

## 2004 年世界十大養豬

全球 2005 年豬肉的總產量將達 1 億 350 萬公噸，較 2003 年 9,850 萬公噸、2004 年的 1 億 100 萬公噸持續增加。根據聯合國世界農糧組織 (FAO) 的統計，2004 年全球豬隻在養頭數為 9 億 5,177 萬頭。亞洲太平洋地區達 5 億 7,964 萬頭，佔全球總數 60.9%；歐洲地區為 1 億 9,323 萬頭，佔 20.3%；拉丁美洲為 8,181 萬頭，佔 8.6%；和北美洲為 7,523 萬頭，佔 7.9%；非洲在養豬隻為 2,186 萬頭，僅佔 2.3%。根據 FAO 的報告，2000 年至 2004 年全球 10 大養豬國家豬隻在養頭數列於表 2。

國家	2000	2001	2002	2003	2004
中國	446,808	454,410	462,915	466,017	472,896
美國	59,138	58,774	59,554	60,444	60,501
巴西	31,562	32,650	32,013	32,120	32,310
德國	25,767	25,958	26,172	26,495	26,335
越南	21,801	23,170	24,879	24,689	26,120
西班牙	24,518	26,639	23,112	24,098	25,409
蘇俄	15,780	16,570	16,998	17,203	17,595
波蘭	17,121	17,105	18,707	18,439	17,396
法國	14,930	15,330	15,271	15,265	15,168
丹麥	11,922	12,608	12,879	12,969	13,407

表 2. 全球 10 大養豬國豬隻在養頭數 (×千頭)

如果以豬肉產量(表 3)來表示，越南由第五降為第十大豬肉生產國，蘇俄雖然為第七大養豬國家，但並不列名為十大豬肉生產國中，而由加拿大取而代之。近年來，蘇俄養豬效率提昇，2004 年其豬肉

產量達 1,760 萬公噸，未來幾年也將會有所進展。其他還有些國家不易先行預估其排名，如義大利年產豬肉為 1,590 公噸，荷蘭 1,290 公噸以及日本 1,270 公噸。上述國家未來排名有可能為菲律賓所取代，菲國目前年產豬肉 1,180 公噸。

表 3 . 全球 10 大豬肉生產國之產量(公噸)

	2000	2001	2002	2003	2004
中國	0,814	41,845	43,266	45,186	47,170
美國	8,596	8,691	8,929	9,056	9,332
德國	3,981	4,074	4,110	4,239	4,363
西班牙	2,912	2,993	3,070	3,190	3,191
巴西	2,010	2,230	2,565	2,524	2,431
法國	1,900	2,315	2,350	2,339	2,312
波蘭	1,923	1,849	2,018	2,094	1,924
加拿大	1,640	1,731	1,854	1,882	1,900
丹麥	1,624	1,714	1,759	1,762	1,810
越南	1,409	1,515	1,653	1,795	1,765

### 未來豬肉市場的成功因素

豬肉是世界上消費量最大的肉品。如果豬肉生產能維持高競爭力、採用新技術、生產消費者需要的產品，消費量還可以再提高。收入與人口的成長會增加肉品與禽類產品的需求量，尤其是由過去以穀類為主要食物，轉換成西方社會以蛋白質為主的開發中國家。收入和人口的成長是豬肉消費量成長的基礎。此外；動物與環境管理技術的改進，以及食品安全，包括動物身份鑑定的追蹤能力，可維持豬肉生產業者的競爭力。最重要的是，豬肉正依循著雞肉成功的模式，使豬

肉產品的品牌增加、使用方便、且一致化。如果翻開雞肉產業發展，可以發現豬肉產業具有許多的相似性。

中國現在與未來都將是世界上豬肉主要生產國；接下來是歐盟，但因勞工、土地多且便宜，豬肉生產會漸漸移往新的東歐成員國(表4)；波蘭和羅馬尼亞是最具生產潛力的國家。飼料與人工是主要的生產成本，能取得便宜飼料與人工的國家，才是具競爭力的豬肉生產者。相對的，缺乏以上資源的國家，其發展及永續經營將受到限制。

表 4. 豬肉生產量(百萬噸)

國家\年期	2004	2013(預期)
中國	44.8	54.0
歐盟 25 國	21.1	22.6
波蘭	1.7	2.1
蘇俄	1.8	2.1
美國	9.2	10.1
巴西	2.9	3.2
加拿大	1.9	2.4
墨西哥	1.1	1.4

貿易障礙也會限制產量的擴張，這些障礙包括國內對本國養豬業的保護與關稅壁壘，以及其他社會問題所形成的，排拒自其他國家進口豬肉的因素；包括動物福利、環境保護、企業化飼養等。此外，如果某國的畜產標準不如先進國之整合化、大型化的農企業標準，那麼先進國家可能會操縱貿易。這類貿易限制是公開且氾濫的問題。

豬肉生產業者須採取新的商業模式，以提升競爭力並和世界各國交易。現在食品服務、零售業漸漸大型化，對生產者的壓力也越來越大。所以，生產業應該整合，以取得兩方的平衡。生產業者可協調各小型業者水平或垂直的整合，並針對市場區域、民眾，或特定的族群形成多樣性產品。若不協調、整合小型業者，或不加入大型生產系統，業者會因為無法處理與消費有關的問題：如品質、價格等，其風險將無法管理。

#### ■ 豬肉生產和世界貿易的關係

1. 中國是否能成功地轉變其商業模式，以容納大量的都市移民，以形成商業、整合化的生產系統？則未來中國將成為豬肉進口國。
2. 阿根廷、巴西和東歐能多快建構其商業、整合化的家畜禽生產系統？主要取決於成功發展運輸系統的速度。
3. 消費者何時會對雞肉感到厭倦？現在雞肉消費還在成長中，但豬肉生產銷售系統引入具有超越雞肉品牌、便利性等的成功因素，未來將占有或取代部分雞肉市場。
4. 自然和有機產品何時成為主流？目前消費者對自然和有機食品的需求遠高於生產量。
5. 世界貿易組織何時能降低貿易障礙並防止國際貿易設限？尤

其是要求進口國降低在動物福利或環境保護上的要求。

6. 個體農場協調整合成一貫化生產系統的政治與社會因素為

何？因為維持家庭式或個人式產銷運作的農場未來將不具競爭力。

(林寶雪摘譯/金悅祖審 Feedstuffs, p.17, Jun. 2005)