產品驗證標章。
- (2) 有機農產品驗證標章採用標籤黏貼於包裝容器上，或將標章圖樣直接壓印於包裝容器上二種方式，由台灣省有機農業生產協會統一印製供用，驗證合格農戶依據實際生產數量填具標籤或容器需求數量申請表，逕向台灣省有機農業生產協會請購。
- (3) 驗證農戶使用驗證標章，須遵守下列事項：
  - (1) 經驗證之生產用地須豎立標示牌，標明生產者姓名、住址及連絡電話、作物名稱、生產面積、驗證機構名稱、有機農園標誌等，其生產用地不得任意變更，變更時須提出變更申請。
  - (2) 生產資材之買賣與使用以及有機農產品之買賣，應於當日作成記錄，並自記錄之日起至少保存三年，隨時接受驗證工作人員查核。
  - (3) 驗證農戶行銷有機農產品，須於包裝容器上標示生產者姓名、住址、驗證機構名稱及連絡電話，並依其栽培方式標示全有機或轉型期有機農產品。
  - (4) 驗證有機農產品經報准採行共同集運時，其包裝容器得統一標示集運



者之驗證資料，並由集運者負行銷全責。

- (5) 驗證標章不得轉讓使用，亦不得冒用。
- (4) 經驗證之生產地，生產過程及產銷記錄，每年必須接受至少一次預告之檢查及必要時之不預告之抽查。
- (5) 驗證農戶使用者須簽定切結書，保證確實依照有機農產品生產基準生產及遵守產品行銷之規定。

另外驗證會員於申請驗證時須繳納驗證費四、000元，驗證合格申請使用證明標章時，須另繳納標章管理年費四、000元及標籤或容器工本費（另訂）。

辦理九十三年一至十二月民間驗證機構辦理驗證情形。驗證合格農戶數 954 戶；驗證合格農地總面積 1,246 公頃。其中水稻 507 戶（29 班），計 155 公頃；茶葉 56 戶，計 76 公頃；特作 29 戶，計 32 公頃。台灣 93 年標章核發 8,789,575 張，其中有機農產品證明標章 5,574,175 張；轉型期標章 3,215,400 張。「優良農產品證明標章認證及驗證作業辦法」業經本會於九十三年十二月十五日以農牧字第○九○○四一二○三號令發布施行。依據該辦法第三條規定，優良農產品證明標章（亦即 CAS 標章）適用之產品為國產農產品或使用國產農產品為主原料之加工產品，爰此，未來依該辦法實施之有機農產品驗證範圍亦以國產者為限，換句話說有機農業標章法源僅限國內，國外驗證條文將來必需修改或另尋法源。

有機農業協會的民間組織先訂定有機農業生產準則及相關規範（符合農委會法規），合乎規定者則發給該協會有機農產品標章以示區別。台灣區已登記並經農委會通

者有三，詳如圖 1。合當有機農業發展漸漸成熟，消費者便會期望政府以公權力為有機農業把關，而生產者亦希望政府以公信力為其有機農產品背書，於是在人民的要求之下，才慢慢有政府驗證制度之產生。以日本為例，如圖 2，台灣地區尚未定出，可能定如圖 3。

「有機農產品」日本係法律訂定名詞，不能隨便使用。農民的有機農產品合乎有機農產品生產基準及其他規定的必需條件（如緩衝帶，紀錄等），經第三者認證機關認證合格，才可在包裝袋上加印或貼上日本有機 JAS 標章（見圖 2）

圖 1：各協會使用之有機驗證標章



A 國際美育自然生態基金會（MOA）驗證標章



B 慈心有機農業發展基金會



C 台灣省有機農業生產協會驗證標章





登錄認定機關名

圖 2：日本有機 JAS 標章

標章 類別	套印式標章	粘貼式標章
標章 編碼		
標章樣式		

圖 3：可能訂定的中華民國台灣有機 CAS 標章



## 94 年度

## 「加入 WTO 以來台灣農業之挑戰與發展對策」

## 座談會

國立中興大學農業推廣中心／王俊雄 副研究員

行政院農業委員會有鑒於政府部門的努力成績必須讓民眾知道，同時建立雙向對話的管道以了解農民問題與意見，委由中興大學農資學院主辦，由其所轄農業推廣中心負責，舉辦七場「加入 WTO 以來台灣農業之挑戰與發展對策」座談會，旨在結合全國產官學界代表之智慧和建議，作為形成我國未來重大農業政策走向之參考依據，其成果反應良好，甚獲好評。

台灣在 2002 年加入 WTO，轉眼間已經過了三年多，在加入 WTO 之前農業相關的學者及專家推估，加入 WTO 之後勢必對台灣的農業生產會造成嚴重的衝擊，過去三年，透過所有農民朋友及農業相關領域朋友的共同努力，台灣農業所面臨之問題堪稱平順。開放外國農產品進口市場及降低關稅等措施，外國的農產品在台灣販售是愈來愈多，農民朋友也受到某種程度的影響，感到欣慰的是去年（民國 93 年）的農業生產總值與前一年度相比成長了 7%。農委會所有同仁非常關心農漁民朋友的收入增加與生活改善的問題。農委會施政重點主要的大方向包括：優質、安全、休閒、生態農業；安全農業是今年重點工作，農漁業生產時，必須注重衛生安全及保持乾淨，才可能被市場接受，最近農產品問題頻傳，如嬰兒奶粉受到污染、斃死豬及藥物殘留等。政府財政非常困難，而農委會預算逐年增加，主要是政府重視農漁民權益，老農津貼一年所需經費是 325 億，農漁民子女補助 14 億，肥料費一



年 3 億，顯見政府重視農業的用心，因此特舉辦了「加入 WTO 以來台灣農業之挑戰與發展對策」座談會，共同研討、策勵未來。此七場之時間地點分別如下：

- (一) 94 年 4 月 20 日於新竹縣農會。
- (二) 94 年 4 月 27 日於新化畜產試驗所。
- (三) 94 年 5 月 04 日於台中中興大學。
- (四) 94 年 6 月 29 日於桃園縣農會。
- (五) 94 年 7 月 06 日古坑農試所花卉中心。
- (六) 94 年 7 月 13 日於屏東縣政府。
- (七) 94 年 7 月 27 日於花蓮區農業改良場。





座談會與會農友提問及官員答詢內容精彩，茲重點摘錄數則（例）供作參考：

#### (一) 乾坤玉荷包農場 王乾坤場長提問

有機農業是政府目前列為重點的推廣項目，本人也是有機農業戶僅提以下建議：

1. 國內有機市場有限，宜外銷希望能夠推動國與國之間的相互認證。
2. 吉園圃於國內推動有明確的相關單位配合，有機農業定位為民間機構，無足夠之資源配合，宜加強輔助。
3. 有機農業可使用資材之規範彈性不足，不如國外（如美國）有彈性，宜放寬比照先進的國家。
4. 有機農業之相關罰責缺乏，對不守法者不能產生約束力，宜建立罰責。

#### ◆ 農委會農糧署 回答

1. 有機認證目前還是只適合在國內使用，希望以後能和國外認證機制做交流，目前還在發展中，有機農產品農業技術上

需發展，另擴展到國外理念非常正確，現階段還是以國內認證為主，以後會與全國認證基金會來做認證，與世界性的認證來做接軌。

2. 檢驗費用較高，第一次參加有機農業投入者的檢驗費之補助達一半，且評估後今年的檢驗費用會減少。
3. 有機產品與當地改良場合作，技術問題可向當地改良場反應及研究，之後也有輔導制度。
4. 有機資材限制比國外嚴格，有機資料的使用也是經過國內學者及專家，也參考了國外法令資料標準，所以規定與國外相當，為了要推廣至國外，如果對於嚴格規定有意見再提出探討，可做適當檢討。
5. 有機農產品遇到冒用時無法做出處罰，行政規則只有輔導而已，引導消費者，並加強品牌認證，但違法部份應有處罰才是妥當。食品衛生管理法中規定需按事實的東西標示，做不實的廣告也違反公平交易法，在有機的部份還沒罰則可處置，但以其他相關法令可以參考，有機農產品以後會研究專業的罰則。
6. 掛有機商標卻不是有機產品，所以無法處置，行政院消保會將檢討欺騙消費者之處理辦法。

#### (二) 畜產試驗所會計室 溫秀嬌主任提問

請考慮從事『創造台灣農業奇蹟者』（75歲以上）做口述歷史，並出書，因而所提之構想如下：

1. 如果農委會有心留下民國34年到64年的農業歷史，最好方法是能找願意寫的人，將創造農業奇蹟的歷史轉變成文字（時間1年到2年，每本書10萬字，200張圖片），那就能補白。





2. 我的建議是每年出版 5 到 10 本書，經費 500 萬或 1000 萬（每人 1 本，每本 100 萬），以公開上網由出版社競標，亦可自辦。
3. 具有撰寫意義標竿人物相繼過世，如茶（吳振鐸）、鳳梨（張清勤）、棉麻（季景）.....；他們的故事都已跟著他們掩入塵土之中，所以留存農業的人物及歷史要及時。

◆農委會輔導處 回答

1. 主意甚佳，會與主委建議，研究如何編列經費執行。

㊦竹山鎮農會 陳伯三總幹事提問

1. 觀光休閒農業屬於服務產業的一種，服務品質優良與否關係到其生存與發展，不僅靠硬體設施更重要是軟體服務之提供，目前由於政府極力投入觀光休閒農業之輔導，導致各地休閒農場與民宿紛紛設立，相關經營者往往因專業能力及行銷不足而產生困境。
2. 目前政府是否有意願透過農會組織來整合地方資源、培育專業人才、提昇產品創新與活動策劃的能力，達到創造地區產業特色之效果。

◆農委會輔導處 回答

1. 去年曾在全國北、中、南、東等四個地區舉辦休閒農業輔導講習訓練研習會，邀請建築師、農會、鄉鎮及縣政府、水保、環保、地震、農務人員等人參與研習會，每年都有講習訓練，今年的計畫剛剛通過，講習訓練研習還會持續進行，如果竹山地區有興趣參加的話，日後舉辦休閒農業輔導講習訓練研習會將特別邀請竹山鎮居民參加。
2. 民宿管理辦法是觀光局負責，輔導處曾與該單位多次溝通，目前還在協調之



中，農宅改為經營民宿涉及到消費者安全問題，若要放寬標準，觀光局也有其困難存在。

㊦恆春生態農場 張國興 場長 提問

1. 目前農產品生產過剩的問題如何解決?以及政府政策的落實與執行須加強，不要搖擺不定，趕緊加快腳步，農民是沒耐心等的阿！
2. 休閒農業管理辦法的修訂。
3. 農試機關管理不善，民眾隨意進出，並





取得其重要研究成果，甚至是開放基因物種的引進，如何解決？

#### 4. 成立國家級的有機認證制度。

##### ◆農委會國際處 回答

1. 目前正在進行外銷促進工作，我們也跟陸委會協調討論，將來以外貿協會為窗口進行對談，但是像一些嘉南地區的農產品都可正常外銷到大陸，關於這方面工作我們會加強努力。

##### ◆農委會輔導處 回答

1. 關於休閒農業的管理，農委會在 93 年成立休閒產業科，我想針對張場長的問題，我們會後再面對面仔細討論。

##### ◆農委會科技處 回答

1. 目前農委會所屬試驗改良場所為特定目的，有進行相關基因改造的研究，但是絕對沒有進口基改作物進行研究與推廣。前述基改作物等研究與其他研究比較，有更嚴格的管理、管制措施（必須經過衛生署的許可）。因此，在開放日活動中不致於有讓民眾隨意取得的機會。改良場所開放日活動是為使民眾（含農民）瞭解農業研究的現況與成果，進而支持研究工作的推動，對於比較重大的研究場所是不開放給民眾接近的，對於張班長的建議，將轉請本會改良場所注意開放日活動的管理，避免研發成果不經意的外流。

##### ◆農委會農糧署 回答

1. 目前基改作物是依照植物品種及種苗法來管理，去年六月通過，並訂有罰則。如果未經合法擅自引進、栽植、販售基改食品，處 100 萬元以上，500 萬元以

下之罰款。而且基改作物要上市之前必需通過兩各階段：第一，要在農委會指定的農業改良場所，且隔離的田，進行田間試驗，觀察其生物性狀才能栽培；如果這基改作物將來是要食用的，還必須經過衛生署的安全評估。

2. 目前參考日本 JAS 之方式，讓有機農業的認證有一個法可以依據，另外我們現在也希望通過類似 CAS 的標示來做管理，目前我們會裡正在研擬中。

