



美牛汗名化 效應業者背

2010-01-02 記者 樂嘉妮 報導

台灣進口美國牛肉一事，經過兩個月仍然風波未停。從簽定台美議定書到立法院修法，媒體的大篇幅報導讓民眾對此事強烈關注，也劇烈影響美國牛肉的在台銷售。



美國牛肉市場已經蕭條兩個月，賣場陳設的美牛區空無一人。（攝影／樂嘉妮）

美牛風波 延燒兩月未止

美國牛肉的進口，在台灣引發民生消費、政治，甚至是國家尊嚴等問題，美牛風暴短時間還未停歇。事件起因於衛生署在二〇〇九年十月二十三日，公布台美雙方簽下的議定書，我方允許進口美國三十月齡以下的牛隻，只要去除扁桃腺與迴腸末端兩個高危險物質即可，也就表示此協議將允許帶骨牛肉、內臟、脊髓、絞肉等以往受爭議的部分可一併進口。同年十一月二日此項協定書生效後，引起學者、官員、社運人士、民眾譁然，紛紛公開批評這項協議。最大反對主因是擔憂因食用美國牛而引發新型庫賈氏病，該病源主要來自於受狂牛症感染牛隻的脊髓、腦部與神經節等部位，而美國牛隻又曾在二〇〇三年發生病例，才因此被台灣限制進口多年。

如今重新開放進口，引發朝野對執政黨的強烈不滿，雙方爭執不下，更使立法院因此案空轉一個月。終於在二〇〇九年十二月二十九日，立法院的修法決議有了新進度，通過針對食品管理法的修正動議第十一條：「雖非疫區而近十年內有發生牛海綿狀腦病、新型庫賈氏症病例之國家或地區牛隻之頭骨、腦、眼睛、脊髓、絞肉、內臟，及其他相關產製品，不得輸入、輸出或販賣。」民進黨團再提出兩項附帶決議，其一為條文內的地區或國家，所進口牛隻與相關產製品應限定在三十月齡以下，以及在公投案未經全民複決前，一律不得進口帶骨牛肉，這兩項決議將在二〇一〇年一月五日再次進行表決。至於消基會所提「反美牛、台美重啟談判」公投案，已於二〇〇九年十二月三十日舉行行政院公投審議公聽會，公投審議委員也將在二〇一〇年一月七日開會，裁定該提案是否合於公投法規定。



媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



原本充滿商機的無骨美國牛，美牛風波後令消費者避之唯恐不及。（攝影／樂嘉婷）

美牛遭汙名 進口商承兩方壓力

就目前結果來看，一切都回到議定書公布前的原點。回顧這兩個月來，新聞媒體大量報導因進口美國帶骨牛與否，而引起的抗議與政治議題，像是立委砸牛肉、抗議者吃牛糞等報導，少有新聞特別強調帶骨與非帶骨牛肉之差別，使帶骨牛的焦點逐漸模糊成美國牛，還有媒體與立委直接引用民間團體發明的「毒牛」一詞。這種報導現象，使原本長期進口的美國去骨牛一同被冠上毒牛之汙名，不但加深民眾對美國牛肉的誤解，也使販售美國牛的商家必須一併承受這些損失。

「拜託媒體不要再報導了」某位不願具名的美國牛進口商業務這麼說著。十一月初衛生署公布開放進口美帶骨牛肉，許多進口商都抱持著一種探水溫的心態，欲進口美國帶骨牛肉，觀察美國牛肉市場有無再增加的可能。但協議公布後因多家媒體的不完整報導，使民眾對美國牛產生許多疑慮，即使是去骨牛也不敢購買；下游的量販店與餐廳等，還能進口其他地區的牛肉來因應市場改變，但對於僅代理美國牛肉的業者而言，財務上的損失難以估計。

「單以某量販店的出口量來講，十一月就下跌了百分之五十。」業者對這個數字充滿無奈，即使到了十二月，出口量仍比以往少了三成，而他們目前能做的，就是把冷藏牛肉轉成冷凍做為庫存，但冷凍牛肉價錢較為低廉，這中間的成本損失只能自行吸收。除了感受到消費者的壓力，業者還得承受美方不友善的對待，自協議公布後台灣一片紛擾，美方突然無預警停止對台灣出貨一個禮拜，進口業者認為這是美國的一個小警告，表達對台灣反抗美牛態度的不滿。此外，美方只要停止出貨一個星期，加上運送與通關需要三個禮拜到一個月，種種因素都會對進口商的業務與配送造成極大影響，業者表示：「再突然停止出口的話，農曆過年檔期就不用賺了。」



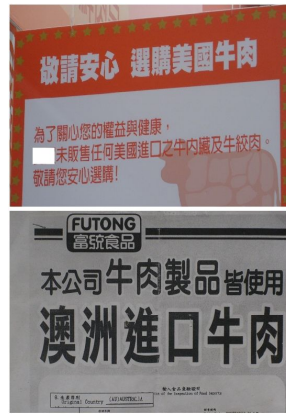
台灣牛的業者從美牛事件中發現商機，在量販店推出為期兩個月的試吃活動，希望趁機搶攻牛肉市場。（攝影／樂嘉妮）

降低顧客疑慮 業者貼標自救

「歡迎試吃無骨牛小排！」賣場的展示小姐煎著鍋裡的牛肉，許多圍觀的消費者第一句話都是：「哪邊的？」聽到不是美國牛肉才敢試吃。消費者魏先生說道：「看媒體這樣報導，暫時不會吃美國牛。」多數消費者與魏先生一樣，以前都有吃美國牛肉的習慣，但看到電視上的新聞還是會怕，雖然不太清楚是什麼病菌，仍然認為要再過一陣子才恢復購買美國牛，這段時間先選用其他產地的牛肉。另一位消費者Bobby鐘則說：「媒體過度渲染，只要不買帶骨就好了。」但是像鐘先生一樣的民眾仍屬於少數，從賣場的銷售額便能說明美牛市場的縮減。

一位不願具名的國內連鎖量販店肉品課員工表示：「美國牛肉銷售量一降，影響的就是整體銷售量。」主因是美國牛肉占了牛肉類品量的一半。以該量販店為例，十月的牛肉銷售量約在九十萬，事件爆發後的十一月便跌至四十五萬，有些客人還會質疑：「美國牛有問題，怎麼還敢賣？」甚至明確表達拒吃美國牛，店家除了要安撫顧客情緒，還要一一解釋去骨與帶骨牛的差別，或建議客人可購買別國產地的牛肉。隨著消費者疑慮不斷增加，該量販店在肉品檯面分配上做了極大改變，以往檯面百分之八十販售的是美國牛肉，剩下的百分之二十則販賣澳洲牛肉；十一月中便將美國牛肉檯面縮小至百分之五十，澳洲牛肉增至三十，最後的百分之二十則引進台灣牛肉。

觀察多家量販店，業者紛紛貼上海報與看板，澄清從未進口美國帶骨牛肉，有販售牛肉產品的商家也都特地貼出標示，註明牛肉的來源地，或強調用美國去骨牛肉，降低消費者的疑慮。商家林冠菱表示：「因為感受到消費者的恐慌，才主動張貼標示。」標示釐清成了業者自保的方法之一。美牛風波開始後，商家養成了觀察媒體的習慣，隨時都要做好備戰準備，防止顧客流失。於二〇一〇年初將繼續進行關於美國牛的修法三讀與公投案審查，美牛事件短時間還不會落幕，這讓本該是在寒冬中大賺商機的牛肉商，必須經歷景氣的寒冬。



販售商的標語看板與來源證明。(攝影／樂嘉妮、宋後緯)



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0