

日本香蕉市場自由化

與臺蕉輸日前途

朱敬敏

去年底第十三次中日香蕉貿易會議談判陷於破裂，雙方宣告休會時，中國代表團曾回國磋商對策，並發表共同意見，指出中日蕉貿造成僵局的癥結，在於日方對臺蕉實施限制進口政策，亦即祇准許「日本香蕉輸入組合」的會員商社在配額限度內申請進口，以致迫使很多有意經營臺蕉的其他日本商人轉向中南美購蕉，導致日本香蕉市場的混亂，因此認為應促成日本政府早日同意實施自由化，謀取平等待遇。共同意見第十點，充分表明了中國蕉業界的立場。

就事實而論，臺蕉與中南美蕉確處於一種不平等的競爭狀態，後者得以無限限制自由申請輸入，而前者則非「組合」員不得經營，在日本國民香蕉消費量劇升之際，一些不能進口臺蕉的商社為滿足市場需要，自然大量輸入中南美蕉，復由於中南美蕉品質大為改善，乃演變成喧賓奪主之勢。先則打破臺蕉獨佔局面，繼則長驅直入，且被這些未能經營臺蕉乃至擁有配額但數量不大的「組合」員，用作壓低臺蕉價格以牟取更大利益的工具。特別是自從去年春季，經營中南美蕉開始有錢賺之後，日本商社更加進一步利用臺蕉與中南美蕉競爭的形勢來謀取漁人之利，而且由於雙方品質差距越來越大，更使日本商人認為這是一舉兩得的善策，樂得繼續推動。

因此，中國蕉業界人士便集中力量爭取日本香蕉市場的自由化，希望藉此擺脫單獨與「組合」交往的拘束，並切斷某些日商與中南美蕉業界的關係，將其拉攏過來以重整臺蕉在日本市場的網架！

中國蕉業界的這種構想與計劃，近一、二年來曾由業界及透過中日兩國政府主管官員研討論洽，始終未有很大的進展，但是最近自日本方面傳來的

消息。日本政府可能從七月起，對臺蕉進口實施局部自由化政策，亦即不再對臺蕉採取配額方式，由「組合」員自由決定進口量。

面對日方這種政策上的可能大轉變（六月中旬在東京舉行第十五次中日蕉貿會議對此可能有所協議），中國蕉業界却又感到躊躇不決，憂喜參半。因為日方的新行動會產生以下的演變結果：

(一)部份「組合」員經營中南美蕉，係因配額不多，局部開放可促使他們重新對臺蕉發生興趣，而轉回頭來輸入臺蕉。

(二)部份「組合」員擁有相當比率臺蕉配額，他們以往為維持實績，不論臺蕉好壞，輸日數量仍年有增加，打個折扣開發信用狀來臺採購，但局部開放後，實績失去作用，萬一臺蕉今後的品質一直沒有改進，而中南美蕉品質保持水準，他們將可能捨臺蕉局而就中南美蕉。

(三)臺蕉輸日價格已經降低，目前業界努力改善品質，其目的無非希望藉此使價格恢復舊觀，局部開放後，好的影響，不但售價提高，而且銷量亦增加；壞的影響，則價與量均可能不保。

簡而言之，過去臺蕉品質與中南美蕉品質的差距很遠，全盤或局部自由化絕對有利於臺蕉，但目前的情況却不容再作此一樂觀想法，尤其最近數月來臺蕉在日本市場的售價落在中南美蕉之後，已使蕉農失去了信心，故上述方式自由化是否有利或弊多於利，甚難預料。

品質好壞決定競爭成敗

進口自由化為自由貿易精神的體現，在這種情況下，出口的一方必然面臨競爭，因此，品質的好壞是決定國際商戰勝負的重要因素。輸日臺蕉停滯不進，而對手——中南美蕉步步高升，自無怪乎業

界對自由化反而猶豫不決了。特別是局部自由化，依然將成爲一種不公平的交易，因在此一方式下，買方可隨意選擇賣方，而賣方却祇能將東西賣給一個主顧或集團（「香蕉輸入組合」），除非賣方貨物的品質遠遜領先，否則這種自由化弊將多於利。然而，不斷改進品質乃是賣方最起碼的競爭生存之道，儘管「局部自由化」似非我們應該接受，惟從自強不息的觀點看，祇要日方開付條件有隨時轉變餘地，我們也不妨勇敢地接受任何挑戰和考驗。

依據日本農林省的估計，到一九七六年（民國六十六年），日本全國青果物年需量爲一千一百六十九萬噸，而屆時日本青果物的自給量僅九百七十三萬噸，相差一百九十六萬噸，有賴自國外輸入。在這將兩百萬噸的進口青果物中，假如以前日本輸入香蕉所佔百分比來推算，屆時將要進口一百二十萬噸左右的香蕉，約爲去年的一倍。事實上，這還是保守的估計，如果日本香蕉加工業發達，可能進口量還將多一成。一百二十萬噸香蕉，折算爲二千四百四十萬磅，亦即較去年來增加一千萬磅以上，平均每年增加一百五十萬磅左右，由此足見日本香蕉市場的購買潛力是相當大的，也自然成爲國際產品角逐之地了。對進口臺蕉局部開放不利於臺蕉之處也就在此，因在這種情勢下，日本組合員及其他商社集團增加了採購對象，而臺蕉限於「組合」爲唯一出口對象，等於減少了其供銷的機會。所以從長遠的觀點看，臺蕉顯然必須爭取平等的供銷權，出口對象不受限制，然後與其他國家產品，真刀真槍決戰一番。

計劃生產銷售攻勢並重

爭取全盤性平等供銷權利，誠如上述，是中國蕉業界繼續努力的目標。但爲配合此一目標的達成，有兩件事都是臺灣香蕉產銷團體必須及時展開，戮力以起的。

(一)採取計劃性和大規模的生產方式：

日本香蕉市場八年後要增加進口一千萬噸以上，臺灣目前最大供應能力，一般估計亦祇在一千萬至一千二百萬左右（全年產量目前爲一千五百萬噸），因此要想再度獨佔此一市場，至少必須增產八

百至一千萬，才能維持供應其需要量百分之八十的優勢，政府單位與業界應考慮就以下各點同時進行。

(1) 獎勵單位面積產量高的產地蕉農，並鼓勵聯合經營，以配合運用各地索道運送。現在臺中部份產地單位面積有每公頃八百至一千餘的紀錄，比高雄產區平均產量六百餘為多，像這種地區如加以適當獎勵，實施聯合經營，貸放最佳肥料，協助改善排水，祇要推廣五千公頃，一季可產四百至五百萬隻香蕉，足敷日本市場一季的需。這種集體經營還可帶來另一好處，即索道運輸因農場擴大，不需曲折折折蜿蜒於蕉園之間，而可在一相當範圍內，改成直線裝設，如此運輸不僅便捷，且在財力負擔上亦少問題。關鍵在於聯合經營及深山僻壤地區小農利益的兼顧，須同時解決。

(2) 依不同地區生產適宜季節的香蕉：如平地指定專門生產二至七月蕉，山地生產八至十二月蕉，嘉義、魚池等葉斑病嚴重區生產七至十月蕉。海拔較高山地，則以生產十一月以前採收香蕉為宜。

寶作連 素根開

水稻出穗後的各種病害防治法：

這幾年來，水稻出穗後，即發生下列的病害：

- 乾莖倒伏
- 窒息病
- 穗首稻熱病
- 穗紋枯病
- 未熟脫落

農友們遇到這個病害時，心情急迫，而亂噴農藥，但是都無法治癒。

現在外國已經研究成功下列的防治理論：

1. 出穗後先噴灑水銀劑、多穗等持久性殺菌劑，以防病菌寄生。
2. 噴灑活性錳及鐵等各種微量元素，加強葉綠素的作用迅速恢復衰弱現象。
3. 同時噴灑尿素，促進蛋白質的結成作用，而強化組織。

要應用上記的理論，於出穗後；即時噴灑下列的配方即可：

1. 水：15公斤
 2. 水銀劑，多穗等持久性殺菌劑。
 3. 開根素：8公克
 4. 尿素：75公克
 5. 非肥皂粉：10公克
- 每隔5天噴灑一次，3次即可。
(45瓦裝批價15元)

天力化學工業股份有限公司
臺北縣中和鄉中山路41之14號
電話：966016 郵政劃撥5179號

殺菌劑 + 開根素 + 尿素 + 非肥皂

儲備金負擔歡迎
劃撥郵費本公司
利用郵政劃撥
到郵局採辦
請到郵局採辦
地區偏僻
(5179號匯款採辦送貨郵費本公司負擔歡迎)
安全迅速方便無論一包二包無任歡迎

這種劃分供應季節生產方式的好處是，使各產地提供其品質最佳的產品，不致如目前秋冬季山地蕉品質好時，被極少數貧劣的平地蕉所影響。

(3) 據農業專家指出：新推廣地區部份蕉農密植而不更新，影響果實品質，今後應促使他們每三四年更新一次。由此看出，單位產量與品質的提高，有賴於農業知識技術的傳授，亦即對蕉農的教育，必須加強。

認真執行銷售攻勢：

光談生產運輸，而對銷售無動於中，不僅市場不易開拓，恐怕連維持產固原有市場都有問題。銷售技術是如何打動顧客，將產品賣給他們。非常不幸，這正是我們最弱之一環。當然，這個問題與經費有關。中南美蕉商前年為推銷「可愛的小姐」牌香蕉，短短兩個月時間，在日本各大晚報、電臺、電視臺、劇院等廣告媒體上，投下了三億日幣（折合新幣三千二百萬元），結果這筆廣告費並未白費，目前「可愛的小姐」牌香蕉已成為日本一億人民有口皆碑的最高貴、味美、價昂的亞熱帶水果。

針對中南美蕉的廣告攻勢，中國蕉業界儘管錢少，但仍有與其分庭抗禮的辦法，例如有人建議實施分級出口，由一統籌單位於出口檢驗時嚴加選別，分為上、中、下及普及品四種（或稱第一至第四級），最高的一級售價最高，依次遞降，如「可愛的小姐」牌香蕉每隻賣八美元，我們亦精選一部份，與其同價比美，然後再依次訂為七、六、五美元。其中五美元部份稱為普及品，以此一價格打入日本各鄉鎮，並以價廉物美為號召，如此各階層的日本香蕉銷售大眾，都可以掌握。同時，在現階段臺蕉外觀（加工後色澤變黑並有斑點）未能完全改善前，應做出如下的宣傳廣告：「皮色較深香蕉營養與風味最佳」，並舉出學理證明皮色較深與淺（金黃色香蕉並無二致。但最動人的語句莫過於「一個星期以前剛刈割下來的香蕉」，與中南美蕉刈割三週至二十五天始到達成強烈的對比。

總而言之，祇有在品質獨步各國產品時，日本香蕉市場自由化才絕對有利於臺蕉，否則前途將仍然充滿荆棘而需要不斷的努力。