台全珍豬-許家倫

自產自銷 擦亮優質豬肉品牌

從有記憶開始， 許家倫的親族，就一直從事著畜牧養殖業。看著長輩們鎮日辛勤於工作，許家倫便深知畜牧業中的甘苦。長大之後， 學成回鄉跟長輩請教產業發展。長輩無奈的提及養豬人家的辛酸，讓許家倫有很深的感觸，即使把豬隻養的再好，也常因為拍賣市場「敗市」而血本無歸。

國內豬隻拍賣體制，讓有心飼養優質豬肉的農戶感嘆難以生存。為了改變現狀，許家倫苦思轉型蛻變的方法，發現：與其仰賴拍賣市場生存， 不如養豬戶自創品牌，將自己都敢安心吃下肚的優質健康豬肉行銷出去，營造出生產者與消費者雙贏的產業新局！有了經營品牌的概念後，產品就一定要做市場區隔，要有品牌特色。將生產者的身份放在一邊，許家倫改以消費者的角度立場來思考：豬肉的原料供應來源，是決定

購買的重要因素之一；就如同大眾都喜歡買有品牌的衣服，因為品牌代表著專業及品質，在售後服務的保證下，消費更能安心。

「如果， 我們來做別人不想做、也不敢做的事。」在當時畜牧產業充斥著一味追求低價、犧牲品質的環境，無人重視「品牌」的問題。許家倫有了如此的決心，

要讓消費者安心，清楚明白整個生產過程，甚至延伸到飼料的部份。「從牧場到餐桌， 全程透明化。」成了許家倫一直堅信的理念，他也深信：「產銷履歷」將會成為趨勢，蔚為一股潮流。民國98年5月20日，許家倫所帶領的台全珍豬，正式加入「產銷履歷」。實施保證收購價格後，能有效穩定豬價，也提高豬農畜養優質健康豬的意願；將第一級農業品牌化，提升了農業的產值。「產銷履歷」由官方主導推動，又有國際第三者驗證機構嚴格把關，品質更有保證，相對也增加銷售量。許家倫說：「在還沒有『產銷履歷』驗證時，豬隻平均每月屠宰量僅數十頭，現在每個月都增加到600頭以上了！」