HARVEST FARM MAGAZINE
豐年
Vol. XIV No. 19 第十四卷第十九期
Oct. 1. 1964 中華民國五十三年十月一日出版
臺北市伊通街一〇六巷二十七號
No. 27, Lane 106 I-Tung Street Taipei, Taiwan

目要

菜市……封面
農業新聞……八—九
今年冬季裏作，那種作物有利？……一〇
裏作外銷甘藍注意事項……一一
提早防治豬蛔蟲……一二
不要母鷄賴抱……一三
柑桔害蟲防治方法……一四
注意甘藍萬黑腐病……一六
中南部栽培紅花……一八
裏作結球白菜糊仔栽培……二〇
洋葱應用幼齡苗定植……二二
千萬不可信密醫（漫畫故事）……二二—二三
農友經驗……二六
地方簡訊……二七
豐年畫刊……二六—二九
四健園地……三二—三三
加工甜椒前途有望……三四
農友新知
利用鼻印•辨認乳牛——痔地反自作物吸取養料——燕麥含有一抗氧化素——應用「酵素」製好皮——農藥危害魚類——微量元素促葡萄生長——鋁箔鋁粉防蚜蟲——甘藍切口防腐處理——鷄毛餵牛……三六—三七
對不起，失禮，謝謝你！……三九
農村家庭
怎樣保養菜刀……四〇
零用錢……四〇
豐年菜單……四一
農業信箱……四三—四六
農友園地……四八—四九
讀者來信……五二

▽本刊每月出版二期，一日、十六日發行，每份零售二元。
▽全年（廿四期）收費三十元，半年（十二期）收費十八元。
▽訂費請存郵政劃撥儲金臺灣五九三〇號，或向附近農會訂閱。

經濟繁榮•農村消費增加
增加篇幅•充實豐年內容

感謝各位的愛護熱忱，自從我們宣佈十月一日調整訂費以來，已獲得多數讀者的支持，除了在近期「讀者來信」中刊出的以外，我們還收到許多來信，因爲限於篇幅，不能一一發表，請來信的讀者原諒。

臺北三峽鎭黃希叡先生說得好，他說：『豐年對農友們很實用，大家何不節省一點香煙錢，來幫豐年的忙？』其實，我們調整的訂費幅度，一年才增加三元，還不到一包廉價香煙的價錢呢！

但在同時，也有許多農友，指責本刊的廣告太多。彰化市的林清泉先生來信說：『我並不反對刊載廣告，但以十四卷十八期爲例，廣告的篇幅實在使人吃驚。整頁的廣告太多，有失增收訂費的意義。』是的，十四卷十八期是我們廣告最多的一期，按照「廣告多內容也多」的原則，十八期總共六十頁，是本刊出版以來最厚實的一期。

十八期的總頁數，比前一期增加了四頁，內文的篇幅也增加了兩頁，可見得在厚實的「豐年」裏，內容也更爲充實。在爭取較多篇幅以供應更多的實用知識方面，編者與讀者一向是站在同一立場；但由於「豐年」的訂費標準比生產成本低，我們在增加篇幅的同時，必須兼顧到收支平衡，只有接受較多的商業廣告，讓廣告戶分擔了一部份費用，才能够達到增加篇幅的目的。

再說，廣告也是知識的來源之一，許多讀者都已同意我們這種看法。廣告上推薦的商品，讀者們不一定全部需要，但從流覽中知道某些新商品已經供應市場，或是對於幾種不同商標的同類商品，在選購前可以先有一個概念。因此，我們覺得，本刊日益增加的廣告，對讀者也是有相當貢獻的。

除了農業用品以外，一般日用品的廣告，在本刊上也逐漸增多。根據本刊廣告人員和廠商接洽的經驗，過去沒有在雜誌上刊登廣告習慣的廠商，近來由於本省農村生活提高，凡是都市銷售的商品，農村中也一樣的需要；同時，他們確認本刊爲通往農村的橋樑，願意選擇本刊作爲推銷商品的媒介；而本刊所以受到工商界的重視，又得力於農友讀者的愛護。目前這一進步的現象，無論讀者與編者，都是感覺到愉快榮幸的。

從以上這些事實看來，豐年廣告業務發達，是臺灣經濟繁榮的自然現象之一。農業生產增加的結果，提高了農村生活，作爲工商業發展的基礎，而一向以都市爲銷售對象的廠商，又逐漸認清了農村消費的潛力。在這一欣欣向榮的進步現象中，本刊應該如何改進內容與形式，以適應時代的趨勢，我們誠懇的請求讀者，儘量提出寶貴的意見。

預告：臺灣柑桔外銷，很受國際市場歡迎，近幾年來的供應數量，都在直線上昇。我們已約請省內權威專家，就柑桔栽培技術以及正在研究中的密植栽培法，撰寫專稿，在下一期（五十三年十月十六日）**柑桔專輯**中發表。