

• 潘啓明 •

加工外銷新途徑

雖由二十年前的六噸多，提高到五十九年的九噸半，但比較美、日等國的三十餘公噸，仍相差很遠，尤以台柑平均結果年齡約為十五年，而美國平均為三十年以上。這些問題，必須加強研究改進。

(二)改進品質：柑桔試銷日本，因糖度低和腐爛率高，未獲好評。柳橙去年外銷香港，因紙箱不良和選果不嚴格，使到貨品質不良。近年台柑輸銷加拿大數量始終無法增加，腐爛率高是個主要的原因。今後柑桔外銷市場能否積極拓展，在於品質改良必須從農務技術管理，指導合理施肥、灌溉、採果等方面着手，而選果和包裝的改進，紙箱和運輸的管理，也都是改進品質的有效方法。

(四)改善供果制度：目前柑桔生果外銷，雖由青果合作社統一供應，但因種種因素，多為果農賣青，由果販採辦，有時台中柑桔運到北部交貨，影響供果秩序。今後須使果農集中種植，直接供果。

至於柑桔罐頭外銷，更應建立原料供應制度，以提高品質，減低成本。

配合政策輔導

(一)發展加工外銷：對於已經大量外銷的柑桔罐頭，應從速促進業者聯營合作。對於濃縮果汁和柑桔與其他熱帶水果如鳳梨、木瓜等的混合罐頭等，也應加強發展，使外觀較差的生果，易於銷售。

(二)拓展日本市場：日本國內只有溫州蜜柑供應較多，其他如椪柑、桶柑、柳橙、柚類、蜜蒙等均可由台灣供應，市場需要量很大。我們必須積極防治果蠅和病害，並和日本政府交涉開放台柑進口。

(三)發展東南亞和紐、馬、紐等市場：港、澳、紐、馬、紐等市場每年進口量很大，必須加強拓展。

(四)加強市場宣傳：台柑銷日、琉和香港等地，從未有具體宣傳計畫，為不能大量順利拓展外銷市

場的主要因素。美國佛州每年提柑桔銷售總值一〇%的費用，約三千萬美元，用於宣傳、廣告和開拓市場。美國果汁銷售歐洲，完全依賴市場宣傳。

(五)減免柑桔果汁內銷的貨物稅：柑桔果汁外銷很有希望，但在初期，必須有相當內銷市場互相調節。台灣內銷柑桔果汁始終無法大量發展，就是因果汁須與汽水一樣征收高昂的貨物稅，使工廠不願投資生產。世界各國，對於天然果汁和一般飲料的稅率均有不同，日本是免稅，所以必須迅速決定免徵天然果汁貨物稅，使內外銷市場同時發展。

(六)加強試驗研究：柑桔為長期作物，試驗研究必須訂有長期性的完整計畫，才會有效。以往台柑的試驗研究，缺乏完整，而試驗場地人才設備，均待充實。研究計畫的訂定，必須依賴長期可靠的經費支持。此項經費，除政府投入外，須由出口的加工和鮮果產品中提出部分基金。

最近幾年來，台灣柑桔外銷在各有關業者的努力下，雖然有相當成績，但照台灣生產條件和國外市場需要情形來說，努力好像還不夠，因而影響柑農增產興趣。

柑桔類不但在台灣是重要水果，就是在世界市場上也占有相當地位，因而，柑桔市場廣及全世界。但因柑桔是鮮果，固然有生產季節性，而且不耐長期儲運，所以，加工是柑桔產銷上重要的一環。

台灣的柑桔加工品，有蜜柑罐頭、蜜柑果汁、果醬和蜜餞等多種，其中蜜柑罐頭的市場主要在國外，其餘產品多半供應內銷市場。

世界上產製柑桔類加工品，實際上是以蜜柑果汁為最多，其次方為蜜柑罐頭。蜜柑罐頭產製國家並不多，但展望消費市場，却很有前途，目前產銷量最多的是日本，我居第二位。

根據統計，上年日本柑桔生產量中，約八三・五%供國內鮮銷，一五・三%供加工，其餘一・二%為外銷鮮果。同年台灣柑桔（不含文旦、柚及蜜蒙等），約七八・七%以鮮果內銷，一二・七%供加工，其餘七・六%為外銷鮮果。

目前台灣的加工用柑桔（特別是蜜柑罐頭）品種，在先天上不如日本。日本柑桔幾乎全部是溫州蜜柑，果瓣多而種

子絕少，最適合加工。台灣多選用桶柑為原料，種子多，片型大，果肉疏鬆，形成破片較多。因此要發展台灣柑桔加工製罐，必須另起爐灶；就是配合製罐，同時發展濃縮蜜柑果汁外銷，以擴大市場，減輕成本。

自二次世界大戰結束後，歐美各國工商業迅速發展，國民所得提高，飲食觀念改變，各種天然果汁的消費量大為增加，其中半數為柑桔類果汁。

如以上年國際柑桔貿易統計資料看，英國進口柑桔汁達三千五百萬加侖，且尚未包括濃縮柑桔汁在內，西德為二千六百萬加侖，瑞典為一千二百餘萬加侖，加拿大為八百四十餘萬加侖，連原為柑桔汁出口國家的美國也進口一百四十萬加侖，可見蜜柑果汁消費市場之大。

如上所述，日本是柑桔加工發達的國家，然而由於生食需要量日增，生產反有遞減趨勢，所以日本柑桔加工今後必然走向衰退之路。台灣如能一方面努力增加溫州蜜柑種植面積，一方面促使產製蜜柑罐頭工廠盡量以破片、碎肉等轉作蜜柑果汁，再經濃縮後外銷，將可有助於台灣蜜柑加工業進一步的發展。至於柑桔其他加工產品，如果醬或蜜餞等，由於品質價格尚難與國外產品競爭，目前只能以內銷為主，暫不討論。