

食農教育向下紮根，在地食材最對味

從畜牧場 到餐桌 畜產的安全旅程

劉淑娟¹

壹、前言

民以食為天，國以農立本，農業生產及農產品行銷與國人生活息息相關，近年來隨著社會經濟發展迅速及食安事件頻傳，國人的食安意識提高，對食的觀念從吃得飽、吃得好進階到吃得健康、安全，所以讓國人瞭解食物從何而來、如何正確選擇更顯重要。因此，強化畜牧產業生產源頭管理及行銷推廣，以提升消費者對國產畜禽產品的認識與認知，並結合在地資源發展多元化的畜禽產品，進而促進畜牧業永續發展，創造多元價值。

貳、從牧場到餐桌的旅程

從農場到餐桌是全面型食品安全的概念，確保了食品安全與品質的完

善，畜牧場業者除了提供友善飼養環境、提升飼養環境設施，以降低對家畜禽健康的影響外，對於家畜禽疾病也須進行監控及預防，並確保安全及合法地使用動物用藥。

家畜禽在生長成熟後送入屠宰場進行屠宰，屠宰場中都有政府派駐的屠檢獸醫師，負責進行屠宰現場的衛生檢查。在屠宰過程中需經過兩次獸醫師把關，第一關就是獸醫師會在家畜禽的「屠前檢查」剔除罹患傳染病及神經緊迫而死掉的家畜禽，不讓牠們進入一般的屠宰流程，也能避免之後肉品交叉污染。目前臺灣的屠宰場都是依照「動物保護法」的規定用「人道屠宰」的方式，可以避免家畜禽死前感受到不必要的痛苦和折磨，算是相對較尊重動物權益的做法。而獸醫師的第二次把關就是「屠後檢查」，剔除不適合供人食用的屠體或內臟，通過屠宰衛生檢查獸醫師檢查及格的畜禽肉產品要在屠體蓋上「屠宰衛生

註 1：行政院農業委員會畜牧處。

檢查合格」印或於外包裝黏貼合格標誌，方可運出屠宰場。屠宰後肉品進行的加工、貯存及分銷工作直至到達銷售點，均須作衛生檢定和保持冷鏈的完整性。

為了鼓勵民眾選用低碳足跡的在地食材，政府推動三章一 Q 政策為民眾把關食品安全，讓消費者買得安心，吃得健康。三章一 Q 包含就國內特定農產品及其加工品的生產、加工、分裝及流通等過程進行驗證的 CAS 優良農產品標章、產銷履歷農產品標章、有機農產品標章，及可追溯產品來源的農產品生產追溯 QR Code，目前行政院農業委員會畜牧處推動的農產品生產追溯制度有「國產牛肉生產追溯制度」、「散裝生鮮雞蛋追溯制度」、「國產生鮮豬肉溯源制度」、「國產生鮮禽肉溯源制度」及「國產羊肉溯源制度」等，民眾只要掃描外包裝上 QR Code 即可溯源查詢畜禽產品相關來源資料。

參、宣揚畜牧，向下紮根

為了鼓勵國人多食用健康營養及衛生安全的國產畜禽產品，搭配銷售通路、節慶活動、食農教育辦理相關宣導活動，讓民眾寓教於樂、輕鬆學習，提升對國產畜禽產品的認識與認知，相關推廣宣導分列如下：

一、107 及 108 年均辦理「探訪牛之鄉，親子趣旅行」健行活動，

參與人數約 2,000 人，帶領民眾到國產好牛的故鄉——雲林縣斗南鎮，規劃國產牛肉溯源闖關遊戲區，藉此讓民眾知道如何購買正港國產牛肉，並透過掃描 QR Code 或至國產牛肉追溯資訊網查詢，即可追溯到牛隻屠宰日期、來源畜牧場及屠宰場等相關資訊，落實牛肉產地標示並區隔國產與進口牛肉市場。若無法到達現場實際共襄盛舉之民眾，也以國產牛肉安心吃之宣導廣告、網紅宣導影片拍攝方式，透過電視宣導廣告，託播檔次達 636 檔，觸及人次約達 70 萬人，網紅宣導影片則透過網路影音平臺播送，期使民眾更瞭解國產牛肉溯源制度及產銷履歷驗證背後的意義，強化民眾對食用國產牛肉之信任感，並將國產牛肉美好形象深植民心。

二、國產雞蛋具在地新鮮且營養高及價格便宜，是國人日常消費之首選，108 年辦理「幸福家庭日，就愛吃好蛋」行銷宣導活動，活動現場規劃幸福市集、剝蛋大賽、幸福大告白、小蛋品大知識、溫馨親子體驗等系列活動，以鼓勵大眾多消費國產雞蛋，促使國內雞蛋產業永續發展。活動現場並設有「小蛋品大知識區」，提供蛋品迷思大解密，教導消費者如何挑選好蛋，讓民眾

可以安心享用國產雞蛋的新鮮美味營養。

三、雞肉在國人的飲食習慣中扮演著相當重要的角色，國產雞肉營養價值高、風味絕佳，安全性也較高，消費者可針對不同的需求選擇食用部位。108 年辦理「把關好食雞，美味更安心」、「秋日好食雞，一起來吃雞」、「第 2 屆 CAS 國產香雞排嘉年華父親節 88 傳愛」等行銷推廣活動，活動現場規劃互動式體驗、播放白肉雞生長過程解密宣導影片、宣導選購國產白肉雞之觀念、規劃小鮮肉市集、邀集國內優質雞排業者參與活動以促進雞肉消費等，使民眾能更輕鬆有趣的認識及選購國產白肉雞，瞭解生產過程，吃得美味買得安心。

四、為推廣民眾認識鮮乳標章，同時建立民眾對國產鮮乳 CAS 標章的認知，傳達國產鮮乳 CAS 標章認證所代表之優良品質及衛生安全形象，近 3 年持續規劃一系列的行銷活動及大眾媒體宣傳，行銷活動包含國產鮮乳同樂會活動 2 場、集鮮乳標章抽獎活動 2 場、北中南家樂福大賣場活動、銀髮族推廣活動 14 場及數位行銷活動等，大眾媒體宣傳包含電視、網路、戶外、平面、廣播媒體等媒體宣傳，累積總接觸人次超過 3.5 億人次以上。未來將持

續推廣民眾多加飲（食）用國產鮮乳，提升「購買國產鮮乳，認明鮮乳標章」之認知。

五、CAS 標章是國產農產品及其加工品最高品質代表標章，是行政院農業委員會（簡稱農委會）本著發展「優質農業」、「安全農業」、「精緻農業」的理念，自民國 78 年起著手推動的優良農產品標章，推動 CAS 標章認證的主要目的在於提升國產農水畜林產品及其加工品的品質水準和附加價值，保障生產者和消費大眾共同權益，並和進口農產品區隔；也期望能透過這樣的推廣與宣導，建立國產農產品在國人人心目中的良好形象，且能愛好使用國產品，進而提升國產農產品的競爭力。近 3 年的一系列行銷活動及大眾媒體宣導包含整合政府與業者資共同推廣 CAS、辦理「CAS 生活講堂」16 場次、設置 CAS 產品展示宣傳專區、CAS 食育講堂、合作或實地觀摩互動 2 場次、強化農產品標章之觀念及辨識能力教育訓練 9 場次、辦理「食品業未來尖兵認識 CAS 校園宣導」講堂及宣導活動、CAS 網路社群經營宣傳等，以提升民眾對 CAS 優良農產品標章或產品的認知。

六、編輯「每天 2 份奶」教材，說明乳品產製、加工、包裝、保存、

標章等；以及乳品餐點 DIY 實作教案，讓兒童從動手做中增加學習趣味，提升乳品攝取意願，近 3 年辦理 151 場學童宣導與教師研習，約 17,794 人參與。另編製「從小培養績優骨」教材包，讓幼兒之父母師長瞭解乳品的營養價值、對成長的重要性，以及將乳品入菜之食譜，共發送給 127 所幼兒園和親子館應用；辦理 14 場親子講座，約 2,176 人參與。並製作「世界學校牛奶日倒數月曆」，內含一個月共 30 則乳品知識，如產製包裝、營養價值與攝取選擇等，讓學童們寓教於樂，共發送 2,189 張至小學與幼兒園，及辦理「秀出你的 Milk Time」社群活動，請學生拍攝開心享用乳品照片後上傳打卡，以提升年輕族群接觸乳品意願和興趣，活動共觸及 9,909 人次、貼文共 313 篇，未來將持續透過校園宣導活動與營養教育，培養兒童均衡飲食、攝取乳品之良好習慣。

七、農委會配合行政院食安五環政策，校園午餐食材自 106 年起，逐步推動採用四章一 Q 食材，以取代進口食材，108 年 6 月 15 日吉園圃退場，現階段為三章一 Q 食材獎勵使用。108 年度農委會「養豬產業振興發展計畫——促進學校午餐使用國產生鮮豬肉

計畫」項下廣續辦理校園午餐使用國產生鮮豬肉相關業務，透過專家帶路看國產豬肉生產流程、國產豬肉烹調技術精進研習營、學校使用豬肉產品溝通座談會等等，藉由實地參訪、面對面溝通交流等方式，加速消費使用端瞭解政府輔導國內養豬產業結構調整，以及提升國產豬肉生產管理的成果，讓消費者放心採買、安心食用衛生安全無虞的國產豬肉，並加強向校園及國人宣導使用國產生鮮豬肉的優點，以促進學校午餐全面使用國產生鮮豬肉之目標。

肆、結語

從牧場到餐桌的食品安全環環相扣，透過畜牧生產者的自主管理及認知生產責任、政府的監督與把關，將政策實質轉化為值得信賴、友善及透明的食安環境，讓民眾感受飼養生產者的用心，更能安心選購在地畜禽產品，真正鮮享國產畜禽產品的美味與健康。

