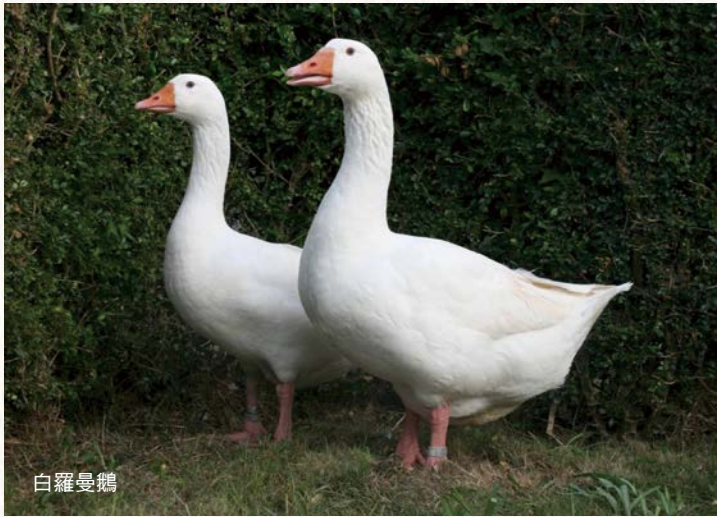




鵝香蔓延 「從餐桌到生活，鵝味無限」

撰文 | 畜牧司 李宜謙、周志勳、周文玲、陳志維、蕭丞宏、吳宜倫

臺灣的養鵝始於明鄭時期，由中國移民傳入，國內之肉鵝生產相較於其他家禽產業，起步較晚。民國70年以前，我國養鵝經營型態仍屬副業型，產區依附於各主要消費地逐漸發源，長期以來是農村的副業。自日治時期，飼養規模穩定增長，依據2024年農業統計年報，家禽產值總價值約1,019億元，肉鵝的產值約為24億新臺幣。肉鵝約佔家禽產業之2.36%。依據2024年第二季畜禽統計調查資料顯示，目前有854場次畜牧場，飼有150萬隻，臺灣的養鵝產業，長久以來與常民生活的「鵝肉攤」飲食文化緊密相連。然而，面對禽流感等生物安全挑戰、消費者飲食習慣變遷，以及全球永續發展的浪潮，這個傳統產業正經歷一場深刻的變革。昔日以內需鮮食為主的市場格局，正逐步被一條涵蓋精緻餐飲、高附加價值及生技美妝，乃至高價羽絨出口的「全鵝價值鏈」所改寫。



透過導入智慧永續設備、強化冷鏈系統，並輔以食農教育推廣，臺灣養鵝產業正試圖擺脫對單一通路的依賴，朝向多元化與永續經營的未來邁進，展現出強大的產業韌性與無限的經濟潛力。

臺灣在地飼養的鵝隻品種以白羅曼鵝（White Roman Goose）為主，其肉質細嫩、風味鮮美，深受市場歡迎。長久以來，臺灣養鵝產業的銷售通路高度集中，主要供應內需市場，其中高達7成的鵝肉流向遍布全臺巷弄的鵝肉小吃店，成為庶民美食的代表；另外2成進入傳統批發及零售市場，僅有1成用於加工產品的開發。這種以「現斬鮮食」為主的消費模式，塑造了臺灣獨特的鵝肉飲食文化。從經典的白斬鵝肉、醉鵝、茶鵝、燒鵝，到去骨鹽水鵝、薑母鵝，多樣的烹調方式滿足了饕客的味蕾，也構成了產業的穩定基石。然而，正如2015年大規模禽流感爆發所帶來的慘痛教訓，高度依賴單一餐飲通路，也意味著產業的脆弱性。當疫情來襲或消費模式轉變時，整個產業鏈便會面臨巨大的衝擊。

近年來，在農業部與產業團體的共同推動下，「轉型」與「加值」成為臺灣養鵝產業的核心關鍵字。業者意識到，必須跳脫傳統框架，將鵝的價值從單純的「肉



品」延伸至「全方位資源」，一場從餐桌到生活的「鵝味」革命，正悄然上演。

鵝味無限： 從農場到餐桌，加工品開創新藍海

當7成鵝肉仍流向小吃店時，那1成的「加工產品」正成為業者突圍的希望。傳統上，鵝肉加工多停留在即食的燻鵝、茶鵝等；然而，新一代的加工思維，是將鵝肉視為「高端食材」與「風味基底」。看準現代家庭對便利、精緻飲食的需求，業者積極開發新型態的多元化產品。「滴鵝精」便是在此趨勢下的產物，循著滴雞精開創的保健市場，滴鵝精以其獨特的營養成分與溫潤口感，切入高端滋補養生市場。養鵝產業的另一亮點是「羽絨」，鵝絨與鴨絨作為主要來源，原先在屠宰過程中預計被廢棄的羽毛絨，在臺灣業者的巧手下，經過精密的洗滌、分類、加工處理，搖身一變成為高價值的羽絨產品原料。

加工產品利用鵝隻各部位特性開發的產品，如「濃縮鵝高湯」成為餐廳與家庭主婦的料理秘方；「翡麗鵝胸」則鎖定西式餐飲通路，提供標準化、高品質的精緻食材；而「鵝肉飯」調理包，更是將傳統小吃轉化為可快速復熱的便利美食。透過加工，鵝肉得以突破時空限制，進入不同的消費管道。

點「脂」成金： 鵝油跨界美容，展現高附加價值潛力

「鵝油」，因其香氣濃郁、發煙點高、脂肪酸組成穩定，不僅是傳統法式料理的珍品，在臺灣也廣泛應用於在地飲食文化。業者成功開發出「黃金鵝油」、「鵝油蔥醬」，乃至風味獨特的「鵝油沙茶醬」與「鵝油辣椒」等，使之成為極具辨識度的特色產品。在健康價值上，鵝油富含不飽和脂肪酸，尤其是比例媲美橄欖油的

在農業部與產業團體的共同推動下，「轉型」與「加值」成為臺灣養鵝產業的核心關鍵字。業者意識到，必須跳脫傳統框架，將鵝的價值從單純的「肉品」延伸至「全方位資源」，一場從餐桌到生活的「鵝味」革命，正悄然上演。

「油酸」，有助於降低壞膽固醇，故被譽為「動物界的橄欖油」，是易於人體代謝的優良烹調與拌醬用油。

然而，養鵝產業的價值鏈延伸並未止於食品，近年更迎來了令人驚豔的「跨界」發展。科學研究發現，鵝油的脂肪酸組成接近人體皮脂，使其具備高親膚性、易吸收且不易致敏的特性；同時，其富含的共軛亞麻油酸（CLA）、Omega-3/6/9 及維生素E等營養素，使其成為絕佳的保養品原料。業者利用此特性，成功開發出一系列以鵝油為基底的護手霜、面膜、手工皂等美容產品，主打天然保濕與修復效果，成功結合了畜產副產品與高端美容趨勢。

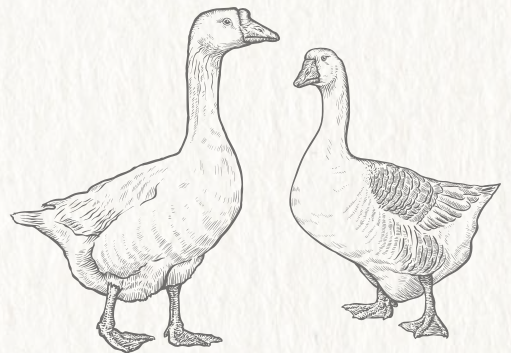
鵝油從傳統廚房的調味聖品，華麗轉身為梳妝臺上的保濕新寵。這不僅是臺灣養鵝產業在「全鵝利用」概念下的成功實踐，更將過去被視為次級品的鵝脂肪，精煉萃取為價值高出數倍的保養品原料，是產業創新與高附加價值的卓越典範。



食農扎根： 強化產地到餐桌連結，拓展新興市場通路

擁有了多元化的產品與現代化的生產體系，如何將這些優質產品精準地送到消費者手中，則是產業發展的最後一哩路。近年來，「國產禽產品食農推廣活動」扮演了重要的角色。

這些推廣活動以「在地優質家禽產品」為核心，透過舉辦料理競賽、校園推廣、展售會等多元形式，讓更多消費者有機會親身接觸、認識在地優質的禽畜產品。這不僅是為了銷售，更是為了「教育」——教育消費者如何辨識好鵝肉、如何在家中烹調鵝肉料理，以及了解產業背後的永續努力。藉由多元銷售管道的布建，如電商平台、連鎖超市、精品市集等，成功增加了新型態產品的曝光度，也為後續持續拓展市場奠定了堅實基礎。





同時，產業也意識到「鎖定客群」的重要性。面對新興市場通路，業者刻正積極開發「適切的分切產品」。例如，針對小家庭推出小包裝的即食鵝胸、為健身族群設計高蛋白的舒肥產品、為銀髮族開發易於咀嚼的鵝肉調理包等。

產業升級之路： 導入智慧冷鏈，邁向永續未來

為引導產業突破此一困境，政府將政策輔導的核心聚焦於「冷鏈系統」與「智慧永續」2大主軸。在冷鏈方面，111年起透過補助業者升級相關設備，目標是建構一條從運輸、冷藏、屠宰到末端保存，全程溫度受到嚴格控制的完整鏈結。一個健全的冷鏈系統不僅能大幅提升食品安全，更能延長產品的保鮮期，從而支持分切、小包裝等多元化產品的開發，為業者敲開進入超市、電商等新興市場的大門。

在智慧永續方面，則鼓勵業者導入淨零循環與自動化設備。透過輔導養禽場進行硬體設施的改善與更新，例如自動餵飼、環境監控等系統，不僅能有效減少人力需求、增加生產效能，更能實現精準管理，朝向降低碳排放及環境永續的目標邁進。這條雙軌轉型的路徑，旨在強化臺灣養鵝產業的經濟韌性，使其在面對未來挑戰時更具競爭力。

回顧臺灣養鵝產業的發展軌跡，它正從一個高度依賴傳統小吃店的內需型產業，蛻變為一個兼具深度、廣度與高度的現代化農業。業者不僅供應鮮美的鵝肉，更將其開發為鵝油、滴鵝精、特色醬料，甚至跨足美容保養品。同時，藉由全球領先的羽絨加工技術，推動副產品再利用，創造了驚人的出口價值。

在產業升級的道路上，透過導入智慧永續設備、強化冷鏈系統，未來，產業將持續鞏固得來不易的生物安全防線，並藉由開發更精準的分切產品與拓展新興市場通路，全面提升產業的堅實韌性與長期競爭力。這場「鵝香蔓延」的變革，不僅是為了滿足饕客的味蕾，更是臺灣農業展現其創新、永續與高值化潛力的最佳典範。 

導入淨零循環與自動化設備鵝舍。

