



談

本省毛豬

共同運銷

蕭宗釗

養豬是農村最大副業

飼養毛豬，是本省農村的最大副業，收益居其他農產品收益的第二位。臺灣苗栗以下九縣，是毛豬的盛產地，除當地屠宰外，都有很多的剩餘頭數，近年尤以彰化、雲林、嘉義、南投、臺南等縣剩餘頭數最多。五十四年九縣內計有剩餘頭數七十五萬八千四百六十五頭。而臺北市和基隆市是毛豬最大的消費地，近年來由於人口激增，兩市每年消費量已達五十六萬頭（臺北市約四十八萬頭，基隆市約八萬頭）。而兩市地的毛豬生產量僅有二萬頭，不足之數全賴苗栗以下九縣供應。

十年前開辦共同運銷

由南部地區運銷毛豬至北部市場，原由豬販與批發商單線在經營，政府為了避免中間商的剝削，確實做到提高農民收入，自民國四十五年便積極督促農會辦理毛豬共同運銷業務，期以合作的方式，供應豬隻至北部家畜市場。五十二年農會供應一萬七千六百二十八頭，五十三年供應八萬七千零四十九頭，五十四年供應九千七百零五十四頭。臺南縣由於豬源特別充裕，該縣農會每年供應數量佔其他各縣總數量的半數。每月有能供應一千頭左右的農會為高雄縣內門、臺南縣歸仁、左鎮、南化、新化、善化、西港、安定、南投縣名間、嘉義縣朴子等，其他每月只能供應一百五十至二百頭左右。善化和名間農民已能自動把全數豬隻交農會運銷。臺南縣雖是豬源最多的地區，但如以品質來說，中部地區毛豬的品質却最能適應北部市場的需求，因此，中部地區豬販與農會競爭最烈，農會共同

運銷最難開展。

農友們已收實際利益

每年由農會毛豬共同運銷所供應的頭數，雖只佔北部市場需要量的五分之一弱，但十年來，由於農會辦理此項業務，農戶售豬除豬販外已多了一條出路，使豬販不敢隨便以秤量欺詐農民，使他們不得不以現金與農民交易，更不敢倒掉農民的豬款。所以，共同運銷對農民已有很實際的利益。

農會辦理此項業務，除一切運銷費用外，依規定只能收取千分之十的手續費，即一頭豬約只能收取二十元。而豬販由於受大批發商、車行、豬行的層層剝削，每頭豬除運銷費用外，如不能獲得二百元的利潤，他們是不想辦理的。農會是團體，它們的運銷費用與手續費收入是有帳簿歷歷可稽的，一旦市場能容農會大量供應，政府更可著農會研究如何再合理減低運銷費用與手續費，這正是計劃運銷的正確途徑。目前正當的豬販寥寥無幾，且是無組織的，他們的運銷費用和利潤非但無法稽考，而且是混亂的；由他們在大量辦理毛豬運銷，則完全不能與計劃生產相配合。這一來，縱使毛豬生產事業辦得很好，如果運銷體制不健全，任由中間商從中剝削，農民仍難獲得生產的成數。因此不談「計劃增產」則已，要談便得同時強調「合作運銷」，兩者是一對。

目前仍有種種困難

農會辦理毛豬共同運銷，雖有上述的種種好處和深長的意義，可是由於農會辦理的歷史尚短，市場的舊習一時尚難改變，農民對農會仍未十分信賴，所以目前仍有如下的種種困難：

(1) 受豬販商人的破壞：由於農會辦理共同運銷成效日著，若干不肖豬販不惜以種種手段煽動

農民惡意攻擊農會，甚至故意以微少犧牲，向主要產地採購毛豬，造成產地價格波動，以動搖農民對共同運銷的信念；或以欺騙誘買名參加或勾結市場不肖人員及承銷人，故意指摘農會供應毛豬品質不佳，無理加重退價，以遂其破壞的目的。

(2) 週轉資金的困難：市場結付豬款遲緩，農會不能以內部透支作為運銷資金，而農民售豬即為了急需，豬販多以現金交易，使農民對參加共同運銷不感興趣。

(3) 消費市場不穩定：農會供應毛豬，以臺北市基隆市為主，但該兩市家畜市場經營不大穩定，致農會運銷業務，辦理至感困難。

(4) 設備工具缺乏：農會辦理共同運銷，普遍因限於設備及交通工具，未能順利開展。

(5) 宣傳工作不足：臺南縣農民比較瞭解共同運銷的好處，中部各縣豬質雖較合北部需要，但農民多不瞭解，農會亦未盡宣導之責，所以供應成績很差。

(6) 豬源掌握受區域限制：運銷毛豬是一種企業，是有風險的，無法希冀每個農會都要辦理，但對辦理有經驗有把握的農會，因豬源受農會地區限制，不能到別的農會地區集豬，因此，本地豬源運完，即無法進一步發展。而豬販集豬，是無地區限制的。

(7) 淡季不易向農民報價：旺季北部市場牌價高，產地價格較低，農會依市場牌價向農民報價，即使市場拍賣退價較大，農民仍願參加共同運銷。至淡季產地價格每較高，而北部市場價格倒較其他物價上昇，不願將牌價掛高，因此產地價格倒較北部市場牌價為高，但此時北部市場為吸引豬源，每暗中大量加價，農會因市場暗中加價不易向農民報價，因此運銷數量隨落，無經驗的農會更不能辦理。

以上各種困難，如能克服其中重要的一、二種，農會共同運銷便能飛躍進步！