

臺灣外銷面臨的產運銷問題

朱敬敏

臺灣香蕉外銷業務，近年來增加至為迅速。去年創下了八百八十九萬餘筐的新紀錄，賺取外匯美金六千三百多萬元。其中以輸往日本佔最多，達八百七十二萬餘筐。今年臺灣省政府舉行特用作物生產會議通過的香蕉生產計劃，目標定為一千四百八十四萬八千餘筐，預計外銷量為一千二百萬筐。如果能順利達成，將使此一農產作物的出口再度邁向另一新的高峯。

臺灣外銷數量，依據外貿會發表的統計數字，五年來前後增加了七倍。然而今後的外銷情勢如何，是否還會增加？或正如聯合國糧農組織專家預測將因各國增產而造成出口國家的削價競銷。這些問題引起了關心臺灣命運人士的廣泛注意與討論。一般認為，臺灣外銷最好不要過份依賴日本市場，應該逐步將市場分散。至於輸出量的增減，由於日本市場購買潛力仍然很大，就以今年說，日本香蕉進口需要量預計會比去年增加一成到二成，達一千三百萬左右，所以短期內臺灣的出路是沒有問題的，而且還會有供不應求的現象。

事實上臺灣輸日由於佔了地利人和的有利條件，儘管中南美及其他地區香蕉急起直追，但祇要繼續保持並在這兩方面努力，臺灣在日本市場連根動搖的情形是不會發生的。不過，臺灣香蕉業界在發展外銷業務上，却也面臨了許多亟需解決的困難，特別是在產運銷三方面。

大量增產秋冬蕉

首先就生產情況來說，日本市場的購買潛力仍在擴大，根據來自東京的商情報告說，日本政府有可能逐年降低香蕉進口稅率，今後幾年進口量仍有增加可能。臺灣輸出也應隨之增加，以便維持出口優勢。但是臺灣供應量却已到了相當的限度，這並不是說臺灣全年產量無法再增加，而是由於產地地勢氣候的不同，使秋冬蕉與春夏蕉的產量極不平衡

，供應量不能達到預期目標。例如去年的秋冬蕉產量只有全年總產量的三分之一，因此在出口時便發生了春夏蕉過剩，秋冬蕉供應不足的情。如果秋冬蕉再遭遇嚴重風害或霜害，供應數量將更為減少。最近因為霖雨不絕，也使產地冬蕉出貨延遲。同時，主要生產秋冬蕉的山坡地，因地力不足及灌溉設施缺乏，單位產量增加有限，還不到平地蕉的一半。這些自然與人為的因素，使秋冬蕉的產量，雖經多年努力改進，還是不能與平地蕉拉平，結果在全面供應能力上便無法達到預期理想。為了使臺灣全年以極為平均的數量按月輸銷日本，不使「日本香蕉輸入組合」藉口臺灣秋冬蕉供應不足而大量輸入中南美蕉，政府與業界今後應將生產的重點放在增產及防護秋冬蕉方面。最近外貿會決定撥款新臺幣六百多萬元，專供改進秋冬蕉生產，是一項令人欣慰的事。然而臺中山地種蕉面積將近二萬公頃，這筆款項最好再予增加，因為要求秋冬蕉增產並不僅是多鑿幾口井或引水上山就可以完成的事，而是必須多方面配合推展的工作。在臺灣省特用作物生產會議擬定的實施方案中，對如何增產



高林鄉園蕉受風暴雨損害情形(雲王洲)

秋冬蕉有如下的決定：「抑制水田植蕉，調節生產時期，增加秋冬蕉產量。設立香蕉集團防風觀察園，坡地蕉園增產秋冬蕉給予綜合獎勵，獎勵蕉園更新計劃。示範推廣防風支柱，增設開槽式防腐池，推廣使用複合肥料，並貸放生產資金。如能同時推展，秋冬蕉的增產可望在短期內達成。」

促進運輸機械化

或許有人認為，這種增產方式將加重香蕉出口成本，而不利於臺灣的國外競銷。就現階段來說，可能會產生這一後果，但是如果從長遠的觀點來看，秋冬蕉的風味優於春夏蕉，售價也比較高，現在較大的投資，仍然是值得的。

其次，談到臺灣的運輸問題，最大的困難是在機械化作業的實施。香蕉是一種最嬌嫩的水果，從產地刈割後，直至運到消費者手中，需要加以保護才能減少腐損率，使買賣雙方皆大歡喜。可是臺灣在這方面的改進却很緩慢，到目前為止，山地秋冬蕉產地刈蕉仍多採用人工捫挑的方式，利用索道運輸的比率很小。因此，在香蕉未運到火車或卡車集貨起運站之前，已受到外表看不出來的靈壓損傷。

從產地運到碼頭的路途中，又由於沒有採用紙箱包裝，以及卡車的顛簸，使出口產品再受到擦傷。而在裝船運出以前，還要經過碼頭工人上下搬運時碰撞壓擦的考驗，所以最後運到日本的臺灣，腐損率平均都在百分之二、三之間。這個百分比比較中南美蕉低很多，但是中南美蕉運到日本港口需要二十五天左右的航程，而臺灣只要四天工夫，比較之下臺灣的腐損率仍嫌太高。造成這種現象的原因，是多方面互相關連的。所以臺灣蕉業界在臺灣省青果聯營會改組加強職權後，應就這一問題研訂具體可行的辦法。早日促成山地蕉園普遍架設運蕉索道，集貨場操作系統自動化，減少卡車運輸次數，碼頭裝貨輸送帶及冷藏船艙溫度自動控制系統等計劃，分期逐步實施，使臺灣運輸工作進入機械化的作業的時代。

重視廣告和宣傳

再就臺灣蕉銷售問題來說，雖然前面說過臺灣仍

可藉地利人和的優越條件，維持在日本市場的獨霸地位，但是劇烈的競爭一定是不可避免的。尤其在菲律賓，泰國的香蕉繼中南美蕉之後向日本市場傾銷，臺灣必須用最大的努力，才能爭取絕大部份的供銷權。對這種情況，臺灣蕉業界除了在國內要不斷改進生產與運輸方面的缺點。做到隨時有香蕉出口，品質永居第一的良好信譽外，更要在銷售這方面，迎頭趕上中南美蕉。

臺灣蕉業界多年來因有旅日華商的協助，對於香蕉運到日本以後的銷售情形一概不理，以致輸銷日本具有長久歷史的臺灣，在日本市場上竟然沒有商標。因為沒有固定的商標，業界也就沒有長期從事廣告宣傳的計劃，任由經營中南美蕉的美國聯合水果公司在日本展開一連串銷售活動。最近由於這家公司以「可愛的小姐」作為商標的宏都拉斯香蕉，受到日本消費者的歡迎，才使業界開始重視銷售的技術。

在先進工商國家出口的產品中，銷售成本往往佔了相當大的百分比，這是因為廣告宣傳費用隨著

大家傳播工具的日新月異，領域不斷擴大，因而在這一方面支付的費用也隨之增加。農產作物雖然不同於工業產品，但是近年來也正在加強銷售活動以促進輸出。

面對美國聯合水果公司的銷售宣傳攻勢，臺灣蕉業界應趕快建立起新的觀念，加強在銷售方面的努力，例如在日本市場刊登宣傳廣告招貼，增加日本消費者對臺灣風味與營養價值的認識。由於日本香蕉消費者對於臺灣一向都有好感，我們如果不在這時妥善運用日人這種「先入為主」的印象，展開廣告宣傳，到了幾年以後，臺灣在日人心目中將不再居有原先的地位，那時再來談擴大銷售，便要事倍功半了。

綜合以上所說的，決定臺灣香蕉外銷的形勢，完全操在我國業界手中，只要產運銷三方面的改進工作，能够逐步實施，即使世界香蕉市場供過於求，發生空前未有的競銷現象，臺灣外銷仍然還會有獲得發展的機會。

香蕉是本省最主要的外銷農產品，去年賺取外匯高達六千四百萬美元。我們無可否認，香蕉對於本省農村繁榮增進不少。但是風險也比其他作物來得大，單以每年遭受風災損失的，全省合計總在千萬元以上。受害嚴重的蕉園受害率往往高達八、九成。這固然由於本省地理環境（風災多）所致，但假若事先能有防範的準備，就可減少其受害，甚至免於受害。

就以今年二月十四日南部地區那一次暴風雨而言，香蕉受害幾達一千萬株，估計損失千萬餘美元。因為大部分農民蕉株都未依規定架好支柱，少數農民雖架立支柱，但因支柱腐爛不堪

蕉園防風與防腐支柱

呂德仁

省七、三六〇元以上。因此很受一般農民歡迎，各地區申請者甚為踴躍，但是

一、吹就倒折。據災後農林廳調查，凡是依規定架好防腐支柱的蕉園受害都輕微。又據去年「解拉」風災過後，新竹青果合作社調查卓蘭地區林龍政等蕉園廿五公頃，其中使用防腐支柱六、一六枝，破損一三六枝，破損率為二二·一%，使用一般支柱一五、九四〇枝，破損三、二五八枝，破損率高達二〇·四四%。由上面兩次調查顯示防腐支柱確實有防風的功效，其效用比一般未經防腐支柱強而持久。

因為數量有限，以致不能擴大推廣。今年度為配合廣大蕉農的急需，特別再擴大推廣一三〇萬枝，每枝仍由政府（增建經費）補助防腐處理費三元，農民自行負擔竹價七元，並自三月一日起接受農民自由申請，凡有意購買者請向附近的集貨場或辦事處申請。筆者在此再次敬告全省各位農友們，要種香蕉必須防風，要防風請趕快使用防腐支柱，早一日使用防腐支柱，香蕉就可早一日得到保護。

以往本省蕉園防風都採用一般桂竹支柱，但使用年限僅一年。近兩年來本省蕉園面積擴增甚快，以致竹材昂貴而且供不應求，加以目前外銷蕉價

降低，部分農民心存僥倖，蕉園不立支柱，常常遭受很大損失。農林廳曾於五十六年擴大推廣防腐支柱五十萬枝，每枝由政府補助防腐處理費三元五角，農民僅負擔原料竹價七元。由於使用防腐支柱可延長支柱使用的年限至少三年，更不會有蟲蛀及腐折現象發生，而且尚可降低支柱成本（以使用三年計算，使用防腐支柱比一般支柱每年每公頃可節省七、三六〇元以上）。