

中國企業推動品牌豬肉

鄰近北京的鯤鵬(Kungpeng)食品有限公司，已轉型成為中國肉品界相當重要的企業，除了銷售加工肉品及品牌豬肉外，也是非常具有規模的養豬業者，北京肉品市場將近一半的豬隻來自該公司。為了達到2010年可以成為中國境內食品與肉品排行前三名的公司，管理階層希望藉由建立全國性的豬肉生產、加工及行銷的一貫體系來發展品牌豬肉。目前，該公司擁有5個豬場，約10%的豬隻由自家屠宰場屠宰。為了確保豬肉品質，該公司也進行契約養豬；除提供契約農戶仔豬，並進行飼養管理方面的訓練。

在中國肉品市場想要佔有一席之地，除建立品質、安全的信譽外，還需要打響公司名聲。因此，該公司投資最新的廠房設備，以確保屠宰線上的衛生安全並確實進行查核。整個生產過程的品質管制，除了屠宰場還包括所屬的養豬場與契約養豬場的監控。同樣的管理方式也推展到四川、山西等其他省份的契約場區。

建立與維持品牌相當不易，品質優良的豬肉關鍵在於豬種。因此，在北京近郊建立育種場，以培育健康優質豬群，並自英國、丹麥、法國及比利時進口公豬。目前，場區的豬種以大白豬、藍瑞斯、比利華及杜洛克等為主。育種目標同時兼顧肉質與風味的要求。採用先進的電腦系統選拔種豬，同時也設立豬隻人工授精站，並且與中國農科院及中國農科大，進行育種方面的合作。育種場區設有自動化飼料餵飼系統及廢污處理系統，豬隻營養配方則是以玉米為基礎，講求提升豬隻健康與生長表現。經營管理方式在於生產健康豬隻，而不使用違禁藥品。

在2004年，啟用自動化屠宰線設備，每天從凌晨2時到次日中午約可以處理一萬頭豬隻。在人力成本低的中國採用自動化設備並不常見，自動化設備的投資不僅增加屠宰、分切的速度，也相對提升衛生及安全水準。

豬隻屠宰前以低波率的電子系統致昏，可降低屠宰過程中屠體的損壞和水樣肉的發生。自動感應設備能精準的剖開屠體，以減少污染。此外，有別於傳統的浸泡池，該場採用的是蒸氣消毒，衛生更為講究。整條生產線共有18個查核點，由36位稽核人員監測屠體。此外，屠體採樣也立即送到場區實驗室檢測。

屠體以2-4°C低溫處理，以維持豬肉的pH值在5.8-6.2之間。去骨部分則分3條工作線和2班制作業，平均每班約200人進行分切。生鮮豬肉以真空包裝處理，冷凍豬肉則裝箱處理。屠宰場開放供參觀，藉著透明的通廊，民眾可一覽豬隻屠宰所有的流程。對吃豬肉視為理所當然的中國人，開放屠宰過程供民眾觀看並沒有什麼禁忌。

鯤鵬品牌豬肉主要市場在中國，北京就有二千多個生鮮豬肉銷售點，其他則透過零售商販賣，同時供應餐廳、醫院及學校等單位伙食用肉品。每天約有 200 台溫控運輸車載運約 600 噸的肉品穿梭在北京運送貨品。

鯤鵬也積極開拓外銷市場，如日本、韓國及泰國等，並銷售少量的冷凍肉品到俄國，因國內市場需求量大，而且獲利也比外銷好，故整個外銷產值目前僅佔該公司營業額的 1%。該公司跨足零售及整合相關產業，深具潛力，但目前仍以發展內需市場為優先。

(吳佳玲摘譯/顏宏達審 Pig International, pp.16-17, Jan./Feb. 2007)