

果菜公司努力目標 兼顧產銷雙方利益

台灣區果菜運銷公司自去(六十三)年十二月一日正式開業至今，雖僅三個月，但就台北市的果菜供銷狀況，非常穩定，價格方面，更日趨正常合理。現將果菜公司初期營業情形，及今後努力目標說明如下：

初期營運・價格穩定

(一)果菜供銷狀況：果菜公司批發市場自開業以來，每日平均進貨量為蔬菜六九二公噸，成交量六六九公噸，成交率九六・六八%。青果為三六一公噸，成交量三三九公噸，成交率達九三・九一%。如與往年蔬菜旺季比較，上年同期，每日僅平均四五四公噸，計每日增加二三八公噸，增加率達五二・四%。再以成交量而言，亦較上年同期增加四七%，由此顯示貨源的充裕與生產者對果菜公司已深具信心。

(二)果菜價格方面：果菜公司開業後，由於交易層次減少，節省中間費用，現在零售價格，經調查報告，較六十三年十二月一日已平均下降三一%，而批發價格，因果菜公開拍賣，人為因素，已無法操縱，致使價格趨向正常合理。

據統計，公司開業至今的果菜交易價，平均為三・五六元，而往年同期則僅為二・七一元，兩相比較，每公斤增加收益〇・八二元，增加率為三一・四%，足証公司開業後，不但注意減輕消費者的負擔，同時亦兼顧提高生產者的合理利潤。

(三)革除以往市場的積弊：以往果菜的批發，向由行口商經營，層次繁複，把持壟斷，又乏調節，因之造成供求失調，致使價格漲落懸殊。農友交貨後，不僅數量、價格，任憑宰割，貨款亦常遭延付，拖欠。其間又受地痞流氓的勒索，剝削，使生產

者深受其苦。公司開業後，即對上述弊端，分別採取各種措施，澈底改革，目前場內交易秩序，已趨正常淨化，以今年春節期間，平均日進一、五三〇噸，比平時增加達二倍，更可顯示生產者對果菜公司的信賴。

努力目標・調節供需

果菜公司主要的任務，是在求掌握貨源，調節供需，既要減輕消費者的負擔，又要提高生產者的利益，因此，果菜公司今後將朝著下列目標努力。

(一)掌握貨源：擬訂長期供需計畫，鼓勵農友直接向公司登記為供應人，訂定供應契約，直接進貨。

(二)鼓勵生產：選擇主要果菜生產區，洽請有關單位協助農民訂立生產契約，實施有計畫的輔導生產，使因時因地發揮生產潛力。

(三)提高品級：配合計畫生產，實施分級包裝，使果菜商品化，建立信譽，減少損耗。

(四)籌設分公司：於各大城市，逐漸籌設分公司，建立橫線運銷網，俾能全般調節供需，彼此呼應，達到有效的運銷計畫。

(五)籌設蔬菜加工廠：對生產過剩的蔬菜予以加工處理，以免因供過於求，菜賤傷農，蒙受損失。

(六)爭取果菜外銷：訂定計畫，開拓國際市場，實施果菜外銷業務，爭取外匯，兼保果菜銷路。

(七)籌設平準基金：對國外進口水果，建議政府儘可能實施管制，以免與國內水果競爭市場，如必須進口，擬由公司承購承銷，所得盈利，供為淡季蔬菜獎勵金或旺季蔬菜低價保證金之用。

(八)訂定合理價格：每日調查蔬菜生產地(員林、西螺、朴子、永靖)與消費地(台中、新竹、台南、高雄)，各類蔬菜行情，加入運費與合理利潤，釐定蔬菜合理價格，以為次日拍賣喊價標準，以維果菜合理價格。

(九)改進交易方式：供應的果菜，以公開拍賣方式，兼顧供銷雙方利益，予以銷售，對拍賣剩餘，必須當天處理者，得以比價讓價或予冷藏，盡量避免到貨殘存的損失。

(十)推行示範攤，特約零售商，超級市場制度：為防止零售商哄抬零售價格，由公司直接經營或送貨供應，以穩定果菜零售價格，發生制衡作用。

(十一)實施行情報導：對每日批發價格，進貨數量等，均逐日編印資料報導，洽請大眾傳播單位，以電視、報刊等定時報導，俾使生產者及消費者均能了解價格。

(十二)充實設備，加強服務：公司內部設置招待所、餐廳等，以廉價收費，便利貨主商賈食宿，並洽請金融單位派員駐場，提供各種必要的服務。

果菜公司成立至今，各方的反應意見以及書面建議等，經公司整理歸納，可分為三個階段，十個問題，茲分別說明如下：

掌握貨源・訓練拍賣員

開業前的階段：(一)謂果菜公司沒有貨源，難以實現的問題：台北市原有把持果菜的批發商人，從事果菜批發多年，因此當公司剛要成立時，曾暗中破壞，甚至產地造謠，勸阻農友不要進貨予公司，仍由其收購，甚至買青等，企圖封鎖貨源。

公司獲悉上項情報後，即深入產地，擴大宣傳，並承農林廳等有關單位及各級農會、青果合作社等的支持，與農友直接接觸，消除其恐懼心理，爭取合作，而開業之日，果菜進場，竟高達千噸以上，比平時約增二〇%左右，澈底粉碎其封鎖貨源的陰謀。

(二)謂果菜公司員工缺乏工作經驗，影響批發交易的問題：台北市原有的中央、太平、華江等市場，奉令關閉後，原有人員，凡能留用者，均經公司予以錄用計有四十人。又在開業前，曾委請青輔會招考訓練拍賣員八〇人，在開業初期雖有少數原有人員拒不到職，但對全般批發工作，尚無影響。目前拍賣員對於貨品的鑑定，喊價的標準，以及進行拍賣的程序等，更已熟練，得心應手。

當日匯款·設示範攤

開業時的階段：(一)謂承銷人應該廢除，以免中間剝削的問題：因為果菜體質大，運費高，價值低，易受損，不耐儲存，必須迅速處理，以應市場之需。因此必須在清晨之前，批發完畢。如無承銷人大批承銷，則果菜無法保值，豈不更損農友利益，因此承銷人仍有存在的必要。

(二)謂承銷人太少，應讓所有零售商自由進場承銷貨品，如此可防止少數承銷人的壟斷殺價的問題：所有的零售商販，承銷貨品，必須種類多數量少，又在拍賣的同時，必須數人以上參與承購，更需周轉資金，否則僅購得一種果菜，如何零售？

再以目前的果菜包裝，每件僅以三〇公斤及六〇公斤兩種，零售商已感無法批銷。而且公司場地有限，更難容納。就目前日需拍賣千噸果菜而言，則有二萬餘件之多，如予逐件拍賣，每件以一分鐘完成交易，則需三三三小時，始可承售完畢，事實上不可能辦到，如再縮小包裝，則產地的包裝、運輸等，更難配合辦到。

(三)承銷人須繳交百萬元鉅額保證金，因此承銷人數寥寥無幾的問題：承銷人繳保證金，旨在防止呆賬，而保證金額，定為水果每口(即單元之意)為參萬元，蔬菜每口為五千元，每一承銷人最多不得超過三口。簡單地說，水果承銷人最高保證金為九萬元，蔬菜承銷人最高為一萬五千元。所謂要繳百萬元的保證金，顯係傳聞失實所致。

又承銷人數寥寥無幾一說，目前蔬菜承銷人(含代理人)計有一、二一〇人，水果計有六八二人，合為一、八九二人，如以台北市全市公私零售市場一〇九個計算，每一零售市場，平均有一一·一的蔬菜承銷人向其銷售蔬菜計六、六九八公斤之多，而每一承銷人每日承銷量約六〇〇餘公斤，(水果尚未計在內)怎能說承銷人數寥寥無幾？

(四)關於圍標殺價等問題：自公司開業至今，批發價格，均很正常，而大部分承銷人，均能守法與合作。至於外傳的圍標殺價，事實並不正確，因一般菜販、販運商未能澈底實施分級包裝，無法建立

商品信譽。又因公司批發市場偏處西南區，交通不便，分貨場不夠容納，又缺乏其他農畜牧產品的購買條件以資配合，形成零售商向分貨場購買情況不夠踴躍，承銷人亦受影響，不敢大量承銷，導致在拍賣時，不能競相出價，此種互為因果關係，極易引起局外人，誤為仍有圍標殺價情事。

(五)拖欠貨款的計付問題：貨款的計付，原擬以電腦代替人工，每日拍賣後將所有傳票送入電腦處理，以求正確便捷，希望能夠做到按日付清。

不料開業初期，無可否認人工生疏，加上電腦作業，亦係初辦，難免未盡人意，而交易帳目，日有五千筆以上，致影響貨款的核計滙兌時效，於是又改為人工與電腦併同處理，相互印証，自去(六十二)年十二月十五日起貨款已經做到當口結清，次日付清原則，並竭誠歡迎未能按時收到貨款的農友，逕來查詢。

(六)批發價格與零售價格，相差很大，換一句話說批發價雖低，而零售價格仍高，消費者仍未能減輕負擔問題：公司對於承銷人，其承銷後的零售價格，規定其最高利潤不得高於二〇%。事實上尚須扣除殘貨廉價出售及腐爛蝕重等損耗，平均目前零售價格，均低於上列標準，約在一〇%左右。

至於零售價格的偏高問題，實在因為零售業者太多，此類業者資本少，設備簡陋，容易經營，各需運費，各需維持家計，於是乎銷售量少，但求多利。如能將零售業者，作有限度的限制，達到薄利多銷，自可使零售價格降低。目前公司正大力推行示範攤、特約零售商、超級市場等，即係針對零售價格的穩定措施。

爭取時效·提高售價

目前的階段：(一)產地價格慘跌，係由於果菜公司的供銷失調所造成的問題：產地價格的滑落，其因素一方面由於今年旺季蔬菜特盛，又因氣候關係，促進蔬菜成長率形成貨多價賤，為全省的普遍現象。另一因素是因無生產計畫，又對高級品種

的蔬菜，缺乏興趣，偏重於一般普通蔬菜的栽培，造成滯銷現象。更有部分農友因受不法販運商的欺騙，不敢直接登記為供應人，而將果菜交由販運商供應，事前未經登記，臨時進場，公司不忍坐視其整車蔬菜任其腐爛，唯有准其入場參加交易，因此貨多價賤，更難作合理的調節。又農友對公司的各種規定如分級包裝、重量、品質、容器等未能做得很完善形成品級參差不齊，無法建立商品信譽，影響拍賣價格。

(二)果菜公司拍賣價格，最高與最低價差，高達十倍問題：因果菜價格，由於品種、地域、氣候，以及栽培、收成、包裝等的不同，影響品級高低，雖同為一種果菜，但由於上列因素而發生價差。如同樣的果菜，特級品與優級品，銷售情形很好，價格高，普通三級品以下，銷路差價格低。又如同樣的果菜，因地理的不同，品質也不同。

又如部分販運商為從中取利欺騙農友，將優級品在其他市場卸貨銷售，將次級品交公司拍賣，若與他人的優級品比較，當然要發生懸殊價差，亦會影響價差。又如進場先後，亦會發生價差，先進場者貨品新鮮，承銷人多，競相出價，價格高，後到場者，承銷人已購足貨品，購買力弱，價格當然降低，如留為殘貨處理或隔日拍賣，其價更低。

蔬菜採收清洗(陳瑞昌)

