

國立臺灣大學生物資源暨農學院農業經濟學研究所

碩士論文

Department of Agricultural Economics

College of BioResources and Agriculture

National Taiwan University

Master' s Thesis

淘汰種母豬拍賣行為對當地產地市場拍賣價格之分析-以雲林縣為例
Analysis of the Behavior of Culled Sows Auction on the Price
of the Hogs Auction in Local Production Market : A Case
Study of Yunlin County

陳建佑

Jian-You Chen

指導教授：張宏浩 博士

Advisor : Hung-Hao Chang, Ph. D.

共同指導教授：楊豐安 博士

Co-Advisor : Feng-An Yang, Ph. D.

中華民國 114 年 6 月

June, 2025

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書

MASTER'S THESIS ACCEPTANCE CERTIFICATE
NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY



淘汰種母豬拍賣行為對當地產地市場拍賣價格之分析-以雲林縣為例

Analysis of the Behavior of Culled Sows Auction on the Price
of the Hogs Auction in Local Production Market : A Case
Study of Yunlin County

本論文係 陳建佑(P12627008) 在國立臺灣大學農業經濟研究所完成之碩士學位論文，於民國 114 年 06 月 30 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

The undersigned, appointed by the Department / Graduate Institute of Agricultural Economics, National Taiwan University , on June 30, 2025, have examined a Master's Thesis entitled above presented by Chen,Jian-You (P12627008) candidate and hereby certify that it is worthy of acceptance.

口試委員 Oral examination committee:

張宏治

楊豐奇

蔡建廷

(指導教授 Advisor)

殷巧忠

蘇怡如



謝辭

歲月如歌，兩年的學生旅程轉眼落幕。當我執筆寫下這篇謝辭時，內心充滿著感激與感動。重回校園，重新以學生的身分投入學術研究，是一段難得而充實的歷程；而這一切，若沒有一路上許多貴人相伴提攜，將無法走得如此踏實穩健。首先，我要最深地感謝我的指導教授，同時也是本系系主任張宏浩教授。

張教授不僅以嚴謹而睿智的學術態度，引領我在農業經濟領域中不斷思辨與探究，更以寬厚與耐心，包容我在研究歷程中的不安與猶疑。從論文主題的選擇、架構的建置，到資料的整理與分析，每一個環節，張老師都親自指導，不厭其煩地提出寶貴意見。老師常以宏觀的視角協助我釐清研究脈絡，也經常提醒我「做研究不只是求答案，更是學習提問」，這樣的教導，讓我從單純地完成一篇論文，昇華為思考與學習的轉化歷程。在張老師身上，我學到的不僅是學術方法，更是為學為人的態度。張老師堅守專業、溫和謙遜，是我深深敬佩且感恩的典範。同時，我也要誠摯感謝共同指導老師楊豐安副教授。在我研究過程中，楊老師始終給予我實質上的幫助與精神上的支持。特別是在資料整理與數據分析的環節，楊老師運用其豐富的實務經驗與產業視野，幫助我更精確地掌握分析重點，並指出值得延伸的研究觀點。每一次與楊老師的討論，總能激盪出新的想法，也讓我對自己的研究更加有信心。老師對學生的鼓勵、對學術的熱情，都是我努力不懈的動力來源。

回顧這兩年的學生生活，我從原本熟悉的職場環境，跳脫進入理論與數據交織的學術場域，初始有些不安與懷疑，但在老師們的引領下，我逐漸找到自己的節奏，也逐步體會到學術思維的美好。每天在圖書館閱讀文獻、在電腦前反覆試跑模型、在會議室中簡報初步成果，這些看似枯燥的日常，卻也成為我人生中最富價值的一段時光。回校深造對我而言，不僅是學習知識，更是一場對人生高度與寬度的探索與再造。在學術的磨鍊下，我學會了從多角度思考問題、以數據為依據進行推論，也更加能夠耐心傾聽不同意見、以理性態度面對挑戰。這些經驗與能力，將成

為我未來人生路上的寶貴資產。感謝張宏浩教授與楊豐安副教授在我學習路上點燃的那盞明燈，使我得以在迷霧中堅定前行。

除了兩位恩師，我也要感謝農業經濟學研究所的所有師長與同學。課堂上的討論、研究中的互助、生活中的陪伴，都是我難以忘懷的回憶。研究所是一個多元的學習場域，不同背景同學們帶來不同的觀點與想法，激盪出許多有深度的交流。這樣的氛圍，讓我時常感受到求知的樂趣與思想的自由，也讓我更能擁抱多樣性、欣賞差異性。此外，也感謝行政人員的協助，讓我在各項申請與行政流程中少了許多阻礙；感謝協助資料蒐集與分析的各界夥伴，您的協助讓我的研究更為完整。

最後，我想感謝我的家人。感謝你們對我重返校園的理解與支持，感謝你們默默承擔生活中的責任，好讓我能無後顧之憂地全心投入研究。在我壓力大、情緒低落的時候，是你們的關心與陪伴，給了我繼續堅持的力量。這份碩士學位，不只是屬於我個人，更是我們全家人共同努力的成果。碩士求學之路雖然暫告一段落，但我相信，這段經歷將繼續影響我的未來。透過研究，我不僅深入理解農業與經濟的交會，也重新思考人與土地、產業與政策的關係。而在這背後，是一群願意傾注心力、無私傳授知識與經驗的師長們，構築起我通往更寬闊人生的橋梁。再次感謝所有在這段旅程中支持我、鼓勵我、啟發我的人。謝謝你們，讓我有勇氣重新開始，也有能力堅持到底。願未來的我，能夠不負所學、不忘初心，繼續在不同的場域中發光發熱，回應曾經被成就的自己。

—謹以此文，致上最誠摯的謝意。

陳建佑 謹誌於

國立台灣大學農業經濟研究所

中華民國 114 年 6 月

摘要



本研究以 112 年至 113 年間雲林縣肉品市場的週資料 105 筆為樣本，運用線性迴歸模型分析影響肉豬拍賣價格的因素 3 類，共計 9 項相關因素，包含雲林縣肉品市場拍賣數據 4 項，淘汰種母豬平均價格、豬隻拍賣數量、是否有淘汰種母豬品項拍賣及肉豬拍賣競標人數；因節慶而休市相關數據 4 項，豬隻拍賣當週是否因農曆春節、端午節、中元節及中秋節發生而休市；以及豬隻拍賣發生時間是否在 113 年。並透過逐步迴歸分析篩選最具解釋力的變數。其中雲林縣肉品市場為臺灣所有肉品市場中有辦理淘汰種母豬拍賣之肉品市場，針對此特殊性納入分析。結果顯示，淘汰種母豬拍賣相關數據對於肉豬拍賣價格影響有限。

關鍵字：肉豬拍賣價格、淘汰種母豬拍賣、雲林縣肉品市場

Abstract



This study used 105 weekly records from 2023 to 2024 at the Yunlin County Meat Market as the sample. A linear regression model was employed to analyze three categories of factors—nine variables in total—that may influence the auction price of hogs. These included four variables from auction data at the Yunlin Meat Market: the average price of culled sows, the number of hogs auctioned, whether culled sows were auctioned that week, and the number of bidders. Four other variables reflected market closures due to traditional festivals, specifically the weeks during Lunar New Year, Dragon Boat Festival, Ghost Festival, and Mid-Autumn Festival. The final variable examined whether the auction occurred in 2024 . A stepwise regression analysis was used to identify the most influential explanatory variables. Yunlin County Meat Market is unique among Taiwan’ s meat markets in that it conducts auctions for culled sows, and this special feature was included in the analysis. Results indicated that data related to culled sow auctions had limited impact on the price of hogs.

Key words: Auction price of hogs, Auction price of culled sows, Yunlin County Meat Market

目次



謝辭	I
摘要	III
ABSTRACT	IV
目次	V
圖次	VI
表次	VII
第一章 前言	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	10
第二章 產業背景	13
第一節 臺灣市場商用肉豬介紹	13
第二節 臺灣肉品市場及豬隻交易模式介紹	19
第三節 臺灣進入肉品市場肉豬	25
第三章 文獻回顧	28
第一節 臺灣養豬產業政策回顧	28
第二節 其他相關文獻回顧	29
第四章 研究方法	33
第一節 研究設計	33
第二節 資料來源	33
第五章 實證模型分析結果	35
第一節 敘述性統計分析	35
第二節 迴歸模型與分析結果	39
第六章 結論與建議	51
第一節 結論	51
第二節 建議	53
參考文獻	55

圖次



圖 1-1. 近年養豬產業重要政策大事紀	5
圖 1-2. 103 至 112 年豬肉市售平均價格及毛豬拍賣平均價格	6
圖 1-3. 2023 年前六大養豬廠分佈圖	7
圖 1-4. 104 年至 113 年雲林縣肉品市場淘汰種母豬拍賣數量	10
圖 1-5. 104 年至 113 年雲林縣肉品市場肉豬及淘汰種母豬平均價格	11
圖 2-1. 藍瑞斯豬	14
圖 2-2. 約克夏豬	15
圖 2-3. 杜洛克豬	15
圖 2-5. 桃園豬	17
圖 2-6. 梅山豬	18
圖 2-7. 盤克夏豬	18
圖 2-8. 英國大黑豬	19
圖 2-9. 雲林縣肉品市場豬隻拍賣流程	22
圖 2-10. 彰化縣肉品市場拍賣場	23
圖 2-11. 拍賣系統承銷商競價器	23
圖 2-12. 雲林縣肉品市場買賣交易系統簡介	24
圖 2-13. 臺灣豬隻上市年平均重量	26
圖 5-1. 豬隻拍賣平均價格及數量圖	38
圖 5-2. 豬隻拍賣平均價格及肉豬競標人數圖	39

表次



表 1-1. 103 至 112 年農業、畜牧業及養豬業產值表	2
表 1-2. 103 至 113 年臺灣豬肉自給率	3
表 1-3. 104 至 113 年毛豬拍賣頭數	9
表 2-2. 112 年及 113 年各地區毛豬拍賣上市平均體重	26
表 5-1. 豬隻拍賣各項影響因素敘述統計	37
表 5-2. 本研究被解釋變數	40
表 5-3. 本研究解釋變數	41
表 5-4. 肉豬平均價格估計結果 I	44
表 5-5. 肉豬平均價格估計結果 II	45
表 5-6. 肉豬平均價格估計結果 III	46
表 5-7. 肉豬平均價格估計結果 IV	47
表 5-8. 肉豬平均價格估計結果 V	48
表 5-9. 肉豬平均價格估計結果 VI	49
表 5-10. 肉豬平均價格估計結果 VII	50



第一章 前言

第一節 研究背景與動機

依據行政院主計總處資料，臺灣整體國內生產毛額（GDP）結構中，服務業的比重最高，占比達 61.72%，顯示服務導向的經濟型態已成主流；其次為工業，占比 36.79%；農業的比重雖然相對較低，僅占 1.49%，但其在維繫糧食安全、農村發展及地方經濟中仍扮演不可忽視的角色。

進一步觀察農業內部的產值結構（如表 1-1 所示），可以發現過去十年間畜牧業在農業中的產值占比呈現逐步上升的趨勢。自民國 106 年（2017 年）以後，畜牧業的占比從約 30.04%穩定增長至 112 年（2023 年）的 37.00%，顯示畜牧業在整體農業經濟中的地位逐漸提升。這一趨勢反映出台灣畜產品需求穩定，並且畜牧產業透過技術升級、疾病防控及供應鏈改善，持續展現出產值成長的潛力。

在畜牧業的各項產業中，養豬業雖然整體比重呈現逐年緩步下降的趨勢，從 103 年時占畜牧業產值的 45.57%，逐年下滑至 112 年的 39.60%，但其在整體產值上的表現卻相對穩定，始終維持在每年 700 至 850 億元之間，甚至在近年呈現上升態勢，顯示其依舊是畜牧產業中最具經濟規模與產值貢獻的子產業之一。這樣的穩定表現不僅代表其在產業鏈中具備不可忽視的重要性，也反映出台灣在豬肉消費需求上的高度依賴。更值得一提的是，在 111 年與 112 年，養豬業的產值分別達到 798 億元與 851 億元，創下近 10 年來的高點，顯示該產業在面對國際原物料價格波動、疫病風險、以及市場結構轉變等多重挑戰下，仍能憑藉自身產銷體系的韌性與政策扶持力量，穩健推進。

從整體畜牧業發展角度觀察，即便養豬業在產值占比上略有下降，但其在飼料供應、屠宰加工、冷鏈物流及肉品銷售等相關產業上，仍扮演著核心關鍵的角色。透過上中下游垂直整合與現代化管理的導入，養豬業不僅帶動就業與農村經濟發



展，也逐步朝向高值化與永續經營的方向邁進。養豬業雖在比例上略見下修，但其產值穩健、產業鏈完整，且在政策引導與市場需求的共同驅動下，仍為台灣畜牧產業中不可或缺的主力支柱。未來如能持續強化生產效率、落實動物福利與環境友善措施，並善用國產豬品牌形象，將有望進一步鞏固其在國內市場的主導地位，甚至拓展外銷潛力，創造更多經濟與社會效益。

表 1-1. 103 至 112 年農業、畜牧業及養豬業產值表

單位：億元

年度	農業產值	畜牧業產值	養豬業產值	畜牧業占比 ¹	養豬業占比 ²
103	5,203	1,686	768	32.41%	45.57%
104	5,036	1,639	717	32.56%	43.76%
105	5,202	1,654	714	31.79%	43.17%
106	5,455	1,639	756	30.04%	46.11%
107	5,255	1,667	704	31.72%	42.21%
108	5,121	1,628	709	31.79%	43.58%
109	5,036	1,686	715	33.48%	42.39%
110	5,359	1,856	767	34.64%	41.32%
111	5,625	2,042	798	36.29%	39.11%
112	5,810	2,149	851	37.00%	39.60%

備註：

畜牧業占比¹：畜牧業占農業比例（畜牧業/農業）

養豬業占比²：養豬業占畜牧業比例（養豬業/畜牧業）

資料來源：農業統計年報；本研究彙整

從另外一項數據來看（表 1-2），臺灣自 103 年迄 113 年間，國產豬肉的自給率整體而言相當穩定，多數年度皆維持在 90% 以上，顯示出我國豬肉產業具有高度的自給能力與消費者信賴基礎。儘管農業在整體國內生產毛額中占比較小，豬肉卻是民生必需且需求穩定的重要食材，長期以來支撐著國內肉品市場的穩定與安全。從自給率變化趨勢來看，除了 112 年略降至 89.16%，其餘年度幾乎都穩定維



持在九成以上的水準，反映出台灣豬肉在供應量、價格調控與市場接受度上的整體表現良好。

值得注意的是，各年度政策變化對豬肉自給率的影響明顯，尤其是與進口豬肉相關的市場調節措施。例如，112 年政府為穩定豬肉價格與調節供應，啟動為期近 5 個月的進口豬肉補貼政策（維穩我國豬肉供應及建立國內豬肉儲備量獎勵），以建立國內豬肉儲備量並因應可能的價格波動，雖導致當年度自給率跌破 90%，但也展現出政府透過市場工具平衡供需的能力與彈性。而 112 年補貼措施結束後，113 年自給率迅速回升至 90.66%，證明國產豬肉的生產體系依然具有穩定回應市場變動的能力。

表 1-2. 103 至 113 年臺灣豬肉自給率

單位：公噸

年度	國產豬肉	進口豬肉	總供給量	自給率 ¹
103	815,252.802	47,807.864	863,060.666	94.46%
104	832,182.738	81,721.286	913,904.024	91.06%
105	827,040.992	58,831.646	885,872.638	93.36%
106	811,235.941	84,670.651	895,906.592	90.55%
107	828,645.217	83,457.770	912,102.987	90.85%
108	819,735.095	84,341.351	904,076.446	90.67%
109	843,855.622	60,547.209	904,402.831	93.31%
110	824,963.133	62,361.433	887,324.566	92.97%
111	808,847.449	89,318.748	898,166.197	90.06%
112	783,663.017	95,282.898	878,945.915	89.16%
113	775,885.750 ²	79,953.276	855,839.026	90.66%

備註：

自給率¹：國產豬肉 / (國產豬肉 + 進口豬肉)

775,885.750²：113 年屠宰衛生檢查頭數 x 畜產資訊行情網規格豬均重¹屠宰率 82.5% 計算

資料來源：農業部統計資料查詢；本研究彙整



此外，若觀察歷年自給率特別高的年度，可發現政策（圖 1-1）與產業之間的呼應效果。103 年自給率達 94.46%，為近十年最高，該年雖發生中國國台辦首次宣布禁止台灣豬肉進口事件，但未對國內供需造成重大衝擊，顯示內需市場的穩定性。105 年自給率 93.36%，正值政府積極推動「國產生鮮豬肉追溯」制度，讓消費者能輕鬆掌握豬肉來源，增強對國產豬肉的信任，提升市場購買意願。109 年自給率達 93.31%，該年除了推動淘汰種母豬屠宰補貼政策外，亦實施「臺灣豬證明標章」政策，鼓勵商家明確標示自家產品為國產豬肉，更加提升國產豬肉自信心，在面對即將開放萊克多巴胺美豬進口壓力下，更給予消費者明確的資訊辨識與選擇權，使國產豬肉得以穩固市場地位。即便在 110 年全面開放含萊克多巴胺豬肉進口，當年度自給率仍能維持在 92.97%，足見前期政策部署已發揮成效。

整體而言，臺灣豬肉自給率長期穩定，背後除了豬農生產效率的提升外，更仰賴政府在政策面所做的積極介入與前瞻布局，特別是在產地標示、市場分流、緊急調節與消費信心維繫等方面發揮了重要作用。未來在面對國際市場開放、成本壓力與消費型態變化的挑戰下，持續強化國產豬肉的可追溯性、食品安全保障與品牌識別，將是提升自給率與產業韌性的關鍵。

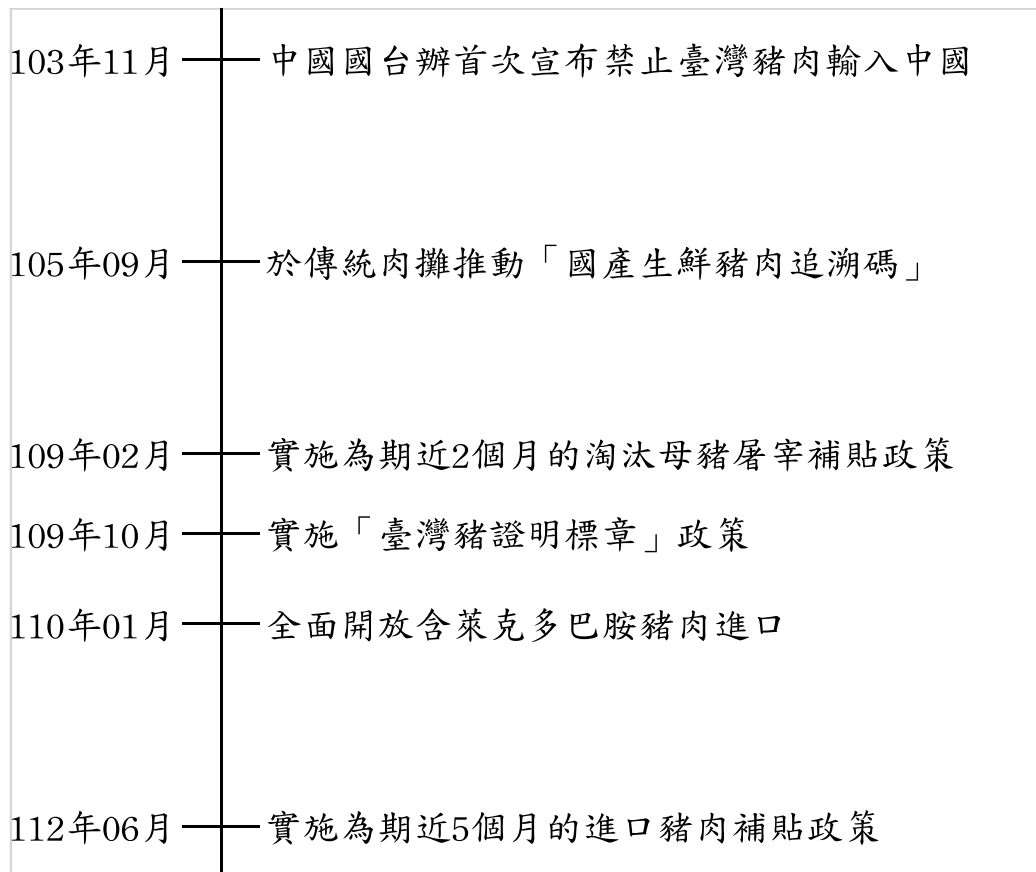
從圖 1-2 顯示，臺灣近十年來毛豬拍賣價格與市場端豬肉價格呈現明顯上升趨勢。毛豬拍賣年平均價格自 103 年的 77.77 元／公斤上升至 112 年的 89.61 元／公斤，累計漲幅超過 15%；而市售平均豬肉價格亦由 94.25 元／公斤上漲至 108.62 元／公斤，反映出整體豬肉產業鏈的價格壓力已逐步轉嫁至消費端。這樣的價格調整幅度，遠高於同期整體消費者物價指數（CPI）中「食物類」年增率的平均水平，顯示豬肉價格波動對一般家庭的實際生活支出影響甚鉅。

進一步分析可發現，雖然物價總體年增率多數年度均維持在 6% 以下，屬可控制範圍內，但豬肉價格年增率則時常突破此一界線，甚至在特定年度如 110 年與 112 年，毛豬與市售價格雙雙呈現跳躍式成長。這種高於平均通膨幅度的波動，使豬肉成為消費者特別有感的物價項目之一。由於豬肉在台灣飲食文化中具有極高



的日常消費比重，價格上漲直接影響民眾日常餐桌開銷，不僅對中低收入家庭造成更大壓力，也對整體社會的通膨感受度形成加乘效果。

圖 1-1. 近年養豬產業重要政策大事紀



資料來源：農業部；財團法人中央畜產會；本研究彙整

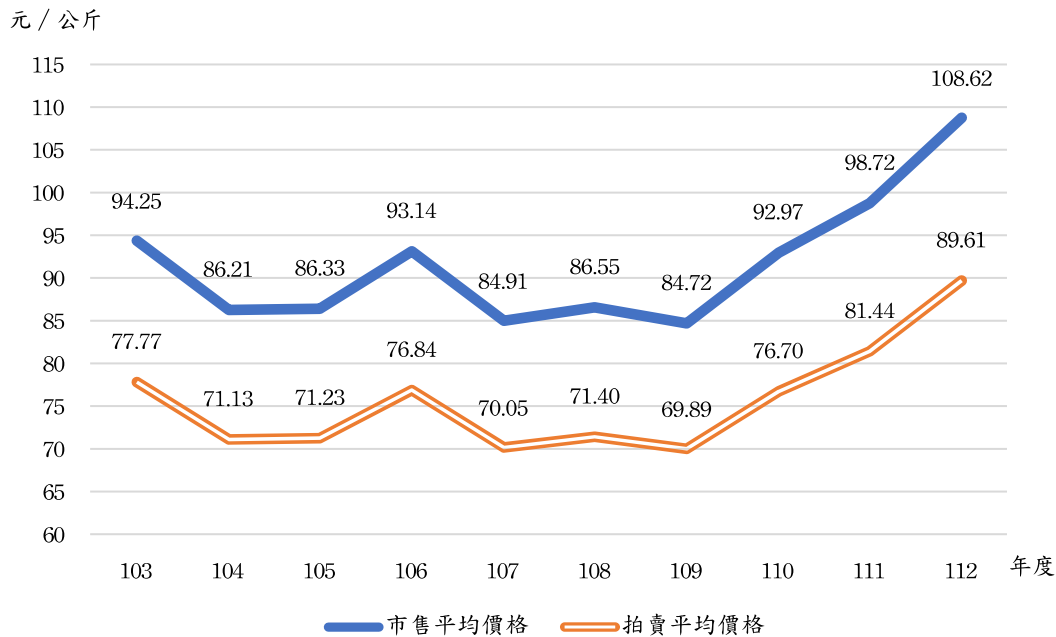
值得注意的是，毛豬拍賣價格與市售價格的變化通常存在一定的連動性，顯示上游生產端的成本波動快速反映至零售市場。在這樣的價格傳導機制下，當飼料價格、運輸成本或政策變動（例如開放進口、補貼調整）影響到毛豬價格時，消費者幾乎無可避免地要承擔價格上升所帶來的生活負擔。

因此，從物價結構與民生消費角度來看，如何穩定豬肉價格成為政府與產業政策中不可忽視的重要課題。除需持續強化本土生產效率與降低養殖成本外，也應加強豬肉市場資訊透明度、完善產銷調節機制，並適時推動平抑價格措施，以穩定



民生必需品價格並減緩通膨壓力對家庭支出的衝擊，進一步確保食品安全與社會穩定。

圖 1-2. 103 至 112 年豬肉市售平均價格及毛豬拍賣平均價格



資料來源：農業部統計資料查詢及畜產行情資訊網；本研究彙整

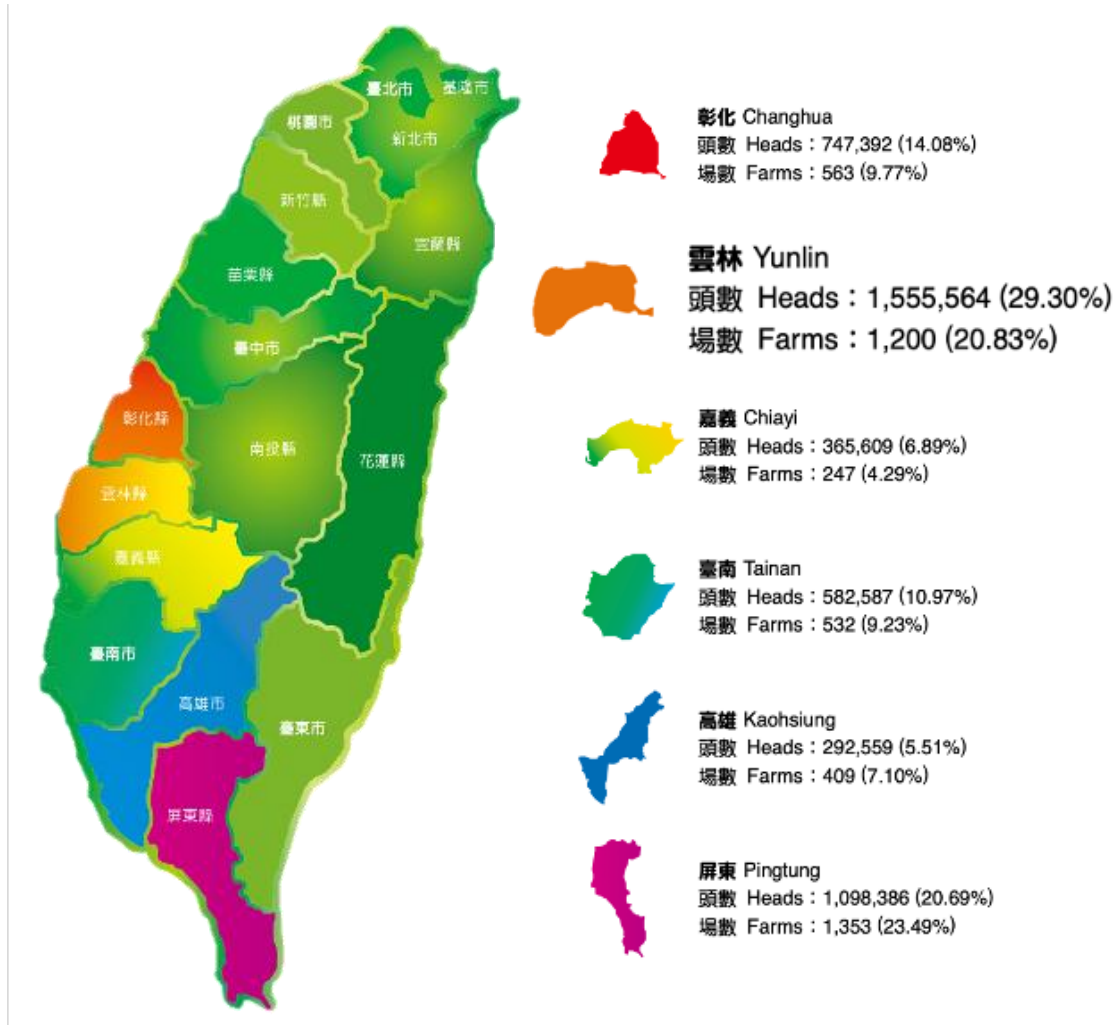
綜上所述，豬肉作為一個臺灣生活必需品，而國人對於豬肉的偏好，不論在口味或是烹飪條件上，約 90% 以上會選擇國產豬肉，因此，豬肉來源更需仰賴國內豬隻飼養。

根據財團法人中央畜產會 2023 年養豬統計手冊資料顯示，雲林縣全縣豬隻飼養場總數約達 1,200 餘場，豬隻飼養總頭數為 1,555,564 頭，占據全國總飼養頭數的 29.30% (圖 1-3)，遠超其他縣市，是當之無愧的「全國最大養豬縣」。從畜牧產業空間分布來看，雲林縣已形成密集的豬隻飼養聚落，其養豬業不僅影響本縣農業結構，更對全國豬肉供應鏈穩定性具有深遠影響。此外，根據統計，全國年均豬隻屠宰頭數約介於 750 萬至 800 萬頭之間，其中通過肉品市場進行毛豬拍賣的年均成交頭數約為 620 萬至 700 萬頭。而本研究進一步引據表 1-3 之數據觀察



指出，全國約有十分之一的豬隻於雲林縣肉品市場進行拍賣交易，即每年約有超過60萬頭豬隻經由該市場交易，交易量規模居全國之冠。

圖 1-3. 2023 年前六大養豬縣分佈圖



資料來源：財團法人中央畜產會



這樣的交易規模顯示，雲林縣肉品市場不僅是地方市場，更在全國豬隻拍賣體系中扮演核心節點角色。該市場所形成的拍賣價格機制，極有可能成為全國市場價格的風向球與基準點。不論是交易價格、拍賣模式、季節性供應變動，甚至節慶期間的休市安排，其影響力皆有向全國其他市場擴散之趨勢。從制度面角度來說，雲林縣肉品市場之拍賣運作，不僅為豬農與買方之間提供了透明的交易平台，也透過每日拍賣價格的公開化與市場化機制，發揮了價格資訊傳遞與市場調節功能。由於該市場涵蓋雲林縣內廣大畜牧戶所生產的豬隻，拍賣成交價更具代表性、公信力與參考價值。

另一方面，市場拍賣模式的活躍程度也反映了農戶對市場機制之依賴程度與當地畜產物流體系的成熟程度。尤其在肉品產業競爭日益激烈、國際市場開放加劇的背景下，雲林縣肉品市場作為區域與全國交易平台的機能顯得尤為重要。透過穩定的交易量與價格機制，不僅協助農戶減少價格波動風險，亦可提升市場預測與供應調節能力。

綜合而言，雲林縣肉品市場具備全國指標性地位，其在產地交易量、價格引導能力及市場制度成熟度方面，皆具有領先地位。未來相關政策若針對豬隻產銷制度調整、拍賣市場數位升級、價格穩定機制設計，應將雲林縣肉品市場作為試點或樣板市場進行優先布局與政策導入，以發揮最大政策綜效，並有效帶動全國其他豬隻交易市場升級轉型。



表 1-3. 104 至 113 年毛豬拍賣頭數

年度	全國	雲林縣	雲林縣占比
104	7,057,047	685,002	9.71%
105	7,023,876	697,672	9.93%
106	6,800,252	631,720	9.29%
107	6,864,055	702,597	10.24%
108	6,744,675	698,945	10.36%
109	6,941,443	738,239	10.64%
110	6,753,556	723,439	10.71%
111	6,619,550	724,155	10.94%
112	6,247,445	739,171	11.83%
113	6,227,391	720,797	11.57%

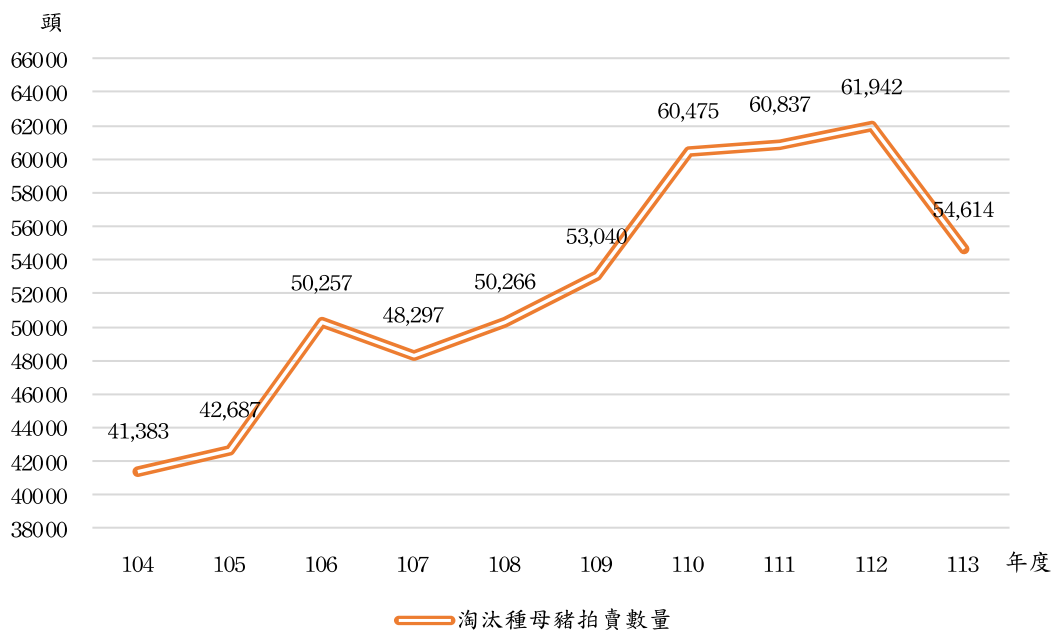
資料來源：農業部畜產行情資訊網；雲林縣肉品市場股份有限公司；本研究彙整



第二節 研究目的

一般消費者能夠於一般通路購買到的肉豬，大多是介於 95 至 155 公斤之間，肉品市場定義為規格豬，經過許多道加工手續後的豬肉。簡單來說，從工廠的角度說明，肉豬畜牧場就是生產「肉豬」這項終端產品的工廠；而種母豬則是屬於生產過程中使用到的財產，當財產到了一定的使用年限後，會估算他的殘值，以「淘汰種母豬」這項產品出售，最終與肉豬同樣進入消費市場。因此，在肉豬畜牧場中，淘汰種母豬可以說是生產肉豬的副產物。

圖 1-4. 104 年至 113 年雲林縣肉品市場淘汰種母豬拍賣數量



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司；本研究彙整

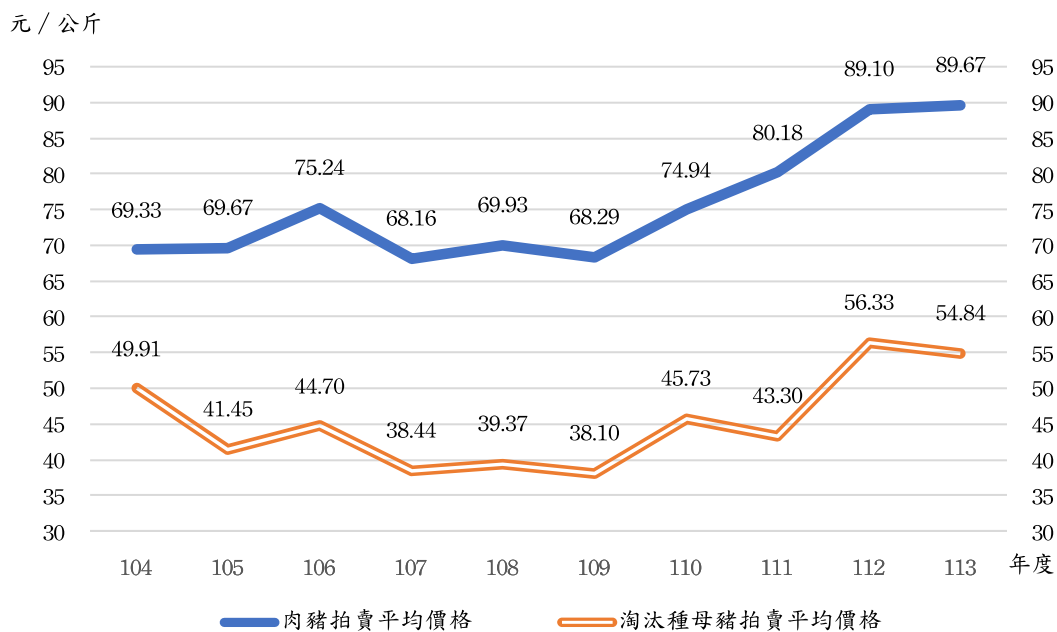
雲林縣肉品市場作為一個具有指標性的豬隻交易市場，在一般肉豬畜牧場母豬更新率 35%至 50%情況下 (Hindsborg 和 Kristensen, 2019)，雲林縣所有肉豬場在養頭數，以 2023 年養豬統計手冊資料 155 萬 5,564 頭計算，估算母豬在養頭數約 10%，15 萬 5,556 頭，每年更新母豬頭數約 5 萬 4,444 頭至 7 萬 7,778 頭之間，符合 104 至 113 年雲林縣肉品市場淘汰種母豬拍賣數量 (圖 1-4) 實際統計



數量，因此，雲林縣肉品市場對於當地淘汰種母豬能形成一個量體，特別與一般肉豬分開，將「淘汰種母豬」獨立進行拍賣。

而淘汰種母豬拍賣的成交價格有別於一般肉豬價格，如圖 1-5 雲林縣肉品市場提供資料來看，兩者價格的區間可以達到約 20 元／公斤至 30 元／公斤；但就畜牧場飼養角度而言，兩者所使用的飼料、人力及物力資源除了配比上有不同，基本使用大致相同，另外，圖 1-5 也顯示，淘汰種母豬拍賣價格的波動與肉豬拍賣價格的波動有部分重合，價格趨勢也有相當程度的關係。

圖 1-5. 104 年至 113 年雲林縣肉品市場肉豬及淘汰種母豬平均價格



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司；本研究彙整

對於畜牧場而言，種母豬是生產肉豬過程中的必要成本；對於消費市場來說，兩者最終產品型態都為豬肉，但一般肉豬飼養週期約 7 至 8 個月，種母豬飼養週期則拉長至 5 至 6 年，甚至更長，因此，就肉質的鮮嫩度而言，使兩者進入消費市場的用途就有所不同。肉豬於消費市場中呈現的方式多為，分切加工後的原型食物為主，種母豬於消費市場中呈現的型態多為，再製加工後的加工食品，如貢丸、獅



子頭等商品，但各項產品仍然會因為販售者的行銷方針或是成本考量，是否使用「肉豬」或「淘汰種母豬」而有多項考慮，因此，兩項產品在加工市場上仍然有部分替代性。

綜上所述，本研究中主要探詢的「肉豬」及「淘汰種母豬」在實際使用，依據終端產品的性質，具有部分替代性；但在豬隻交易市場中，兩者價差甚遠，購買者是否會因為「淘汰種母豬」價格較低，而影響購買「肉豬」的意願，造成肉豬價格受到不同程度上的影響，並同時探討其他因素，包含肉豬供應量、肉豬需求量及臺灣特殊節慶造成肉品市場休市的影響程度。



第二章 產業背景

第一節 臺灣市場商用肉豬介紹

臺灣一般消費者所購買的豬肉品種來源主要可分為兩個種類，分別為白毛豬和黑毛豬，而有進入肉品市場拍賣的為白豬，簡單分辨兩者可用外觀皮膚顏色區分。所為商用肉豬的白毛豬為皮膚大部分為白色雜交豬種，偶有灰黑色斑點或色塊；商用肉豬的黑毛豬則為本土黑豬或是與國外深色豬種雜交後黑豬。

壹、臺灣商用肉豬白毛豬：

臺灣商用肉豬的白毛豬為雜交品系豬隻，主要可以簡單分為三種類型，二元雜交、三元雜交及四元雜交（農業知識入口網，2024），其使用種豬品種為圖 2-1 的藍瑞斯（Landrace, L）、圖 2-2 的約克夏（Yorkshire, Y）及圖 2-3 的杜洛克（Duroc, D）三個純品系進行雜交（圖 2-4），雜交後皮膚及毛色大部分為白色，有部分會帶有灰黑色斑點或色塊。

一、二元雜交：

藍瑞斯（L）作為母豬，杜洛克（D）作為公豬進行雜交，配種出 LD 雜交品系做為肉豬。

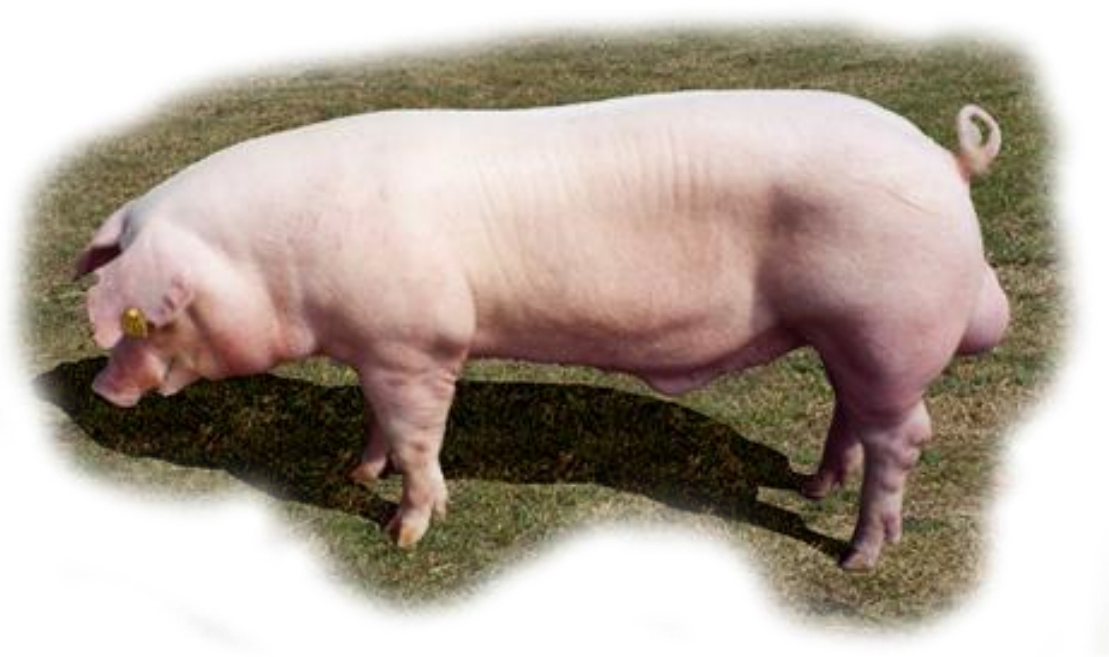
二、三元雜交：

藍瑞斯（L）作為母豬，約克夏（Y）作為公豬進行雜交，配種出 LY 雜交品系做為商用肉豬種母豬（LY），在此基礎下再與杜洛克（D）公豬進行配種，配種出 LYD 雜交品系做為肉豬，此為臺灣商用肉豬最常使用方式。（羅玲玲，2004）

三、四元雜交：

藍瑞斯 (L) 作為母豬，約克夏 (Y) 作為公豬進行雜交，配種出 LY 雜交品系做為商用肉豬種母豬 (LY)，再以藍瑞斯 (L) 作為母豬，杜洛克 (D) 作為公豬進行雜交，配種出 LD 雜交品系做為商用肉豬種公豬 (LD)；以前兩者母豬 (LY) 及公豬 (LD) 進行配種，配種出 LYLD 雜交品系做為肉豬。

圖 2-1. 藍瑞斯豬



資料來源：畜產種原資訊網



圖 2-2. 約克夏豬



資料來源：畜產種原資訊網

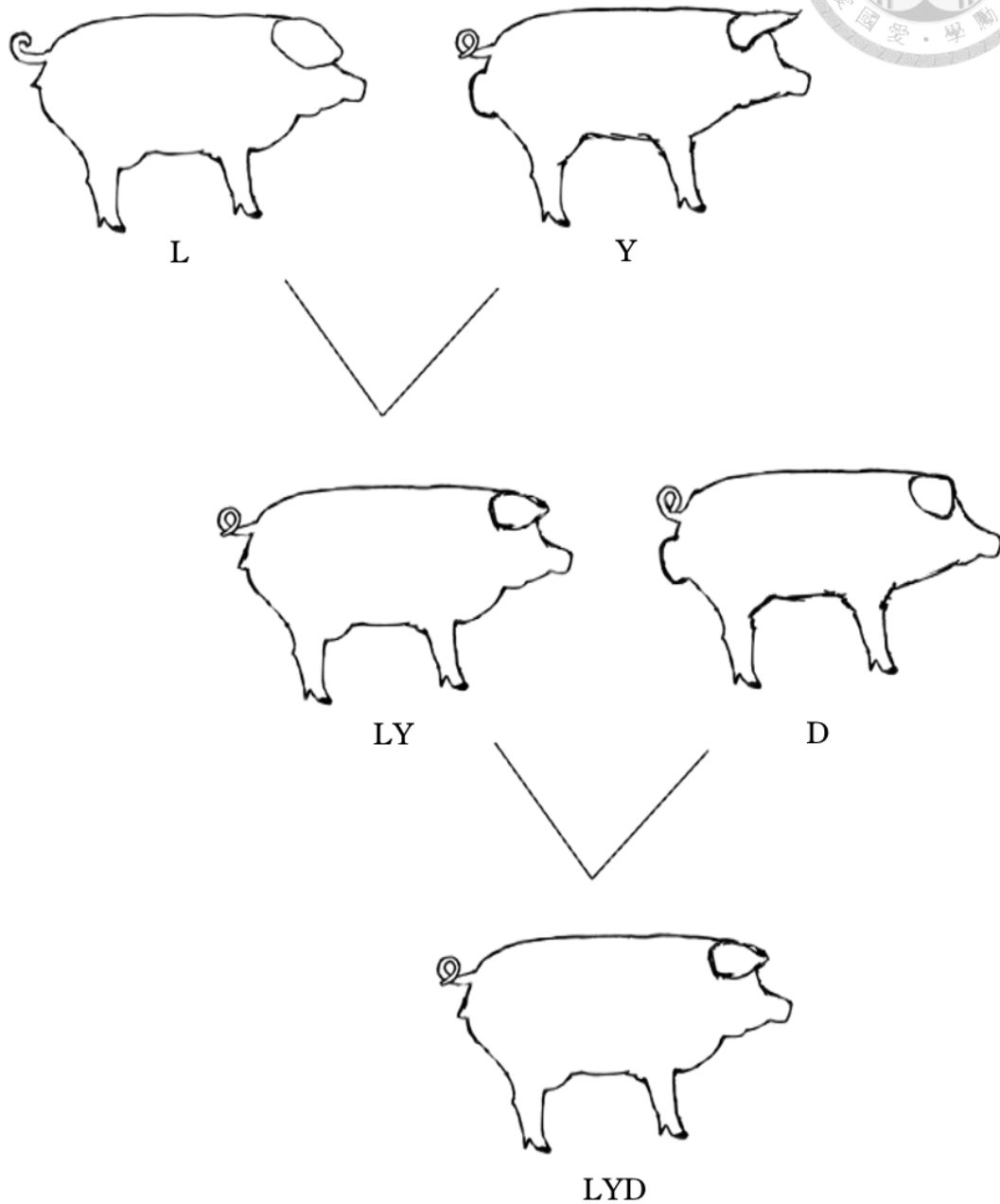
圖 2-3. 杜洛克豬



資料來源：畜產種原資訊網



圖 2-4. 臺灣商用肉豬白毛豬雜交示意圖



資料來源：本研究整理

貳、臺灣商用肉豬黑毛豬：

臺灣商用肉豬的黑毛豬，一般產業界可大致分為兩種類型，其稱呼為「土黑」或「大黑」。一般來說本土黑毛豬桃園 (Taoyuan, T)、梅山 (Meishan,



M) 飼養較長於白毛豬，約在 1 年以上，而經過選拔育種的本土黑毛豬，業界稱之為「土黑」；而「大黑」係指大黑毛豬，主要是利用本土黑毛豬肉質特性，搭配國外黑豬精肉型和生長快速特性做雜交，產生雜交優勢，使雜交肉豬黑毛豬能既符合國人食用口感，並兼顧商用價值的生長效率。（陳佳萱，2025）

一、大黑豬：

大黑多指具有杜洛克、盤克夏(Berkshire, B)或英國大黑豬(Large Black, Lb) 等血統與本土黑毛豬雜交，飼養期可縮短至 6 至 9 個月。

二、土黑豬：

土黑來源大多是指畜試所保種的族群，耐粗食、長壽且適合簡陋環境的桃園豬與梅山豬，飼料加廚餘的飼養方式，上市時間須至少 10 個月以上。

圖 2-5. 桃園豬



資料來源：畜產種原資訊網



圖 2-6. 梅山豬



資料來源：畜產種原資訊網

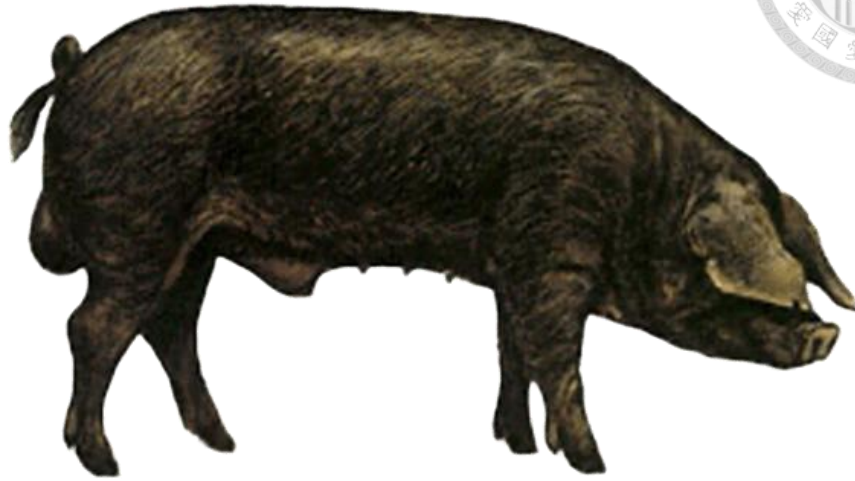
圖 2-7. 盤克夏豬



資料來源：畜產種原資訊網



圖 2-8. 英國大黑豬



資料來源：未知

第二節 臺灣肉品市場及豬隻交易模式介紹

壹、臺灣肉品市場介紹

臺灣包含外島地區，依據農業部動植物防疫檢疫署核准家畜屠宰場登記總數量總共有 56 場，可屠宰豬隻品項有 55 場，其中仍有在辦理毛豬拍賣之肉品市場有 20 處(台灣地區肉品市場年報，2024)，包含新北市肉品市場、桃園市肉品市場、新竹縣肉品市場股份有限公司、苗栗肉品市場股份有限公司、臺中市大安區肉品市場、彰化縣肉品市場股份有限公司、南投縣農產運銷股份有限公司、雲林縣肉品市場股份有限公司、嘉義市肉品市場股份有限公司、臺南市肉品市場股份有限公司、臺南市肉品市場股份有限公司安南肉品市場、高雄肉品運銷股份有限公司、高雄市鳳山區農會綜合市場(鳳山肉品市場)、高雄市鳳山區農會綜合市場(鳳山肉品市場旗山分場)、高雄市岡山肉品市場、屏東縣肉品市場股份有限公司、宜蘭肉品市場股份有限公司、花蓮縣農產運銷股份有限公司、臺東縣農產股份有限公司及澎湖縣肉品市場股份有限公司。辦理毛豬拍賣場肉品市場可分為縣政府及農會出資 2 項系統，分類如表 2-1。



貳、臺灣肉品場豬隻交易模式

肉品市場豬隻交易已拍賣模式進行，而拍賣過程中買賣雙方以供應商及承銷商稱呼。供應商係指具有特定肉品市場提供豬隻進入肉品市場拍賣資格之人或法人；承銷商係指具有特定肉品市場豬隻拍賣競價資格之人或法人，每一肉品市場供應商及承銷商資格各自獨立。

表 2-1. 全國辦理毛豬拍賣肉品市場

項目	縣市地區	肉品市場	投資單位
1	新北市	新北市肉品市場	新北市農會
2	桃園市	桃園市肉品市場	桃園市農會
3	新竹縣	新竹縣肉品市場股份有限公司	新竹縣政府
4	苗栗肉	苗栗肉品市場股份有限公司	苗栗縣政府
5	臺中市	臺中市大安區肉品市場	臺中市大安區重農會
6	彰化縣	彰化縣肉品市場股份有限公司	彰化縣政府
7	南投縣	南投縣農產運銷股份有限公司	南投縣政府
8	雲林縣	雲林縣肉品市場股份有限公司	雲林縣政府
9	嘉義市	嘉義市肉品市場股份有限公司	嘉義市政府
10	臺南市	臺南市肉品市場股份有限公司	臺南市政府
11	臺南市	臺南市肉品市場股份有限公司 安南肉品市場	臺南市政府
12	高雄肉	高雄肉品運銷股份有限公司	高雄市政府
13	高雄市	高雄市鳳山區農會綜合市場 (鳳山肉品市場)	高雄市鳳山區農會
14	高雄市	高雄市鳳山區農會綜合市場 (鳳山肉品市場旗山分場)	高雄市鳳山區農會
15	高雄市	高雄市岡山肉品市場	高雄市岡山區農會



16	屏東縣	屏東縣肉品市場股份有限公司	屏東縣政府
17	宜蘭肉	宜蘭肉品市場股份有限公司	宜蘭縣政府
18	花蓮縣	花蓮縣農產運銷股份有限公司	花蓮縣政府
19	臺東縣	臺東縣農產股份有限公司	臺東縣政府
20	澎湖縣	澎湖縣肉品市場股份有限公司	澎湖縣政府

備註：

排序方式由北至南，由西至東，本島至外島

資料來源：本研究彙整

豬隻拍賣流程每一肉品市場大同小異，以雲林縣肉品市場為例（圖 2-10）：

一、供應商：

- （一）載運豬隻進入肉品市場後，繳交家畜健康聲明書及消毒紀錄表等必須表單。
- （二）完成前項手續，經肉品市場確認後，得將毛豬載至該肉品市場指定繫留區域卸豬，讓豬隻暫做休息。
- （三）供應商進行抽籤，決定當日拍賣順序，拍賣順序以供應商為最小單位批次進行。

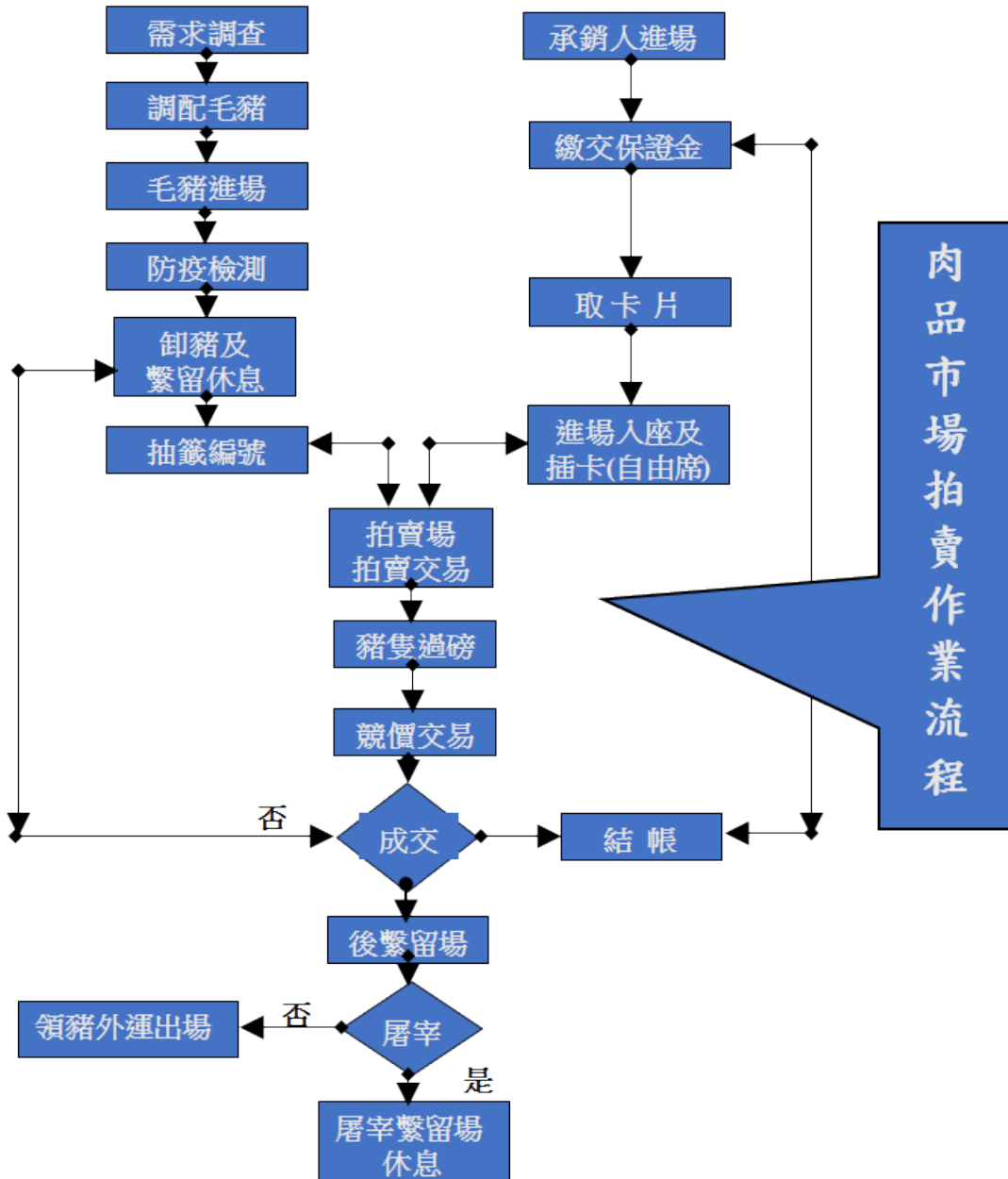
二、承銷商：

- （一）繳納保證金，並以繳納保證金額度不同，得競拍不同豬隻數量，保證金額度依各肉品市場自訂。
- （二）領取豬隻拍賣競價用卡片，並可自由進入承銷商區域（圖 2-10），隨意選座使用承銷商競價器競標（圖 2-12）。
- （三）拍賣競價過程以每公斤價格作為競標單位，豬隻過磅後進入展示台（圖 2-10），豬隻拍賣編號、成交價格、過磅重量、得標人、供應人、下一頭豬及本日剩餘拍賣頭數等相關資訊皆會顯示於螢幕，如圖 2-13。



(四) 競價結束後，可前往結帳，並安排領豬外運出場或留場屠宰。

圖 2-9. 雲林縣肉品市場豬隻拍賣流程



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司

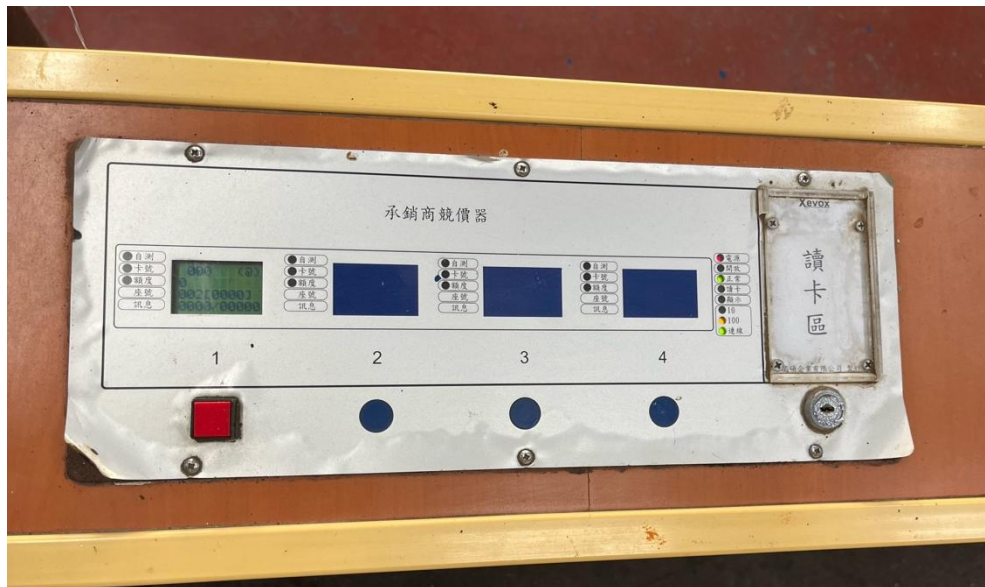


圖 2-10. 彰化縣肉品市場拍賣場



資料來源：本研究提供

圖 2-11. 拍賣系統承銷商競價器



資料來源：本研究提供



圖 2-12. 雲林縣肉品市場買賣交易系統簡介



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司

參、雲林縣肉品市場主要服務項目

- 一、毛豬拍賣交易業務：進場毛豬點交、繫留、拍賣交易、豬款收付及出場或留場屠宰毛豬點交。
- 二、毛豬屠宰業務：現有毛豬屠宰線共 5 線，提供肉商業者毛豬屠宰。
- 三、羊隻拍賣交易業務：進場羊隻點交、繫留、拍賣交易、羊款收付及出場或留場屠宰羊隻點交。11 月至 2 月固定星期二及星期五拍賣；3 月至 10 月固定星期五拍賣。
- 四、羊隻屠宰業務：現有毛豬屠宰線共 5 線，皆屬於豬羊共線，通常在毛豬屠宰屠宰時段前後，提供羊隻屠宰需求。
- 五、牛隻屠宰業務：現有牛隻屠宰線共 1 線，提供肉商業者牛隻屠宰。



六、淘汰種豬交易業務：平穩淘汰種豬價格，增進養豬戶收益。固定星期一及星期四拍賣。

第三節 臺灣進入肉品市場肉豬

壹、進入肉品市場交易豬隻分類

進入拍賣市場豬隻可分為規格豬、規格外豬及淘汰種豬，依據畜產行情資訊網豬隻種類可分為三類：

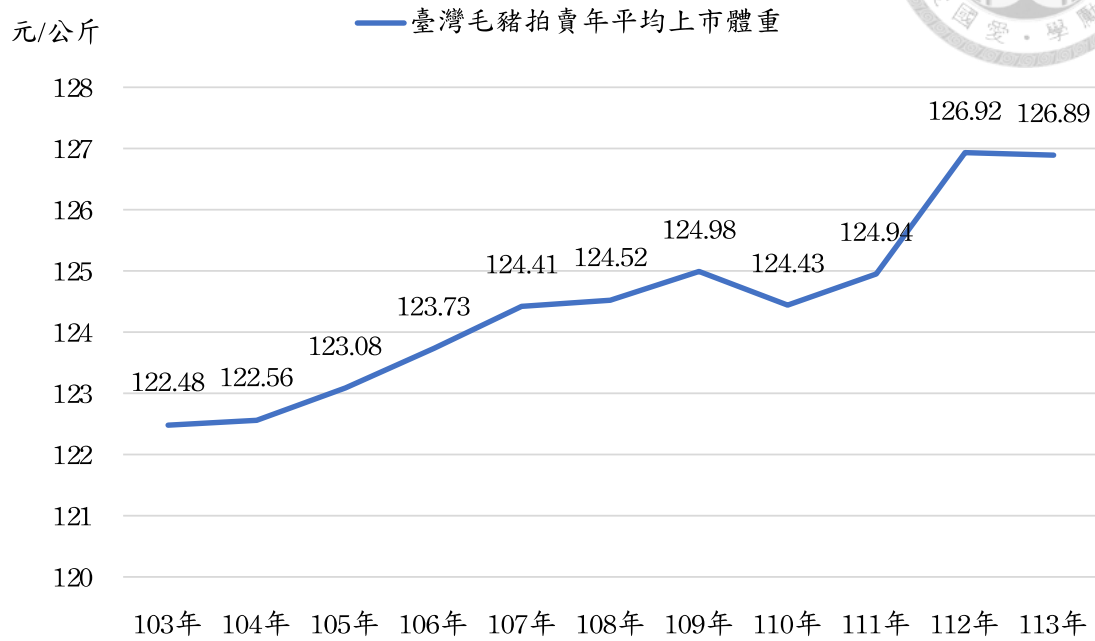
- 一、規格豬係為上市體重在 95 至 155 公斤之間肉豬。
- 二、規格外豬係為上市體重在 95 公斤以下及 155 公斤以上肉豬。
- 三、淘汰種豬係為種公豬或種母豬，體重則很多時候高於 200 公斤。

貳、進入肉品市場交易豬隻近年樣態變化

各地區的豬隻上市體重偏好也有不同，而肉品市場所拍賣的豬隻上市體重，就會因應目標客群有所不同，整體來說，從圖 2-10 顯示，近幾年來肉豬上市體重有越來越重的趨勢，其有多項因素，其中可能為因應市場喜好或豬隻成本。



圖 2-13. 臺灣豬隻上市年平均重量



資料來源：畜產行情資訊網；本研究彙整

另依據表 2-2 顯示，近兩年各地區毛豬拍賣上市平均體重有地方上差異，從苗栗地區往北，北迴至花蓮地區，都是偏好 130 至 140 公斤左右豬隻；從臺中地區往南，南迴直至臺東地區，所偏好的是 120 至 125 公斤左右豬隻。

表 2-2. 112 年及 113 年各地區毛豬拍賣上市平均體重

項目	肉品市場	113 年	112 年
1	新北市肉品市場	131.17	131.36
2	桃園市肉品市場	138.25	137.57
3	新竹縣肉品市場股份有限公司	141.88	140.89
4	苗栗肉品市場股份有限公司	141.01	140.62
5	臺中市大安區肉品市場	122.87	122.37
6	彰化縣肉品市場股份有限公司	121.19	121.63



7	南投縣農產運銷股份有限公司	123.93	124.15
8	雲林縣肉品市場股份有限公司	120.52	120.45
9	嘉義市肉品市場股份有限公司	123.25	123.64
10	臺南市肉品市場股份有限公司	120.80	121.57
11	臺南市肉品市場股份有限公司安南肉品市場	124.54	124.48
12	高雄肉品運銷股份有限公司	120.22	120.15
13	高雄市鳳山區農會綜合市場 (鳳山肉品市場)	128.50	129.11
14	高雄市鳳山區農會綜合市場 (鳳山肉品市場旗山分場)	126.78	126.19
15	高雄市岡山肉品市場	125.19	125.81
16	屏東縣肉品市場股份有限公司	124.73	125.3
17	宜蘭肉品市場股份有限公司	132.36	131.6
18	花蓮縣農產運銷股份有限公司	135.35	133.49
19	臺東縣農產股份有限公司	125.82	122.26
20	澎湖縣肉品市場股份有限公司	120.65	121.49

備註：

排序方式由北至南，由西至東，本島至外島

資料來源：畜產行情資訊網；本研究彙整



第三章 文獻回顧

第一節 臺灣養豬產業政策回顧

「傳統市場生鮮豬肉追溯制度試辦計畫」於 105 年辦理，於 5 月統一全臺 23 處肉品市場拍賣豬隻識別標示（刺青）；6 月開辦「國產生鮮豬肉追溯資訊網」；7 月執行各地區肉商業者教育訓練與標示牌分送；9 月正式上路，提供消費者使用手持裝置掃描懸掛於肉攤之國產生鮮豬肉追溯標示牌上 QR Code 或使用家用電腦進入國產生鮮豬肉追溯資訊網，輸入肉攤業者標示牌上 8 位溯源碼查詢，即可顯示該豬隻拍賣日期、拍賣市場及來源牧場。（農業部，2017）

「109 年繁殖母豬加速淘汰措施作業要點」於 109 年 3 月由財團法人中央畜產會於發布，該政策旨在因應農曆春節後消費趨淡及武漢肺炎疫情影響，導致國內毛豬交易價格下跌的情況，透過加速淘汰繁殖母豬，以穩定市場供需。該措施自 2020 年 2 月 5 日起至同年 3 月 31 日止，總收購數量上限為 30,000 頭，每頭補助新臺幣 1,000 元。申請者需向中央畜產會登記，並將符合規格的繁殖母豬運至指定屠宰場進行屠宰，相關資料經查核後，由中央畜產會撥款至農民帳戶。此政策的實施，有助於調節市場供需，穩定毛豬價格，並減輕農民經濟壓力。（財團法人中央畜產會，2010）

「臺灣豬證明標章」係由農業部於 109 年推行的的重要食品標示政策，旨在提升豬肉產品的產地透明度，保障消費者知情權，並強化對進口豬肉來源的監督。該標章的推行背景，主要是因應政府自 110 年初起開放含萊克多巴胺豬肉進口，為了讓消費者能夠清楚辨識國產豬肉與進口豬肉的差異，特別設立此標章制度。

「112 年維穩我國豬肉供應及建立國內豬肉儲備量獎勵辦法」於 112 年 10 月 27 日由財團法人中央畜產會發布，該政策旨在因應當年度國內毛豬供應減少及國



際豬肉價格高漲所導致的進口量下降，進而影響國內豬肉總供給量的情況。為確保國內豬肉供應穩定，政府自 2023 年 6 月 2 日起至同年 10 月 31 日止，實施進口豬肉補貼政策，對於進口並銷售或加工豬肉的業者，提供每公斤新臺幣 6 元的補助，總量上限為 5 萬公噸（財團法人中央畜產會，2023）。

第二節 其他相關文獻回顧

壹、臺灣商用豬隻

臺灣養豬在 1960 年代，臺糖公司企業養豬制度帶領下，進行品種評估，確立 LYD 三品種雜交育種制度後，就未進行過大型的多品種全互交雜交試驗。至今國內肉豬生產普遍仍採行的 LYD 雜交肉豬為三品種終端雜交制度，生產 LYD 的 LY 單雜交更新母豬，其單雜交母豬可向外購買或在場內自行生產，國內豬場一般是維持一個小型的純種豬群生產單雜交母豬，這也增加了其複雜性，除了管理的困難度增加外，維持小型純種豬群所需的生產費用及必須要有的選種專業知識，可能比購買單雜交母豬的費用還要高（羅玲玲，2004）。

二元雜交（Two-Breed Cross）是一種豬隻生產者經常使用的繁殖系統。該系統是將一個品種的純種母豬，與另一品種的公豬交配。當需要更新母豬時，純種母豬可以由畜群中的母豬自行生產，或者向其他育種者購買。從生產者畜群中表現最優秀的母豬來生產後備母豬，可能具有一些優勢，因為這些母豬的生產表現是已知的，育種者因此能更有效地挑選後備種豬。此外，與從外部購買後備母豬相比，這種方式還有另一項潛在的優勢，即可降低將新疾病引進農場的風險，或者這些豬隻可能已對農場上已存在的某些疾病產生一定程度的抗性。而三元雜交（Three-Breed Cross）這種繁殖系統是將由二元雜交所產生的優選雜交母豬，與第三品種的公豬進行交配。此方式可能能在母豬與仔豬兩者上，達到雜種優勢(hybrid vigor)的最佳利用（Lasley et.al, 1961）。



貳、毛豬價格預測

毛豬作為全球一項重要的肉類食物來源，價格須維持穩定，方能協助國家民生穩定，因此，價格的預警尤為重要，但毛豬價格受到地區性政策、資金、飼料原料、疾病及飼養技術等因素影響。從 Liu et al. (2019) 和 Utnik-Banaś et al. (2022) 的研究皆有提出，在毛豬價格在上雖然有週期性及季節性的變化，但是因應各個時間段所突然發生的情況各有不同，週期性及季節性的波動會則會因為突然發生的狀況產生不同的型態變化，這也為預警資訊的準確度帶來不少困擾，進而影響政府的民生豬肉調控及生產者的生產機制帶來許多不便利。

參、各地區毛豬價格影響因素

一、供給需求面向

從一項的針對羅馬尼亞 (Romania) 2014 年至 2018 年間的豬肉市場危機的報告中 (Popescu et al., 2021)，該國的豬肉消費習慣與臺灣有部分相似，甚至豬肉占食用肉類比例達 51.8%，比臺灣 40% 還高；不過，從供給方面來看，相對於臺灣就極為不穩定，在非洲豬瘟 (African Swine Fever, ASF) 爆發，政府不得不撲殺 44 萬頭豬隻，其中包含 10% 的母豬後，尤為明顯。其供給更加仰賴進口，在 2018 年的數據，進口量就有 48% 用於其國內消費掉，自給率的部分僅有 56%，因此，豬肉的價格主導權偏向進口，這也導致豬農的利潤減少 25% 之多。由此一項來看，雖然臺灣豬隻自給率約 90%，價格被進口豬肉影響的程度極小，但從飼料原料的來源 95% 來看 (農傳媒, 2020)，與羅馬尼亞豬肉進口比例有過之無不及，主原料玉米機幾乎與國際情勢息息相關，若爆發國際糧食危機，那臺灣豬肉價格受影響的程度相當可觀。




二、政府政策面向

而 Franken et al. (2011) 針對美國不同區域針對於 1990 年開始實施之強制價格通報 (Mandatory Price Reporting, MPR) 政策 (Agricultural Marketing Service, 2025)，也就是價格透明化後，這項政策對於不同地區豬隻市場價格影響，結果顯示豬隻市場之消費市場與生產市場有明顯的不同，在 MPR 實施前，消費市場價格影響生產市場價格；在 MPR 實施之後，與前者相反，生產市場價格影響消費市場價格，此結果與過去在牛隻市場中實施 MPR 時，呈現分歧。從研究中可以了解，即便同樣是肉類農產品，實施相同的政策下，也會因為產品種類差異及地區市場的大小而呈現不同結果。此外，近二十年來，透過現金交易進行的豬隻交易比例，特別是在消費市場，大幅下降，這可能進一步削弱了市場對其他地區價格變動的反應能力。而 MPR 或許能抵銷這些潛在的負面影響，但由於這些影響與其他各類型影響同時發生，就事件上很難加以區分，因此，無法確切排除任何可能性。

三、全球疫病面向

豬流行性下痢 (Porcine epidemic diarrhea, PED) 在臨床上的發病率幾乎 100%，而死亡率則隨豬隻年齡上升而下降，在週齡仔豬之死亡率近乎為 100%。在 Hurt (2014) 的一份報告中表示，如果以整個美國豬肉產業為衡量標準，PED 很可能會增加經濟回報。為什麼？當豬肉需求相對缺乏彈性，這意味著當供應短缺時，消費者降低消費的速度相較於市場變化慢。因此，豬肉產量每下降 1%，價格就會上漲至少 2%。這就說明了，由於 PED 的影響，豬肉產業的總收入可能會增加，足以抵消疾病造成的損失情況。然而，將豬肉價格上漲帶來的更高收入與死亡損失進



行比較，個體生產者的收益可能會有所不同。那些因 PED 導致死亡損失非常嚴重的生產者（PED 造成的損失高於全國平均），可能會遭受經濟損失；那些因 PED 導致死亡損失處於平均水準的生產者可能會受益，因為收入成長可能大於 PED 造成的經濟損失。當然，那些沒有或僅有少量 PED 導致死亡損失的生產者會受益更甚，因為豬肉價格上漲帶來的收入成長比 PED 造成的小額經濟損失更為有利。這其實與臺灣的情況相似，臺灣豬隻育成率約 68%（中華民國養豬協會，2025），而在管理及飼養相對好的豬場，育成率可以達 95% 以上，與上述說法不謀而合。



第四章 研究方法

第一節 研究設計

本研究針對 112 年至 113 年雲林縣肉品市場拍賣之肉豬及淘汰種母豬為資料樣本進行價格影響因素分析。利用每週雲林縣拍賣市場豬隻拍賣後統計資料，包含肉豬拍賣數量、淘汰種母豬拍賣數量、淘汰種母豬平均價格、豬隻拍賣競標人數及是否有重要節慶發生等因素作為影響因子。

第二節 資料來源

綜合 112 年至 113 年雲林縣肉品市場豬隻拍賣日及資料數據，統計每週肉豬及淘汰種母豬拍賣頭數，以及每週肉豬及淘汰種母豬拍賣每公斤活體平均價格，每週肉豬競標人數。

查詢 112 年至 113 年臺灣農民曆重要祭祀節慶，包含農曆春節、中元普渡、端午節及中秋節，以及雲林縣肉品市場因應節慶休市日實際發生週區間，如表 4-1 所示。

以上資料依據國曆週區間，週一至週六日期統計，跨年度不滿一週則以一週計算，作為資料時間區間整理方式。



表 4-1. 雲林縣肉品市場因應節慶休市日對照表

年度	節慶	日期		雲林縣肉品市場 因應節慶休市日	休市 日數
		農民曆	國曆		
112 年	農曆春節	111年12月30日	112年1月21日	112年1月23日	5
		~	~	~	
	端午節	112年1月3日	112年1月24日	112年1月27日 112年6月22日	3
		112年5月5日	112年6月22日	~	
	中元節	112年7月15日	112年8月30日	112年6月24日 112年8月30日	2
		~	~	~	
中秋節	112年8月15日	112年9月29日	112年8月31日 112年9月29日	2	
	~	~	~		
113 年	農曆春節	112年12月30日	113年2月9日	113年2月9日	6
		~	~	~	
	端午節	113年1月3日	113年2月12日	113年2月14日 113年6月10日	2
		113年5月5日	113年6月10日	~	
	中元節	113年7月15日	113年8月18日	113年6月11日 113年8月18日	3
		~	~	~	
中秋節	113年8月15日	113年9月17日	113年8月20日 113年9月17日	2	
	~	~	~		

備註：

雲林縣肉品市場固定週日休市。

資料來源：雲林縣肉品市場；農民曆；行政院人事行政總處；本研究彙整



第五章 實證模型分析結果

第一節 敘述性統計分析

本研究針對 112 年 1 月 1 日至 113 年 12 月 31 日區間，雲林縣肉品市場豬隻拍賣，肉豬每公斤平均價格（不含淘汰種母豬）作為分析目標，其中作為影響因子項目之 9 項可分為 3 類如下：

壹、雲林縣肉品市場拍賣數據：

- 一、每週淘汰種母豬平均價格。
- 二、每週豬隻拍賣數量，包含肉豬拍賣數量及淘汰種母豬拍賣數量。
- 三、是否有淘汰種母豬品項拍賣。
- 四、每週肉豬拍賣競標人數。

貳、是否因節慶而休市：

- 一、豬隻拍賣當週是否因農曆春節（農民曆除夕至正月初三）發生休市。
- 二、豬隻拍賣當週是否因端午節（農民曆五月初五）發生休市。
- 三、豬隻拍賣當週是否因中元節（農民曆七月十五）發生休市。
- 四、豬隻拍賣當週是否因中秋節（農民曆八月十五）發生休市。

參、豬隻拍賣發生時間是否在 113 年。

根據表 5-1 及圖 5-1 顯示，112 年至 113 年每週肉豬平均價格在 89.63 元／公斤，標準差 0.47，中位數 90.01 元／公斤，表示這 2 年每週平均價格相對集中，極端值較少，價格相對平穩，但極端值仍然有 20.63 元／公斤差距；每週淘汰種母豬平均價格在 55.63 元／公斤，標準差 0.47，中位數 57.1 元／公斤，與肉豬平均價格價相似，價格也屬於平穩，全距表現與肉豬相似在 19.64 元／公斤。

豬隻拍賣數量（含淘汰種母豬數量）每週約 1 萬 3,904 頭，從標準差 269.48 及全距 1 萬 5,445 頭來看，極端值相對較多，但每週拍賣數量會受到當週拍賣日



數多寡而影響，依據初始數據來看，拍賣數量較少的週多伴隨節慶，也就是當週休市較多；而拍賣數量較多的週則比較沒有固定條件，但容易發生在農曆冬月(11月)至臘月(12月)中下旬。

每週肉豬拍賣競標人數平均約 261 人，整體數據來看標準差偏小 2.96 及全距偏大 145 人，可知道極端值雖然較少，但極端值差距大，依照經濟學基本理論供需關係中，不考慮外在因素，可以從初始資料發現，當每週肉豬拍賣競標人數 279 人(需求數量)較多，豬隻拍賣數量 8,307 頭(商品數量)較少時，價格會上漲，此時價格達到最高點 100 元/公斤(圖 5-1 及圖 5-2)。

淘汰種母豬拍賣則是每週都有發生，僅在 2 年農曆春節及 112 年清明節等 3 次暫停拍賣；農曆春節、端午節、中元節及中秋節每年均發生 1 次，但 113 年農曆春節因天數較長而跨週，使 113 年農曆春節發生次數增加 1 次；另 112 年至 113 年共有 105 週，其中 113 年有 53 週，112 年有 52 週。



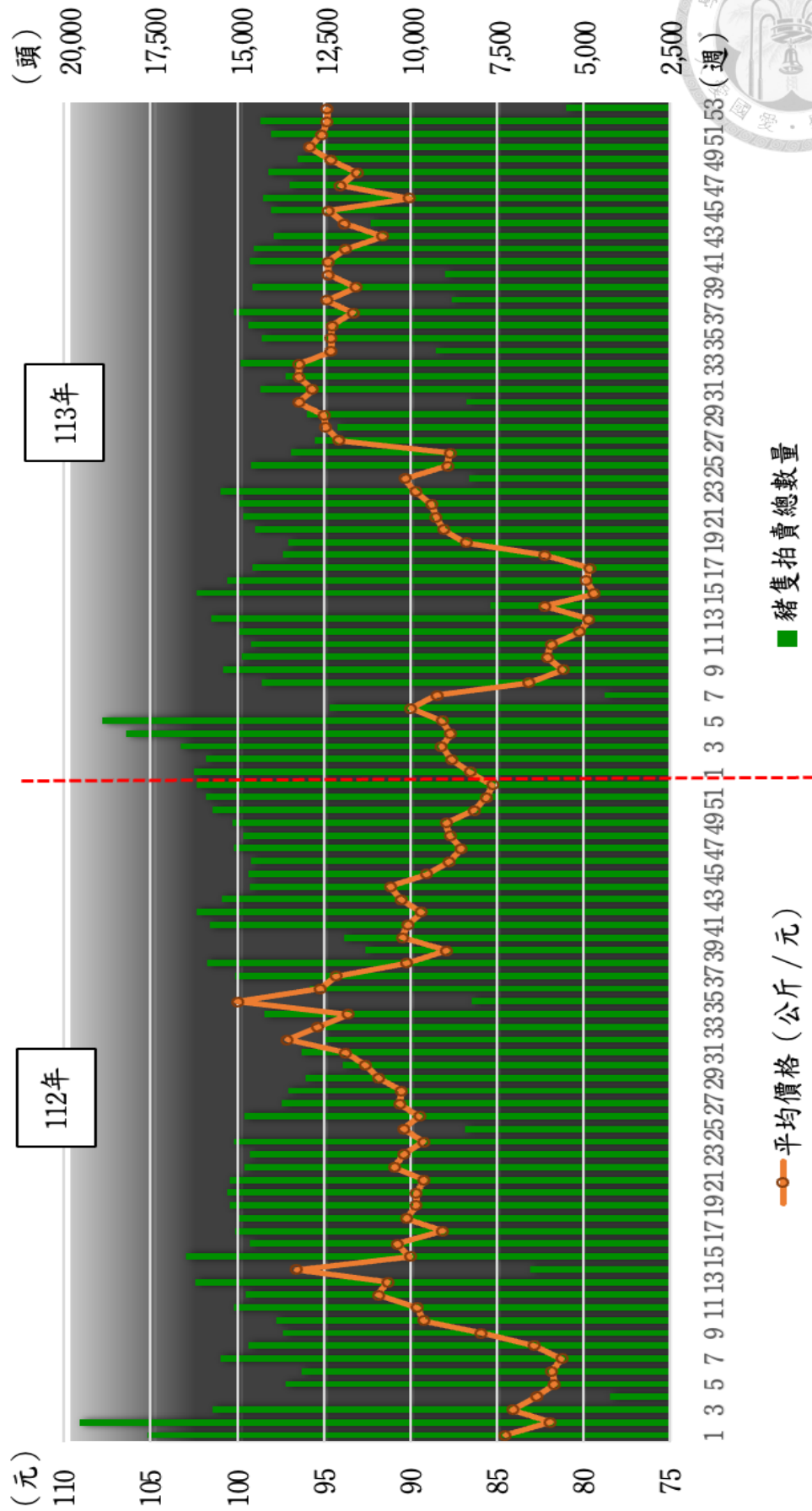
表 5-1. 豬隻拍賣各項影響因素敘述統計

項目	平均數	標準差	中位數	最大值	最小值	全距	發生 次數
肉豬平均價格 (元/公斤)	89.63	0.47	90.01	100.00	79.37	20.63	-
淘汰種母豬 平均價格 (元/公斤)	55.63	0.47	57.10	62.77	43.13	19.64	-
豬隻拍賣數量 (頭)	13,904	269.48	14,730	19,716	4,271	15,445	-
肉豬拍賣 競標人數	261	2.96	268	295	150	145	-
是否發生淘汰 種母豬拍賣	-	-	-	-	-	-	102
是否發生 農曆春節休市	-	-	-	-	-	-	3
是否發生 端午節休市	-	-	-	-	-	-	2
是否發生 中元節休市	-	-	-	-	-	-	2
是否發生 中秋節休市	-	-	-	-	-	-	2
是否發生 在 113 年	-	-	-	-	-	-	53

備註：樣本數為 105，統計區間為 112 至 113 年每週數據。

資料來源：本研究彙整

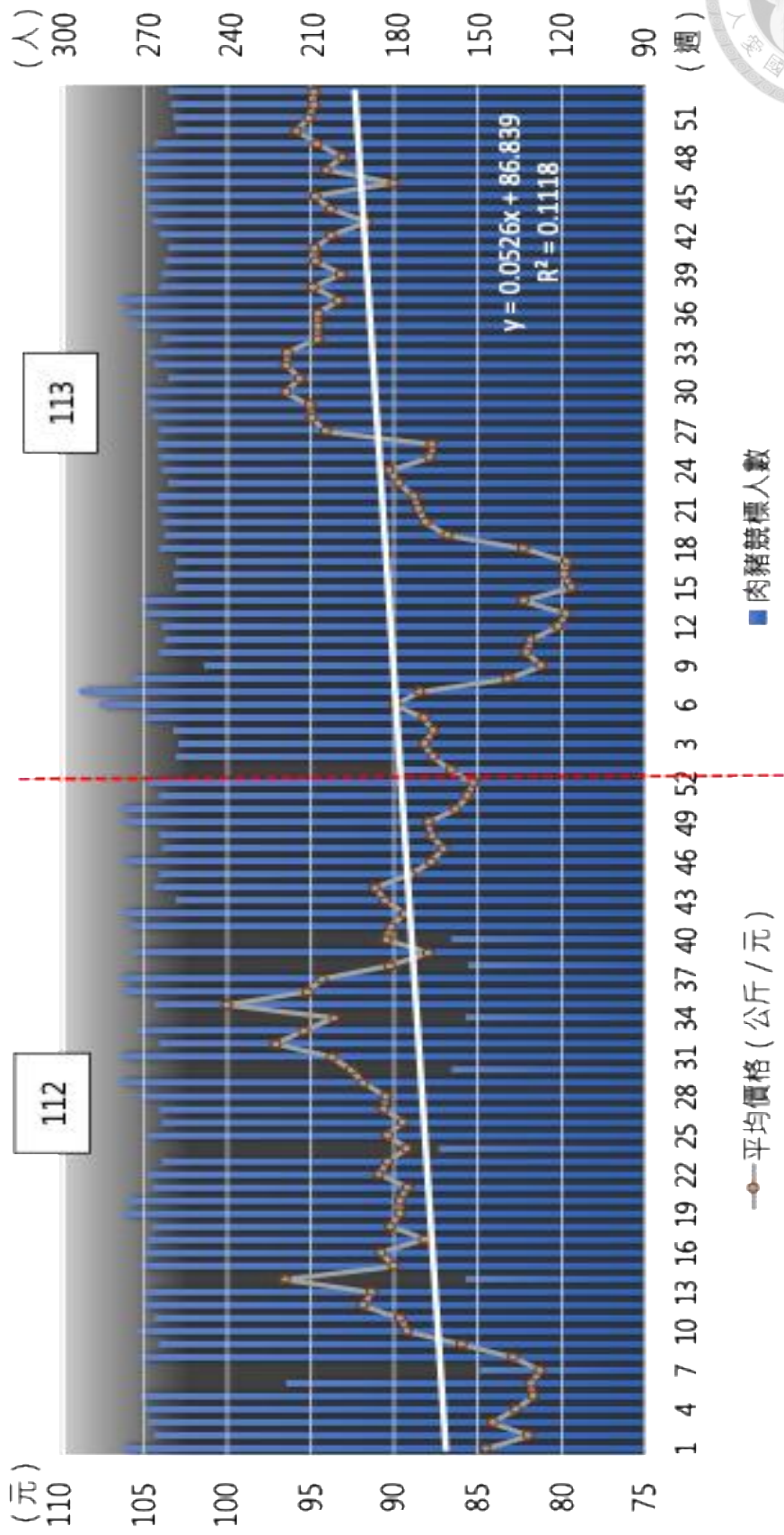
圖 5-1. 豬隻拍賣平均價格及數量



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司；本研究彙整



圖 5-2. 豬隻拍賣平均價格及肉豬競標人數圖



資料來源：雲林縣肉品市場股份有限公司；本研究彙整



第二節 迴歸模型與分析結果

壹、線性迴歸模型

普通最小平方的估計中，可以透過簡單的迴歸模型量化多個變數間的線性關係，目的是找出一條迴歸線來最小化預測值與實際值之間的差異，也就是找出解釋變數（X）的變動，對於被解釋變數（Y）的影響。而本研究中被解釋變數為肉豬平均價格；解釋變數為可能控制成交價格之 9 項因素，並控制時間。

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j X_{jt} + \varepsilon_t$$

Y_t ：本研究之相關被解釋變數，詳如表 5-2。

X_{jt} ：本研究之相關解釋變數，詳如表 5-3。

ε_t ：為殘差項。

表 5-2. 本研究被解釋變數

被解釋變數	定義	備註
-------	----	----

肉豬平均價格 每週進入雲林縣肉品市場肉豬每公斤平均單價 單位：元／公斤

資料來源：本研究彙整



表 5-3 本研究解釋變數

解釋變數	定義	備註
淘汰種母豬 平均價格	每週進入雲林縣肉品市場淘汰種母豬每公斤平均 單價	單位：元／公斤
豬隻拍賣數量	每週進入雲林縣肉品市場拍賣肉豬及淘汰種母豬 數量	單位：頭
肉豬拍賣 競標人數	每週進入雲林縣肉品市場拍賣肉豬承銷人人數	單位：人次
是否發生淘汰 種母豬拍賣	當週是否有淘汰種母豬拍賣發生，有為1；無為0	
是否發生 農曆春節休市	當週是否因農曆春節休市發生，有為1；無為0	
是否發生 端午節休市	當週是否因端午節休市發生，有為1；無為0	
是否發生 中元節休市	當週是否因中元節休市發生，有為1；無為0	
是否發生 中秋節休市	當週是否因中秋節休市發生，有為1；無為0	
是否發生在 113年	當週是否發生在113年，有為1；無為0	

資料來源：本研究彙整

在本研究估計中，先以所有可能影響肉豬平均價格因素作為解釋變數進行迴歸分析，並觀察模型估計結果，分次將各模型中 P 值最大值的逐一剔除再進行下一次迴歸分析，依此類推，逐步減少影響因素，直至剩餘所有解釋變數 P 值都為顯著。

在模型一（表 5-4）中，蒐集雲林縣肉品市場肉豬拍賣中可能影響肉豬拍賣價格之 9 項因素進行迴歸分析，其中豬隻拍賣數量及是否發生中元節休市有顯著發生。豬隻拍賣數量每減少約 1,000 頭，肉豬平均價格增加 1.02 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增加 5.895 元／公斤。

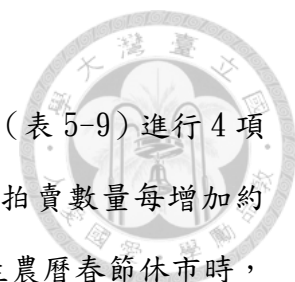


從模型一移除「是否發生淘汰種母豬拍賣」變數，進行模型二（表 5-5）進行 8 項因素迴歸分析，其中除同模型一豬隻拍賣數量及是否發生中元節休市有顯著發生，另增加淘汰種母豬平均價格及是否發生農曆春節休市一有發生顯著。淘汰種母豬平均價格每增加 1 元／公斤，肉豬平均價格增加 0.097 元／公斤；豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 1.03 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 5.615 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增加 5.854 元／公斤。

從模型二移除「是否發生在 113 年」變數，進行模型三（表 5-6）進行 7 項因素迴歸分析，其中與模型二分析發生顯性結果變數項目相同。淘汰種母豬平均價格每增加 1 元／公斤，肉豬平均價格增加 0.097 元／公斤；豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 1.02 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 5.627 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增加 5.882 元／公斤。

從模型三移除「是否發生中秋節休市」變數，進行模型四（表 5-7）進行 6 項因素迴歸分析，其中與模型二分析發生顯性結果變數項目相同。淘汰種母豬平均價格每增加 1 元／公斤，肉豬平均價格增加 0.094 元／公斤；豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 1 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 5.489 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增加 5.944 元／公斤。

從模型四移除「肉豬拍賣競標人數」變數，進行模型五（表 5-8）進行 5 項因素迴歸分析，其中豬隻拍賣數量、是否發生農曆春節休市及是否發生中元節休市等 3 項變數有顯著發生。豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 0.88 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 5.75 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增 6.46 元／公斤。



從模型五移除「是否發生端午節休市」變數，進行模型六（表 5-9）進行 4 項因素迴歸分析，其中與模型四有相同變數有顯著發生。豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 0.79 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 5.4 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增 6.77 元／公斤。

模型六移除「淘汰種母豬平均價格」變數，進行模型七（表 5-9）進行剩餘 3 項因素迴歸分析，其中與模型四有相同變數有顯著發生。豬隻拍賣數量每增加約 1,000 頭，肉豬平均價格減少 0.73 元／公斤；當拍賣週有發生農曆春節休市時，肉豬平均價格減少 7.37 元／公斤；當拍賣週有發生中元節休市時，肉豬平均價格增 6.95 元／公斤。



表 5-4. 肉豬平均價格估計結果 I

模型一		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.098	0.0949
豬隻拍賣數量	-0.00102 ***	0.0003
肉豬拍賣競標人數	0.016	0.0195
是否發生 淘汰種母豬拍賣	-0.008	0.6513
是否發生 農曆春節休市	-5.631	3.5016
是否發生 端午節休市	-4.413	3.3999
是否發生 中元節休市	5.859 *	3.2626
是否發生 中秋節休市	-1.520	3.3055
是否發生在 113 年	0.381	0.9112
截距項	94.494 ***	5.5006
R 平方	0.160	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整



表 5-5. 肉豬平均價格估計結果 II

模型二		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.097 *	0.0580
豬隻拍賣數量	-0.00103 ***	0.0003
肉豬拍賣競標人數	0.016	0.0192
是否發生 農曆春節休市	-5.615 *	3.2558
是否發生 端午節休市	-4.417	3.3674
是否發生 中元節休市	5.854 *	3.2287
是否發生 中秋節休市	-1.522	3.2825
是否發生在 113 年	0.378	0.8795
截距項	94.468 ***	5.0821
R 平方	0.168	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整



表 5-6. 肉豬平均價格估計結果 III

模型三		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.097 *	0.0578
豬隻拍賣數量	-0.00102 ***	0.0003
肉豬拍賣競標人數	0.014	0.0187
是否發生 農曆春節休市	-5.627 *	3.2420
是否發生 端午節休市	-4.485	3.3494
是否發生 中元節休市	5.882 *	3.2144
是否發生 中秋節休市	-1.607	3.2628
截距項 (有控制時間)	95.085 ***	4.8544
R 平方	0.175	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整



表 5-7. 肉豬平均價格估計結果 IV

模型四		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.094	0.0573
豬隻拍賣數量	-0.001 ***	0.0002
肉豬拍賣競標人數	0.015	0.0185
是否發生 農曆春節休市	-5.489 *	3.2172
是否發生 端午節休市	-4.286	3.3120
是否發生 中元節休市	5.944 *	3.1995
截距項 (有控制時間)	94.594 ***	4.7324
R 平方	0.182	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整



表 5-8. 肉豬平均價格估計結果 V

模型五		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.084	0.0558
豬隻拍賣數量	-0.00088 ***	0.0002
是否發生 農曆春節休市	-5.750 *	3.1973
是否發生 端午節休市	-4.300	3.3069
是否發生 中元節休市	6.464 **	3.1340
截距項 (有控制時間)	97.498 ***	3.2151
R 平方	0.184	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整



表 5-9. 肉豬平均價格估計結果 VI

模型六		
變數名稱	係數	標準誤
淘汰種母豬平均價格	0.073	0.0554
豬隻拍賣數量	-0.00079 ***	0.0002
是否發生 農曆春節休市	-5.403 *	3.1971
是否發生 中元節休市	6.770 **	3.1359
截距項 (有控制時間)	96.698 ***	3.1664
R 平方	0.179	
樣本數	105	

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整

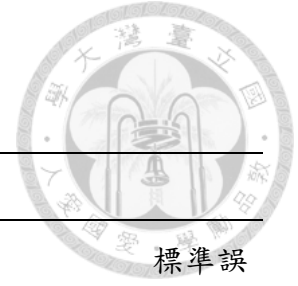


表 5-10. 肉豬平均價格估計結果 VII

模型七			標準誤
變數名稱	係數		
豬隻拍賣數量	-0.00069	***	0.0002
是否發生 農曆春節休市	-7.373	**	2.8360
是否發生 中元節休市	6.955	**	3.1441
截距項 (有控制時間)	99.294	***	2.4873
R 平方	0.173		
樣本數	105		

備註：P<0.1：*；P<0.05：**；P<0.01：***

資料來源：本研究彙整

貳、分析結果

綜合上述七個模型，R 平方在 0.16 至 0.184 之間，數據上能夠解釋的資料僅有小於約百分之 20 以內資料變異。但依然能夠從解釋變數中，看出最能夠影響種豬平均價格的影響因素為豬隻拍賣數量；農曆春節及中元節的影響雖在上述七個模型中也顯著表現，但從基礎資料中的數據上來看，節慶影響雲林縣肉品市場的是，肉豬拍賣的次數及每次拍賣的數量，間接也是影響豬隻數量的多寡。



第六章 結論與建議

第一節 結論

本研究以 112 年至 113 年間雲林縣肉品市場豬隻拍賣之週資料數據為樣本，針對肉豬每公斤平均價格進行影響因素分析，透過線性迴歸模型探討九項潛在解釋變數對價格的影響程度，逐步回歸出最具解釋力的模型。研究主要發現如下：

壹、豬隻拍賣數量為最穩定且顯著的影響因子：

無論模型變動與否，豬隻拍賣數量與肉豬平均價格呈顯著負相關。即每當週拍賣頭數增加約 1,000 頭，肉豬平均價格則會下降 0.73 至 1.03 元／公斤，顯示拍賣數量供給端對價格的高度敏感性。

貳、特定節慶影響價格浮動明顯：

農曆春節期間因肉品市場休市拍賣活動受到限制，對價格造成顯著負向影響，每公斤價格下跌幅度達 5.4 至 7.4 元不等；另觀察原始週資料，農曆春節肉品休市前一週，價格有微幅上升，表示市場仍有一定的需求量，可解釋供給短缺或市場交易量減少有關。

中元節期間則出現正向顯著影響，價格上漲約 5.8 至 6.9 元，可能與民俗消費習慣、祭祀需求提高有關。其他節慶如端午與中秋，雖納入分析，但在各模型中未顯示顯著結果，可能原因與祭祀需求的程度有關。

參、淘汰種母豬價格影響力有限且不穩定：

在部分模型中，其價格與肉豬價格呈現正向但微弱影響，每上漲 1 元／公斤僅帶動肉豬價格上漲約 0.097 元，但在所有模型中穩定顯著，反映其影響力相對邊緣。



肆、拍賣競標人數資料未產生顯著影響：

豬肉作為臺灣日常生活必須糧食，國內豬肉自給率又高達九成，可以說是具有相當規模的產業，而拍競拍人數又與需求量息息相關，當豬肉供給數量模式穩定時，拍賣競標人數變動相對就小，另外因為本研究屬於週資料，週與週之間數據的變動幅度就會相較於日資料更加不明顯。另外純粹觀察解釋變數而言，競標人數較偏向於間接反映需求量，相對於拍賣數量直接反映供給量來說，對肉豬拍賣平均價格影響力度就更微弱。

伍、是否發生在 113 年資料未產生顯著影響：

比較 112 及 113 年資料，兩年度平均價格並未有顯著差異，即使如表 1-2 顯示，112 年豬肉自給率較 113 年低，僅有 89.16%，但從表中，國產豬肉的供給量 112 年又高於 113 年，即便 112 年進口量大增，但有別於進口豬肉與國產豬肉消費市場的不同，在沒有任何影響供給量或是飼養成本的因素下，肉豬平均價格則會相對穩定。

陸、是否有淘汰種母豬拍賣並未對資料產生顯著影響：

可能因本研究資料為週資料，就本研究的雲林縣肉品市場而言，幾乎每週都有辦理這項有別於其他肉品市場之特殊拍賣，本研究原始數據中有 105 週／筆資料，其中有 103 週／筆資料有辦理淘汰種母豬拍賣，說明週資料可能稀釋掉日資料可能的表現；淘汰種母豬實際拍賣數量，相較於豬隻拍賣數量相距甚遠，僅占不到 1 成，甚至更低，在數量數據能影響總數的程度相對就變小；另外，淘汰種母豬拍賣時間基本定於每週二及四，發生時間處於本研究肉豬拍賣週數據中間，而每日拍賣則在肉豬拍賣之後，其中因果關係，邏輯上會影響結果，因此，數據料應用上應該更加嚴謹。

柒、模型整體解釋力有限：



七個模型的 R 平方值皆介於 0.16 至 0.184，代表模型僅能解釋小於 20% 的價格變異，半能以此觀察出拍賣市場價格片化趨勢，說明尚有其他重要變數未納入模型，例如飼料成本、疾病疫情、國際進出口狀況等。

第二節 建議

本研究所呈現之實證結果，主軸是以淘汰種母豬拍賣行為作為研究目的，雖然線性迴歸分析過程中，顯示淘汰種母豬價格對肉豬平均價格影響力有限且不穩定，但此可能與研究資料為週資料或是拍賣順序所致，故建議後續研究應確認拍賣因果關係後設定解釋變數與被解釋變數；導入之數據資料，可以日資料進行更高頻率的分析，減少平均資料稀釋數據真實意義。另因肉豬生產中飼料成本及仔豬收購價格也是產業鍊中重要的一環，因此，可考慮納入當年度飼養成本及仔豬收購價格作為研究中參考數據之一，以更細緻掌握肉豬平均價格真實影響程度。

而淘汰種母豬平均價格在七個模型中，僅有模型二有顯著表現，可說淘汰種母豬平均拍賣價格有一定的關聯性，但影響層面上可能不是必然關係。淘汰種母豬作為肉豬生產中的副產物，其本身就不具備高價商品買賣價值，但在豬肉消費市場中，又有一定的商品定位，可作為不講求鮮嫩多汁肉質或需要肌肉纖維韌性的加工食品原料。因此，仍然是有其商品價值，但非主要。

本研究指出肉豬拍賣數量為影響價格最穩定的顯著因素，說明供給面之調節對市場價格具有高度敏感性；另針對節慶因素，農曆春節與中元節對價格影響明確，但是呈現相反結果，農曆春節休市使肉豬平均價格下降，中元節休市使肉豬平均價格上升，兩者共通點從原始資料看都會導致豬隻拍賣數量下降；兩者的不同點是休市日數，農曆春節較長，中元節較短，可推斷農曆春節供給較中元節少，但價格下降，表示農曆春節需求比中元節少。總結前述，可建議主管機關或市場管理單位應在重大節慶前，強化供需調節與拍賣場次規劃，以減緩因休市所產生之價格波動。



至於是否發生在 113 年，資料變數未具顯著性，顯示短期內市場需求穩定，惟未來若面對進口豬肉比例調整或疫情擴散等外部衝擊時，應提前評估其可能影響，並納入市場監測變數；由於本研究模型整體解釋力僅約 16%至 18%，顯示尚有其他重要因素未被納入，如飼料成本、仔豬成本、進口豬肉價格、進口豬肉數量等，後續可結合更多外部變數，及搭配市場結構研究進行價格預測，以提升模型準確性與政策應用價值。

整體而言，雲林縣作為全國豬隻最大產地與拍賣市場，其淘汰種母豬拍賣制度雖目前對價格影響力有限，但其交易制度之獨特性與潛在替代關係仍值得持續觀察與深化探討，作為未來產地市場管理與拍賣制度精進之重要依據。



參考文獻

中文文獻

農業部 (2017)。105 年年報。推動國產生鮮豬肉追溯。

<https://www.moa.gov.tw/ws.php?id=2506279>

農業部 (2021)。農委會研議臺灣豬標章管理精進作為。農業部。文號 8682。

https://www.moa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=policy&id=8313

農業部 (2022)。110 年年報。2021 年大事紀。

<https://www.moa.gov.tw/ws.php?id=2513554>

農業部 (2025)。113 年 11 月底養豬頭數調查報告。農業部。農業統計資料查詢。

<https://agrstat.moa.gov.tw/sdweb/public/book/Book.aspx>

農業部畜產試驗所。種原資訊網。<https://www.angrin.tlri.gov.tw>

農業知識入口網 (2024)。原種創意。豬氏物語。

<https://kmweb.moa.gov.tw/subject/subject.php?id=20807>

農傳媒 (2020)。【養豬糧食安全 01】養豬飼料 95% 依賴進口面臨斷鏈風險。農

傳媒。<https://www.agriharvest.tw/archives/40983>

羅玲玲 (2004)。配種組合與雜交優勢。中國文化大學。臺北。

黃有良 (2022)。豬流行性下痢。農業部獸醫研究所。

<https://www.nvri.gov.tw/Module/DisplayPageContent.aspx?pid=GC1IIN9JcRQ%3D>

陳佳萱 (2014)。黑豬遺傳育種。

https://www.angrin.tlri.gov.tw/pig/meeting/2014M_ET/BS_3-22_ppt.pdf

彰化縣肉品市場股份有限公司 (2025)。<https://www.cmm.com.tw>



中華民國養豬協會 (2025)。養豬產業簡介。

<http://www.swineroc.com.tw/industrial/industrial.aspx>

財團法人中央畜產會 (2021)。109 年繁殖母豬加速淘汰措施作業要點。https://w

www.naif.org.tw/upload/18/20200305_163901.7350.pdf

財團法人中央畜產會 (2023)。112 年維穩我國豬肉供應及建立國內豬肉儲備量
獎勵辦法。

https://www.naif.org.tw/upload/354/20231027_184230.2958.pdf

財團法人中央畜產會 (2024)。2023 養豬統計手冊。財團法人中央畜產會。

雲林縣肉品市場股份有限公司 (2025)。http://www.yunlinmeat.url.tw

英文文獻

AgriculturalMarketingService. (2025). LivestockMandatoryReportingBack-
ground. UnitedStatesDepartmentofAgricul-

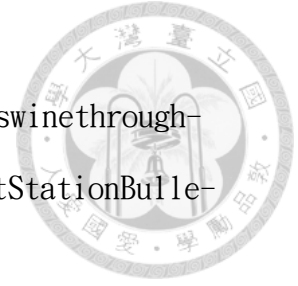
ture. <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/mmr/lmr/background>

Franken, J. R. V., Parcell, J. L., & Tonsor, G. T. (2011). Impactofmandatory-
pricereportingonhogmarketintegration. JournalofAgricul-
turalandAppliedEconomics, 43(2), 229 - 241.

Hindsborg, J., & Kristensen, A. R. (2019). Fromdatatodecision - Implementa-
tionofasowreplacementmodel. ComputersandElectronicsinAgricul-
ture, 165, 104970. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2019.104970>

Hurt, C. (2014). Hogpricestakeoff, probablyduetoPED-

V. *farmdocdaily*, 4(39). DepartmentofAgriculturalEconomics, PurdueUni-
versity. <https://farmdocdaily.illinois.edu/2014/03/hog-prices-take-off-probably-due-to-ped-v.html>



Lasley, J. F. , Day, B. N. , & Tribble, L. F. (1961). Improvement of swine through breeding. University of Missouri Agricultural Experiment Station Bulletin, 750.

Liu, Y. , Duan, Q. , Wang, D. , & Liu, C. (2019). Prediction for hog prices based on similar sub-series search and support vector regression. Computers and Electronics in Agriculture, 157, 581 - 588.

Popescu, A. , Marcuta, A. , Marcuta, L. , & Tindechi, C. (2021). Pork crisis in Romania in the condition of African swine fever in the period 2017 - 2019. Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development" , 21(1), 637 - 646.

Utnik-Banaś, K. , Schwarz, T. , Szymanska, E. J. , Bartlewski, P. M. , & Satola, Ł. (2022). Scrutinizing pork price volatility in the European Union over the last decade. Animals, 12(1), Article 100.