

團結合作，開拓塩薑外銷光明前途！

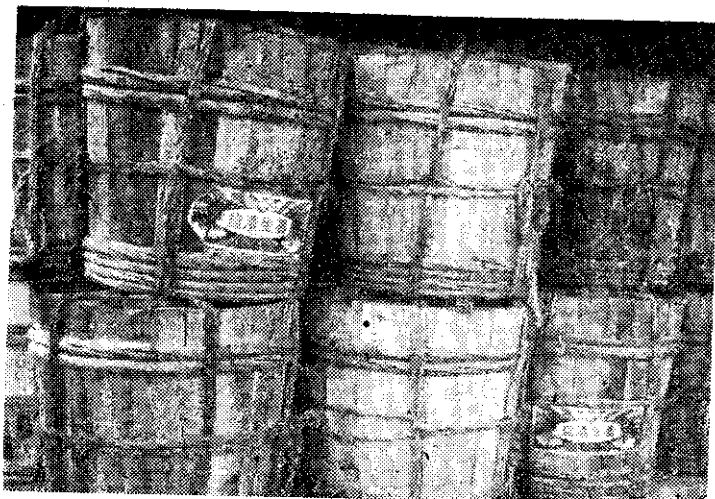
農復會農氏輔導組技正 潘啓明

台灣生薑的種植面積，在民國五十六年以前，一直穩定在一千五、六百公頃上下；生薑的收穫量，也維持在一萬二千至一萬五千公噸之間。但從五十七年起，種植面積、收穫量和年平均單價，都有了急劇的增加（表一），這種現象顯然表示生薑的市場需要有了大幅度變動，因而刺激價格，促使近年生薑種植面積與生產量驟然增加。

據報告，民國五十五年以後，台灣塩薑輸出量開始顯著增加，至五十六年，不但塩薑輸出量繼續增加，單價也開始飛漲（表二），這就是促使本省生薑生產迅速擴增的主要原因。

生薑主要是供調味和佐食用蔬菜，省內消費量不大，全年估計僅四、五千公噸左右，尚不及生薑年總生產量之半；其餘均以鮮薑或生薑加工食品形態輸出。假如將生薑外銷按年度硬性畫分其演進變化，似可以民國五十二年作為分界線。在這年以前，生薑外銷總金額僅及當年蔬菜類（不包括洋菇、蘆筍及竹筍三種大宗外銷蔬菜在內）外銷總值一成上下（表三），其中以鮮薑為最重要，塩薑及糖薑輸出量為數甚少。到了五十二年，塩薑產銷量迅速增加，已向鮮薑看齊。以後各年，塩薑輸出發展更是飛快，不但遠遠超越鮮薑、老薑、糖薑，而且成爲一項比洋蔥和蒜頭等更有希望的新興外銷農產品。五十六年，單是塩薑一項即已高據蔬菜類出口總值四成左右。

可惜好景不常，塩薑產銷事業也像台灣其他好多種成長快速的出口農產品一樣，犯了產銷脫節的毛病。尤其有關塩薑輸出事業的各分子，如貿易商、加工廠及農產等，他們之間的利益衝突，以及在同行業間的利潤分配不均，導致了在民國五十六年塩薑外銷突然興盛以後的許多爭議。部分貿易商所爭的是投機機會，因為他們在中、日兩國均持有多張貿易商執照，甚至有中日雙重國籍，控制部分海運船公司，希望的就是故意低報或高報塩薑出口價格，以便利貨到日本後再經由自己在日本的貿易單位進口，攫取日本市場暴利，所以全力反對訂一個安定的外銷價格，與一定的輸出目標。過去台灣香蕉、筍干和洋蔥等銷往日本，不之由此類貿易商



裝箱待運的外銷塩薑



台東薑園植溝塩薑 (郝宗雄)

操縱市場的實例，因而使得日本政府不得不組織該業的商社，成立進口組合，專門對付台灣農產產品的輸入。同樣在加工廠之間也是勾心鬭角，先是台灣蔬菜加工公會與台灣蜜餞公會間互爭領導權，既而塩薑輸出公會也在破除萬難之中成立以後，又有會員與非會員出口權利之爭和配額多寡之爭。即使最老實的農產，又何嘗不是看到別人賺錢而擴大種植面積，造成原料供過於求而自食惡果的局面。總之，都是爲了眼前小我利益而導致有形或無形的更大損失。

台灣塩薑輸出並不限於日本一地，其他如香港、荷蘭、美國、琉球乃至於近年才開拓的澳洲和紐西蘭等市場，都有繼續增銷可能（表四）。塩薑

表一：台灣生薑年產量及平均單價

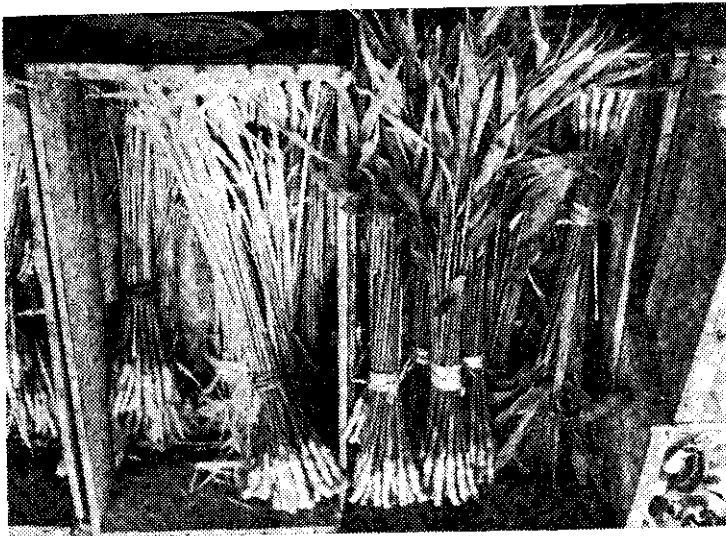
年分	種植面積 (公頃)	收穫量 (公噸)	每公斤單價 (元)
民國49年	1,188	8,760	1.83
50年	1,291	10,147	1.82
51年	1,552	14,386	1.81
52年	1,586	14,416	1.91
53年	1,586	11,512	2.00
54年	1,630	15,546	2.17
55年	1,599	12,101	2.31
56年	1,696	13,005	2.47
57年	2,205	17,811	3.00
58年	2,632	25,941	2.92

資料來源：台灣農業年報

表二：台灣薑輸出量值

年分	輸出量(公斤)	輸出值(美元)	*折算每桶單價 (美元)
民國49年	24,960	1,109	1.80
50年	440,227	99,889	10.35
51年	364,286	62,022	7.65
52年	2,824,744	336,103	5.40
53年	4,577,782	654,265	6.30
54年	4,703,022	600,792	5.85
55年	13,789,395	1,976,507	6.30
56年	14,803,089	3,874,482	11.70
57年	16,650,000	3,515,000	9.50
58年	9,840,240	2,173,698	9.90

資料來源：前外貿會外匯稽核報告及台灣薑輸出公會報表
*註：每桶為淨重45公斤裝



只是一種初級農產加工品，可以供應直接食用，又可以再加工製成蜜餞，屬於嗜好性食品，所以除非某些地區人民之飲食習慣整個改變，該市場將不易消失。至於其他國家地區的競爭，由於台灣與主要進口國日本比較接近，除大陸匪區產品可以不計成本傾銷外，其他國家產品無論數量、品質或售價，似乎尚難與我產品競爭市場。因此今天薑業困難問題的癥結不在市場，關鍵是在我們業者能否團結合作，切實有效執行計畫產銷。

當然要實施全面計畫產銷，必然會有少數人的利益被犧牲，比如產地的生薑販子、投機的地下加工廠，以及買空賣空亂拋期貨的貿易商等，我相信這一類的人誰也不會同情。同時，假使大家都明白，任何一件事情的興廢，都會有利有弊，不可能人

日本市場所見的「促成薑」（那宗規）

表三：十年來台灣生薑輸出的演變（單位：千美元）

年分	蔬菜輸出 總值*	%	鮮薑	%	老薑	%	薑薑	%	糖薑	%	出口生薑 小計
民國49年	1,049	100	152	14.5	—	0	1	0.1	14	1.3	167
50年	2,859	100	176	6.2	6	0.2	100	3.5	2	0.1	284
51年	3,655	100	262	7.2	7	0.2	62	1.7	—	0	331
52年	5,368	100	338	6.3	60	1.1	336	6.3	—	0	734
53年	6,757	100	260	3.8	6	0.1	654	9.7	3	0.1	923
54年	5,418	100	192	3.5	73	1.3	601	11.1	866
55年	6,962	100	204	2.9	158	2.3	1,977	28.4	—	0	2,339
56年	10,468	100	328	3.1	4	0.1	3,874	37.0	—	0	4,206
57年	17,104	100	342	2.0	—	0	3,515	20.6	92	0.5	3,949
58年	15,557	100	175	1.1	—	0	2,174	14.0	52	0.3	2,401

資料來源：前外貿會外匯稽核報告及台灣銀行進出口結匯統計
*註：外銷蔬菜包括鮮、醃、漬及罐頭等，但不包括洋菇、蘆筍及竹筍三類。

人滿意，那麼權衡輕重，只有選擇利大者實行了。首先從原料說起：由於近年土地利用及田間對抗作物競爭的結果，生薑種植多在台東、南投等縣深山地區。嚴格地說，我們不贊成這種生薑生產及水土保持。嚴格地說，我們不贊成這種生薑生產方式，因此在目前尚無法由全面製取得原料之前，似可先由薑輸出公會統籌所需原料數量，在產地分別設置原料聯購處，掛牌收購生薑，轉送附近會員工廠加工，既可改進原料品質，控制進廠數量，又可拉平各廠加工成本，穩定外銷價格。等到薑

表四：民國五十三年至五十六年間壙薑輸出國家地區

(單位：量——公斤·值——美元)

國家地區	民國 53 年				民國 54 年			
	輸出量	%	輸出值	%	輸出量	%	輸出值	%
日本	3,775,705	82.5	557,519	85.3	4,213,850	89.6	547,316	91.1
香港	722,873	15.8	75,844	11.6	459,873	9.8	39,246	6.5
荷蘭	0	0	0	0	8,200	0.2	1,810	0.3
美國	44,832	1.0	14,290	2.2	10,599	0.2	11,554	1.9
琉球	0	0	0	0	6,000	0.1	630	0.1
新加坡	24,300	0.5	2,711	0.4	4,500	0.1	236	0.1
英國	0	0	0	0	0	0	0	0
法國	0	0	0	0	0	0	0	0
丹麥	0	0	0	0	0	0	0	0
波多黎谷	0	0	0	0	0	0	0	0
澳洲	9,072	0.2	3,332	0.5	0	0	0	0
亞丁	1,000	...	560	...	0	0	0	0
合計	4,577,782	100	654,256	100	4,703,022	100	600,792	100

國家地區	民國 55 年				民國 56 年			
	輸出量	%	輸出值	%	輸出量	%	輸出值	%
日本	13,411,060	97.2	1,932,032	97.8	14,154,964	95.6	3,766,049	97.2
香港	309,404	2.2	29,342	1.5	371,001	2.5	40,618	1.0
荷蘭	0	0	0	0	171,662	1.2	25,470	0.7
美國	6,213	0.1	9,006	0.5	27,311	0.2	19,513	0.5
琉球	5,400	0.1	910	...	49,220	0.3	13,242	0.3
新加坡	15,576	0.1	2,446	0.1	15,050	0.1	3,829	0.1
英國	1,531	...	1,368	0.1	2,518	...	2,311	0.1
法國	39,230	0.3	880	...	0	0	0	0
丹麥	981	...	523	...	0	0	0	0
波多黎谷	0	0	0	0	11,363	0.1	3,450	0.1
澳洲	0	0	0	0	0	0	0	0
亞丁	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	13,789,395	100	1,976,507	100	14,803,089	100	3,874,482	100

資料來源：前外貿會各年度外匯稽核報告

當外銷秩序化後，再謀與各地農會簽訂契作辦法，長期執行計畫生產。

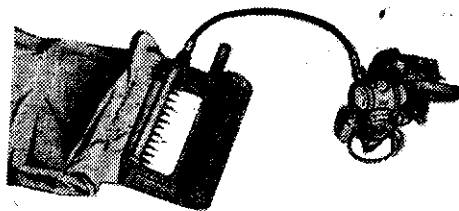
其次說加工廠管理：嚴格講，目前省內壙薑加工廠設備、能力相差懸殊，假定確立對外統一報價，品質畫一前提，因而工廠設備標準必須再嚴格規定，出口品質檢驗應再加強。此外，工廠管理、加工調理和操作技術似乎仍嫌落後和保守，都須確立制度與標準。特別廠主經營觀念必須以企業化管理為要件，合作共存為目標。

再說輸出貿易：為三環中最後一環，也是最重要的一環。對內而言，目前一般台灣壙薑業者，普

遍規模不大，資金缺乏，對國際貿易常識不豐，以之個別對外推展貿易，費力而不易成功，因此常常發生同業間自相削價求售情事。在現階段舉國努力於開拓國際貿易以增加國富之大目標下，唯有促使同業聯營，以團體力量充實輸出實力，進而增加利潤之獲得。對外交言，與日本商人簽訂長期供銷計畫，確保最大市場，同時努力壙薑新產品的試製試銷和包裝技術及運輸方法材料之改進。此外，新市場之調查、分析與開拓，更是刻不容緩。只要大家團結合作，共同努力，壙薑外銷未始不能再有一次光明的前途。

動力採茶機

《全省獨家供應》



茶業界的福音

一台採茶機可抵10個人的工作量

製造廠：日本內田刃物工業株式會社



內田牌

動力割草機

用動力割草機割草、割稻、打枝、省錢、省油又輕便，適用於平地、山坡等操作

說明書備索



徵求各地代銷商

HSINGLIN

台灣總代理 興林企業有限公司

地址：台北市羅斯福路三段八四巷六號二樓 電話：361122