

走過四分之一個世紀

---廠農通訊 100 期回顧---

李善男

二十五年前，筆者與楊經理燕飛在一次訪談中，討論如何提升酪農的飼養管理技術水準，並且如何深化廠農間互動關係的方法時，我們一致認為：技術輔導與廠農交流是兩個重要的課題。對於前者，邀請從事乳業的專家學者，將理論與實務透過講習訓練，教育輔導員與酪農；對於後者，將廠方即時資訊，經由雜誌管道傳達給酪農，是提升酪農水準以及維繫廠農良好互動的模式。因此，筆者作了發行定期刊物的建議。由於歐美日等乳業先進國家，早已利用定期發行的「乳業雜誌」(Dairy Magazine) 或「新聞期刊」(News Letter)，將最新的資訊告知酪農：例如美國的「霍氏養牛雜誌」(Hoard's Dairyman) 報導乳牛飼養技術與酪農經營；美國荷蘭牛協會發行的「公牛摘要報表」(Sire Summary)，報導種公牛性能以及如何選擇種公牛精液；荷蘭的荷蘭牛新聞中心(Information center for Dutch cattle) 出版的「乳牛雜誌」(Veepro Magazine) 報導國家政策與技術知識、歐盟解禁生乳生產的配額並提醒酪農及早因應；日本的「酪農事情」報導科技新知、飼養管理、種牛資料、

及酪農專訪等，不一而足。因此，不難理解通訊雜誌確實能帶給酪農實質的效益。當年國內可參考的乳業雜誌只有「乳業發展協會」發行的「乳業」雜誌，其他定期刊物極少，在這樣的初衷下，「廠農通訊」於焉誕生。



25 年前，於焉誕生創刊號，外表檢樸內容，內容精彩。

近年來，乳牛科技突飛猛進，例如，DHI 管理系統，基因管理系統，精子性別篩選，人工生殖科技等，皆發揮了巨大的功能。回顧歷史，1970 年，我國的酪農產業剛剛萌芽，平均產乳量大約只有 3,500 公斤，在以人工擠乳的時代，日產 10 公斤乳量，已屬高產；但是到 2016 年，國產泌乳牛頭數 59,601 頭，平均乳量已經達到 6,350 公斤。台灣位於亞熱帶，

光泉廠農通訊(100)

<http://www.kuangchuan.com/09Life/Life05.aspx>

屬於高溫多濕氣候，飼養來自溫帶的乳牛品種的確艱辛，因此酪農的長期努力與成功經驗，彌足珍貴。酪農不論在乳牛的育種改良，繁殖效率，生乳品質等方面都有長足的進步，其成效也足以當東南亞國家乳業發展的典範。更重要的是這段期間，酪農第二代、甚至第三代已經成長接棒，他們渴求知識的願望，從未終止。面對科技不斷進步，新一代總是抱著積極學習的態度，「廠農通訊」也適時提供了一個學習的技術平台。

四分之一個世紀不算短，對於廠農雙方，這本雜誌的誕生與延續，已經將涓滴細流的乳牛知識匯集成冊，酪農從中汲取經驗，不斷提升技術水準；廠方也藉此園地作經營策略宣導，獎勵優秀酪農，共同為消費者的健康努力。這凸顯了酪農的積極成長意志和乳業經營者的用心與遠見。二十五年如一日，現今面對知識經濟爆炸的時代與市場經營競爭的嚴峻挑戰，能持續的學習與良性的溝通是成功的重要關鍵。這一份結合知識技術的知性刊物所傳達的訊息，正可提供乳牛飼養者與乳業經營者互相了解借鏡。為了打造高品牌，提升形象日益重要。1999年6月納入的生乳品質計價，促進了我國乳品之品質再提升，而體細胞數及生菌數也成為工廠收購生

乳的必要衛生條件。2017年光泉酪農戶之乳牛平均日產乳量達23.8公斤，並且體細胞數年平均保持在22.4萬/ML，最優的酪農甚至在9萬/ML以下；而生菌數品質最優者已經達1.66仟CFU/ML，與乳業先進國家相較，成績斐然，已達國際水準。在廠農雙方不斷努力、自我改善中已經建立了「光泉品牌」的信譽。

即將跨越25周年的刊物，內容由平實到豐富、由理論到實務，這些長期累積的無價知識技術瑰寶及廠農互信機制，值得你我好好灌溉，持續耕耘。