

豐年半月刊

台北市伊通街106巷27號
HARVEST Farm Magazine
27, Lane 106, I-Tung Street
Taipei, Taiwan

- 本刊每月1日，16日出版。
- 省內定價，每本3元。
- 全年(24期)訂費60元，
2年100元，3年140元。



注意農產運銷·提高農民收益

農復會農民輔導組陳新友

農產運銷，是指連接農業生產者和農產消費者的一切活動，因此，農產運銷工作的好壞，可直接影響生產者的收益，也可直接影響消費者的生活。換句話說，農產運銷實與整個國民經濟有極密切的關係。

現代化的農業，是商業化的農業，生產的不只是一種產品，而且是一種商品，運銷過程有時甚至於比生產過程還要重要。因此，現代的農業生產者，必須注意農產運銷問題。

農產運銷問題是非常複雜而繁瑣的，農民為了提高收益，在生產計畫中，至少要考慮下列幾個問題：

(1) 運銷成本的必要性：一種農產品自生產者流向消費者的過程中，必須負擔各項費用，例如運輸費用(往往這是最重要的運銷費用)、包裝費用、儲藏費用、加工費用、分級等處理費用、腐爛及失重等損失、中間商人的工資和利潤等。農民實際可以得到的價格，是消費地價格減除總運銷成本後的淨額。不管是由農民自己、生產者團體，或營利性商販來擔任運銷工作，運銷成本總是要負擔的，所以農民實施出貨計畫，不但要找高價格的市場，同時要找低成本的運銷通路，而且絕對不要把消費地價格和生產地價格混為一談。

(2) 市場價格的季節性變動：由於氣候條件的影響，農業生產有季節性，而市場價格也有季節性的上下變動。一般說來，盛產期價格最低，淡產或不生產時價格最高。這種生產與價格的季節性變動，以青果和蔬菜等作物最為明顯，生產者最好能調節收穫期，提前或延後收穫，以便在價格最高或較高時出貨。人家沒有時候你有，產量少一點沒有關係，甚至於品質差一點也沒有關係，高價格往往可以彌補低產量損失而有餘，是可以多賺錢的。

(3) 市場價格的周期性變動：例如台灣的毛豬價格，差不多每三年就有一次高峯和低谷。這種周期性的價格變動，最近幾

年雖比較不規則，但仍可發現趨勢。農民不應

該像過去一樣，在豬價高的時候開始大量養豬，如此可能在豬價暴跌的時候出豬，受到低價之苦。相反地，應調整養豬計畫，安排在高價時大量出貨，以便享受高豬價的利益。

(4) 市場的偏好：由於所得水準和消費習慣等的差異，不同市場對於同一種產品可能有不同的偏好。例如台北市的家畜市場喜愛瘦肉型的豬，而桃園一帶的市場却歡迎肥肉型的豬。生產者要明了市場的偏好情況，判斷自己的產品應該向那一個市場出貨比較有利，否則隨便出貨，往往得不到自己產品應有的價格。

(5) 市場價格的安定性：農產品大部分不耐儲藏，而且消費需要缺乏彈性，因此如果到貨量太多，市場價格就會受到壓迫而慘跌。一般說來，台北市的蔬菜到貨量如較正常時多一〇%，價格要下跌二〇%以上；到貨量較正常時多二〇%，價格就要下跌五〇%以上。這種影響，在大型市場較小，在小型市場較大，生產者應有透澈的了解。

(6) 消費者至上：現代的社會，可以說是消費者至上的社會，一切產、運、銷活動，均為滿足消費者欲望而實施。有些消費者願意付高價，但對品質要求很嚴。有些消費者希望價格低，對品質不苛求。農產品應好好地整理、分級、包裝及實施其他必要的處理，以滿足不同消費者的需要。但消費者的需要，也可由生產者予以創造。為了達成這個目的，生產者必須團結，以共同集貨、共同選別、共同包裝、共同運銷等方式，實施大量化有秩序的運銷，提高市場占有率，同時制定統一商標，增進消費者的認識，建立消費者的信心。這方面的工作，有待我們去發展。

第22卷第21期(中華民國61年11月1日)要目

封面照片.....阿明	農產運銷專輯..... 36—42
新聞報導..... 10—13	農產運銷與國民經濟——農產品外銷的展望——農產運銷的改善
農業生產..... 14—21	生物世界..... 43
莢用豌豆——養鴨飼料——肉牛	農友新知..... 44—45
管理——香蕉自產自銷——豬飼	農村家庭..... 46—51
養管理——蕪麻栽培草菇	農家副業——合歡山雪景——小
機械農業..... 24—27	鹿阿花——老祖母的眼淚
農友經驗..... 28	農業信箱..... 52—53
豐年畫刊..... 30—31	農友園地..... 54—55
推廣活動..... 32—35	