原因。菲律賓偶而也向台灣進口柑桔，但數量很有限，不值重視。

至於日本，自從五十九年開放進口台灣椪柑以來，歷年來皆增加進口量。但總數量不大，五九～六〇年期爲十萬箱，六〇～六一年期爲十四萬箱，六一～六二年期爲二〇萬箱，增加率雖然很高，但絕對數量不多，尚不及總外銷量的一成。

然而，銷售日本的柑桔全爲椪柑，所以對椪柑外銷來說，確爲一重要市場。

此外，加拿大也是台灣椪柑的傳統市場之一，但歷年來外銷該地區的數量不多，只供溫哥華地區華僑的需要，以椪柑及桶柑爲主。

自六一～六二年期起，青果聯合社開始試銷溫洲蜜柑三千箱到加拿大，結果，頗受當地消費者的歡迎，但因着色率低，售價比日本產的溫洲蜜柑爲低。今後如能提早着色率，外銷加拿大的可能性很大。

目前台灣省青果運銷合作社聯合社正與加拿大大進口商洽商，擬在加拿大設立台灣柑桔代理商，以積極拓展市場，並作有計畫的外銷，如能順利談妥，未來的發展潛力非常大。

拓展市場困難

綜合上面的分析，可得下面的幾點結論：

㈠台灣的柑桔外銷，過去數年來雖然成長非常迅速，但因世界柑桔輸出國家的柑桔增產率，已大於輸入國家的進口增加率，所以，外銷市場的拓展，將更加困難。

㈡香港是台灣柑桔的最主要外銷市場，每年需要量雖呈增加之勢，但總進口量已幾近飽和點，且來自許多地區，包括台灣、美國、以色列、意大利，以及大陸匪區等，所以，將來的進口量增加可能相當有限。我們應提高品質，並以航程較短的優點，增强競爭力，從而增大市場的占有率。

㈢星馬地區爲未來發展潛力較大的市場，尤其近年來星加坡的經濟發展迅速，國民購買力增强，青果類需要日增，所以今後似應集中力量於此一市場的拓展。

㈣對日本市場的柑桔銷售量，雖然過去兩、三年來皆呈增加之勢，但未來的發展潛力很有限，主要原因是日本本身的柑桔也已面臨生產過剩的問題，所以大量採購台灣柑桔的可能性不大。

㈤過去台灣柑桔外銷韓國的數量很少，如六〇～六一年期只有八千箱左右，主要是受韓國外滙管制政策的影响。

但未來市場發展潛力似乎不能忽視，因爲經濟發展到了某一階段以後，外滙管制政策可能會有改變，屆時對柑桔類進口，必隨着增加。

適度節制生產

㈥加拿大也是最富潛力的市場之一。過去十年來，加拿大均進口桶柑和椪柑，但銷售對象只有溫哥華市區三萬餘人的華僑，因此銷售量不多，自五一～五二年至六〇～六一年期，平均每年只進口一萬三千箱。加拿大天候寒涼，所需熱帶及亞熱帶水果均仰賴進口。又加拿大國民購買力强，消費潛力很大，是省產柑桔的良好外銷市場。

現青果聯合社已積極與加拿大的大經銷商接洽，擴展台灣柑桔的銷售量，如果柑桔着色技術能研究成功，船運方面能獲得充分的配合，加拿大將成爲台灣柑桔極具前途的市場。

總之，台灣柑桔外銷，將繼續不斷地成長，但未來的市場拓展，勢必比以往困難，雖然台灣柑桔產業仍將以內銷爲主，但如不積極拓展外銷市場，很容易造成供過於求，價格劇跌的現象，所以在生產方面，似乎亦需要適度的節制。

美國芒果的遠景

近年來，美國芒果在本省大量種植，無可避免地，在栽培面積擴展中，價格却相對地逐步下跌。

茲提出改進建議幾點，以供有關人士和農友們的參考：

(1)外銷市場尚未開拓建立前，栽培面積不宜再增加。

(2)果農們爲了搶先上市，利用人工催色的做法，是自毀信譽，千萬使不得。

(3)除了現有香港和新加坡兩市場，如何開拓日本市場，應爲當務之急。

(4)研究製罐或製汁。爲此，對現有各新品種的特性，須有通盤的了解。何者適合切片製罐，何者適合冷凍，何者適合製汁，應該有所識別。

如果這些建議是正確可行的，那麼，五年後本省芒果產銷的遠景是：

(1)栽培面積可能增加到五千公頃。

(2)新鮮芒果暢銷日本，至少可以彌補香蕉外銷遭遇挫折後所受的損失。

(3)製造什錦水果罐頭（包括芒果、木瓜、鳳梨、香蕉等）或者是冷凍的什錦水果，用我們自己的商標行銷歐美。

(4)製造芒果果汁或和其他水果製成的混合果汁，運銷中東各國。用中油公司油輪運去，換回我們每年所需的石油。（谷良）

導報情農

（呂福和）