

養豬產銷連鎖

豐年專題論



本省養豬事業企業化之後

柳田

最近到苗栗以南各縣農村考察，使我深深感到，台灣的養豬事業已經企業化了。

促進台灣養豬事業企業化的原因，除了品種改良是基本的推動力之外，民國五十七年與六十年代的冷凍肉外銷日本，也是最大的刺激。

台灣農民養豬，雖然年年虧本，但養豬主要目的是為了農田肥料，農民仍默默飼養，全省每年總生產量沒有顯著的增減。可是五十七年與六十年，毛豬屠宰量遽然增加，因此豬價突然上漲。每百公斤毛豬最高價曾達到二千七百元以上，為歷年最高價格，有些養豬戶確實賺了一些錢，因此大大激起養豬的興趣與信心。

至於冷凍肉外銷日本，是自五十七年開始的。去年十二月，日本政府對冷凍豬肉進口採取自由化政策，免去關稅，又適逢日本食肉數量增加，美金貶值，日幣升值，台幣對美金匯率不變，更使外銷順利。

不過，養豬事業企業化之後，它本身已起了「質」的變化，就像一個人爬得越高，就跌得越痛。以往養豬是為農田肥料，也是農家的副業，是保守的。盡管市場與交易不理想，但農民仍願繼續養豬。市場交易價格偶而好轉時，由於農民反應較為遲緩，產量也不會迅速增加。也就是說，雖有淡旺產的循環，但變動不十分嚴重，期間也很短促。

但在企業化養豬下，大養豬戶是非常敏感的，一見到銷路和價格好，養豬戶便會全力投資，大量生產，而一旦銷路和價格不好，那麼產量便會突然下降，價格會因「供過於求」或「供不應求」而大漲或大跌。所以，養豬農戶可能大大盈利，也可能傾家蕩產。

一般人已知道這種利害，同時認為，「計畫產銷」才是解決這個問題的首要辦法。

但要想實施計畫產銷，又談何容易！

以前台灣毛豬的生產者和運銷者，總認賣屠商無理扣重退價，屠商總是譴責生產者出售的毛豬品質太差（臭肥、粗骨），飼喂過飽。這樣公說公有理，婆說婆有理，長年喋喋不休。的確，消費地與產地食肉者對於豬肉的消費習慣是迥然不同的，居於都市者多愛吃瘦肉，居於鄉村者多愛吃肥肉，以往農民多愛將毛豬養得很肥，這種毛豬就地屠宰尚可，但如有半數需要運到都市去，遭到都市屠商的白眼。屠商為「教育」農民不宜再飼養這種毛豬，便報之以嚴重的「退價」。同時農民多想在毛豬出售時多增加一點體重，常在三更半夜盡量飼喂，屠商對於飽壯毛豬無不深惡痛絕，因此又報之以「扣重」。

每日常市場交易的「扣重、退價」確無一定標準，因此大大引起生產者的反感，從而無法提高增產與改良品種的興趣，同時也造成毛豬交易的種種黑幕，確是台灣毛豬運銷的基本問題之一。

今後養豬普遍企業化，大養豬戶較易理解都市或外銷所需要的毛豬是屬於何種品質，劣質毛豬自然就會淘汰，而且實施屠體決價或屠體交易之後，飼喂過飽已無「用武」之地。如果大養豬戶能够合作，將來很可能全面實施毛豬上車時不過磅與不細腳，貨款可由農會代為算清交給生產者，農會毛豬共同運銷亦可相率進步。

養豬原是本省一般農家的副業，但養豬企業化之後，豬可能逐漸不是由農民來飼養，而是由非農民飼養。我們這次考察所接觸到的大養豬戶，有的是地方的士紳或醫生，有的是商人，農戶雖仍占多數，但大部分是較為富有或有辦法的農戶。這是很自然的趨勢，因為企業化大規模養豬需要大量資金，如向行庫貸款，應有不動產或動產抵押，目前一般小農戶向農會貸款多已超過信用限度，向行庫貸大筆的款，又有困難，一般農家養豬的

