

豐年專題討論

如何改進毛豬運銷？

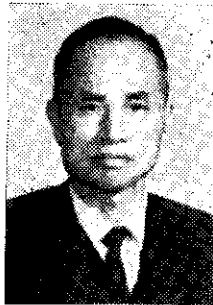


銷路沒有保障，

毛豬很難增產！

農會與市場不宜吵鬧

台灣省政府農林廳農業經濟科專員 蕭宗釗



蕭宗釗先生

「增產毛豬」幾個字，為一般人所樂道，可是從來就沒聽說過，增產了幾十萬頭毛豬，銷路的安排，價格必會高於養豬成本。

今年毛豬·銷路慘淡

其實目前台灣毛豬之所以難以增產，主要原因就在於運銷方面存在着阻力。運銷阻力未好好解除之前，縱使一時增產了，那也是不正常的增產，是不能持久的增產，最後還是減產。

比如今年自一月起毛豬確實增產了，很多農會主辦運銷的人員告訴我，每天辦公廳大門一開，幾十位農友便包圍着他，希望他能設法將毛豬早一天運銷出去。有些主辦人員，生怕農友因此滋事，索性躲開辦公廳。自上面的事實，大家一定會想像得到，農會由於得不到充足的運銷配額，無法滿足農友的願望，為其辦理運銷，這就是銷路成了問題。擴大正當銷路既有了問題，而毛豬生長到某種程度是無法不出售的。農友在此情況之下，只好去找豬販設法，而豬販則要求在天未亮前過秤，以便偷斤減兩，或以低於養豬成本的價錢收購，使農友們遭受損失。這樣怎不叫養豬的農友們洩氣？

肥了豬販 瘦了農民

統計資料指出，本省北部消費地市場所交易的毛豬，大部份都是由南部運銷而去的。今年二月至五月北部市場的交易價格，除去運銷上所支出的運輸費用和失重及損失等之外，每一百公斤較南部市

場約高出一百元左右，但仍低於養豬成本。北部市場每月約需毛豬五萬頭，其中農會因配額限制僅能供應一萬三千頭，其餘三萬七千頭都由豬販或批發商供應，而豬販或批發商是以南部市場價格向農友買豬的，所以，豬販和批發商每月很明顯的又由生產者身上賺去三百七十萬元。

共同運銷·用意很好

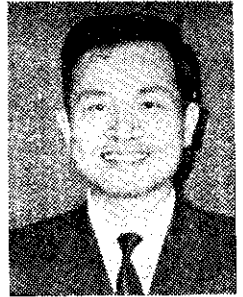
農會辦理毛豬共同運銷，沒有中間利潤，作法光明，收支公開，完全是配合產銷雙方需要的一種服務。因此之故，市場交易所得的利益直接歸於農民，最能刺激增產。又因為農會是農友自己的，由農會集中豬源是最方便不過的。

可是因為這是一種歷史很短新興的運銷制度，而且市場尚有批發商和豬販存在，因此農會與市場之間的關係還有許多隔不入之處。例如在旺產期家畜市場不願將更多的配額給與農會，就是一個很大的問題。

家畜市場·沒有合作

家畜市場不願在毛豬旺產期給與農會更多的配額，最大的理由是說農會不能在每年淡產期為其充分享握豬源，到了旺產期豬源充裕，根本無需農會來供應更多的毛豬。

可是要知道，往年淡產期農會「缺供」，也不完全是農會的責任。家畜市場在調整價格方面如能



生先博鍾

！進改要法方運裝豬毛

博 鍾 正技組產生牧畜會復農

本省毛豬主要產地為南部各縣，其中以台南縣的產量最多，而豬肉的消費，則以台北市為最大，所以每天必須從南部運輸大量的毛豬到台北市或基隆市等地，以供屠宰。

毛豬目前多以活豬運到消費地，所以在運輸過程中常常造成許多無謂的損失。尤其是運豬的工具，呈以大卡車為主，從農家豬舍將豬捆綁經稱後，每頭毛豬成坐姿式擠在車上，通常每車裝五十至五十五頭。這種做法，不但費人工，而且因為豬與豬之間靠得太緊，體溫不能發散，除了要用冰塊撒布在車上以降體溫外，還要沿途翻轉，運輸途中常有傷亡等事故發生。

為了改善目前運豬方式，減少運輸途中的損失，並降低運輸成本起見，謹提下列幾點意見，以供研究參考：

(1) 使用裝卸台——從豬舍經家畜市場到屠宰場過程中，儘量使用裝卸台讓豬自己走，不要用繩索捆豬，以免驚動太大，一方面亦可減少人工費用。

(2) 設立集運所——目前各毛豬生產地區均缺少集運所的設備，集運毛豬時，必須以大卡車挨戶收集，費時費力又易生弊端。今後應該設立集運所，以利便毛豬集運工作。集運所應有良好的設備，如豬欄、磅秤和噴水設備等等。

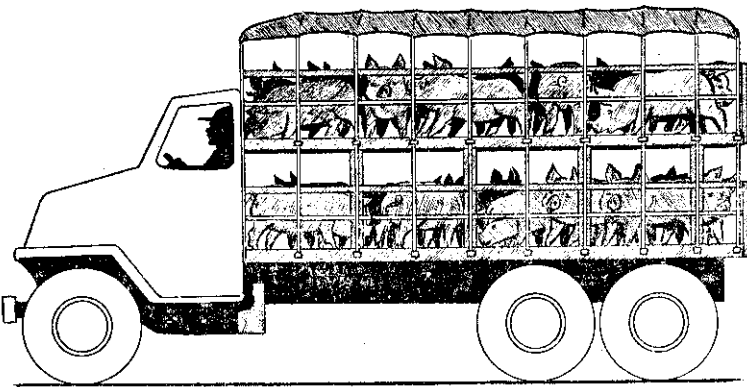
(3) 改用雙層運輸卡車運豬——在國外運豬，多用雙層車輛(附圖)，好像本省公路上常見的運摩托車的雙層卡車一樣。為什麼我們不能使

用雙層運豬車呢？時常聽見的理由有二：第一、毛豬裝得太鬆容易斷腿。第二、毛豬自由活動時失重高。對於第一點，如在卡車木板上用木條釘成格子，便可防止滑動。關於失重問題，因為失重主要由毛豬肚裏的飼料經消化所引起，如果不在運輸途中消化而保持飽肚，則到家畜市場時扣重多一點，結果還不是一樣損失？改用雙層運豬車時，運輸頭數可增加很多，運輸成本可降低，但應該做成可以拆卸的，不運豬時就把木板卸下放在一邊。

(4) 沿途設立噴水站，以代替冰塊——冰塊雖然能降低運輸中車上的溫度，但豬隻甚為難受。運豬車改為雙層之後，車上不會太擠，所以無須使用冰塊。可在沿途設立三、四個噴水站，每車收取少數費用，代客噴水。

以上幾點改進的意見，最好由有關方面來一次試辦，成績良好時，便可加以推廣。

輛車運豬雙層



與農會配合，農會是絕不會在淡產時期「缺供」的。大家都知道，農會所辦理的毛豬共同運銷，不像豬販或批發商從中做手脚，市場的價格就是它的價格，如果家畜市場在淡產時期認為應該提高價格時不馬上提高價格，那麼農會就有不能掌握豬源的困難了。

例如去年，自四月中旬開始，台灣毛豬就進入淡產時期，但市場知道之後，却以往年這時尚非淡季為理由，偏遲了幾天調整價格。以後淡產越來越嚴重，市場就索性不公開調整牌價，而以隨時暗中加價來做價。由於暗中加價多少，農會無法向農友報導，而表面的牌價除去運銷費用又低於產地價格很多，於是農會才掌握不到充足的豬源，發生「缺供」。試問有些得不到暗中加價消息的豬販，又何嘗不同樣發生「缺供」？去年有些豬販以灌水的毛豬運銷，就是屬於這一類。

其實，淡產時期產地豬價既已升高，以產地的價格加上運銷費用作為消費地市場的公開價格是名正言順的，誰也無法責備家畜市場在抬高豬價？大家要知道，家畜市場和農會毛豬共同運銷，同樣是政府為了改進台灣毛豬運銷而推行的政策，兩者有如左右手，家畜市場明明能做到的事，到了這時竟使農會出了岔子？再說到了旺產時期，又以淡產時期農會「缺供」為理由，不肯多給農會配額，使農會無法為農友服務，讓農會給農友責備為無能。

互相支持·解決問題

以往淡產時期農會不能掌握充足豬源，原因固然是外來的，可是農會仍自我振作。今年省農會非但與家畜市場訂了契約，保證全年與各月的平均供應量，就是三級農會之間也互相訂了契約，以確保淡產時期的豬源，使家畜市場與屠宰商對農會產生信心。這是農會毛豬共同運銷業務的一大加強和進步，不過我認為，農會的這種努力，還需要家畜市場與之密切配合，如果一旦進入淡產期，在價格方面未能取得家畜市場的支持，農會毛豬共同運銷仍難免遭遇危機。