

李登輝·許文富

毛豬外銷，大有前途！

有前途！

國內生產潛力很大

台灣的養豬事業，雖然已從傳統儲蓄式的家庭副業，漸漸發展至企業化經營的階段，但農家的養豬收益，一直在成本邊緣，甚至常常發生虧損。農民都很希望政府能早日拓展毛豬外銷市場，使養豬農民獲得合理的利潤。

直到最近，日本因國內需要增加，供給減少，曾向台灣進口冷凍豬肉。這是本省毛豬外銷的好機會，可是在此期間，台灣的毛豬價格略有波動的跡象，以致引起了社會人士的關心和指責，認為政府不應推廣毛豬外銷，以免國內肉價上漲，增加消費者的負擔。

本省毛豬究竟應不應該外銷？對於這個問題，各方面的看法很不一致。我們認為，只要採取的方法適當，毛豬外銷不但不会影响內銷價格，而且大

任何一種農產品，只要外銷市場有需求，流入國內市場的數量勢必減少，價格亦將上升，毛豬外銷當然也不會例外。

但是價格因外銷而上漲的程度和持續的時間，與產品性質和供給潛力有密切關係。假如產品的生產受到自然、技術和經濟條件的限制，不能在一段時間內大量供應時，產品價格因外銷引起的變動幅度必然較大，持續時期也較長。相反的，所受自然、技術和經濟條件的約束小，亦即供給潛力大時，即使因外銷使價格上漲，仍可在短期間內回跌。

台灣的毛豬供給潛力相當大，只要養豬有利，農民都可在短期內增加生產。以目前六十餘萬養豬農戶來說，如果每戶增加飼養一頭，就可增產六十餘萬頭。

因此，問題不在於顧慮因開放出口而影響國內肉價的波動，是在於開放出口後，應採用何種政策，促進毛豬的再生產，並在發展外銷市場的大前提下，謀求國內養豬業的發展，和價格的穩定。

外銷不會影响肉價

再根據統計分析，歷年來國內豬價的波動，受毛豬外銷的影响不很明顯。過去十五年，產地毛豬價格和外銷毛豬頭數之間的關係係數，只有〇·一三八，就是說，兩者之間幾乎沒有關係可言。五十七年下半年至五十九年上半年，台北市毛豬批發價格和外銷頭數的關係係數，竟為負數。

事實上，近年來毛豬的外銷量，在國內屠宰總頭數中所占的比率很低。只有〇·七一至〇·六

一%，不可能對國內毛豬價格有顯著的影响力。

台灣毛豬的生產量，每年都在增加。就目前台灣的經濟發展和人口增加情形來衡量，豬肉需要量的年增長率約為四·五%左右。假定每年的毛豬增產率能够超過四·五%，將超過的部分全部外銷，亦可使國內毛豬價格保持平穩。

日本是一個好市場

根據分析知道，毛豬外銷對國內毛豬價格的影响，並不如一般人所想像的大。日本自去年十月起，已開放豬肉進口自由化，基於我們在地理上的優越條件，和雄厚的毛豬生產潛力，我們必須爭取此一外銷市場。

在自由競爭的現代動態經濟中，政府雖然應積極保持物價的穩定，但事實上，影响物價的因素很多，且隨時都在變化，所以沒有一個國家能把某一種農產品的價格長期定在一個點上。老實說，只要能把物價的變動範圍縮小在一個限度內，也就達成穩定物價的目標了。

就毛豬價格來說，在政策上似可制定一個最高價與最低價的限度，在此限度內政府可以不加干預，亦即豬肉出口完全任其自由發展，當價格超過最高價的限度時，為顧及消費者的負擔，才停止出口。當價格低於最低價的限度時，應由政府收購毛豬，製成冷凍豬肉儲存，待價格回升時再拋售。在政府未實施此一收購政策以前，最低價的限度可作為契約外銷毛豬的底價，以保障生產者的利益。

最高價和最低價標準的決定，原則上應考慮毛豬的生產成本，另一方面也要顧及消費者的負擔。我們認為，規定最低價為二、一〇〇元，最高價為二、四〇〇元，是很合理的。

計畫產銷前程遠大

總之，我們贊成繼續拓展毛豬的外銷市場。台灣有六十餘萬養豬戶，毛豬的供應潛力非常大，要是有計畫的生產和外銷，不但不会影响國內豬價，而且很有發展前途。（本文摘自「豬肉外銷與國內豬肉價格變動之關聯」）



哺乳

唐清根