

綜合討論

西螺果菜市場 江禮源建議：

- (一)大蒜、洋蔥、洋香瓜調查報告都說「今年價格好，明年就跌」，這個調查如深入瞭解有助內容更具體，否則農民持續盲目種植即將是農業危機。
- (二)蒜頭沒有由產地市場產生價格，都是由三分之二蒜商收購，年年的民怨都會發生，是否其中有人操控，希望由市場機制公開產生價格，以減少紛爭。其次，蒜頭延長休眠期及冷藏技術的研發與宣導種植蒜黃應列入明年課題。
- (三)生產成本高，建請明年另闢降低生產成本的研究。
- (四)甘藍、結球白菜 72 年至 84 年種植面積漸減，而 85 年至 89 年漸增是價格的危機，如照調查研究結果，是與育苗推廣有關，建議應加強監控、登記。而以育苗種植究竟降低多少生產成本，希望也列入課題加以研究。

農業委員會中部辦公室 方怡丹建議：

針對大蒜之產銷結構調整一文

- (一)蒜球需求量每日為一二〇公噸，年需求量約五二、〇〇〇公噸，已於八十九年二月初經相關單位開會修正。請於建議中補充修正。
- (二)未來加入 WTO，本會已有預先規劃產業調整對策，初步規劃入會第一年能夠減產三成，年規劃生產面積五、四〇〇公頃，生產量四三、二〇〇公噸，同時種植登記與宣導減產亦需加強辦理。

冬山鄉農會 游文宏建議：

整體看來本研討會之研究成果已完成數年，這些成果是否符合現況，如果經過再整理後，是否能做為宣導資料。其中應包含預測年需求量、現有面積、產量、國外進口情況，提供農民及推廣人員參考，讓農民自我衡量是否要種植，若搶種應自負責任，也許能改善部分產銷問題。

冬山鄉農會 陳柏見建議：

文旦為應景的果品，銷售期極短，但近年來栽培面積急速增加，已呈供過於求現象，每年文旦產期，農政單位便推出一系列的展售促銷活動，大力協助柚農銷售，因之，文旦栽培面積非但不減反增，這對生產過剩的文旦產業實在是一大隱憂。建議提高文旦砍伐、更新及轉作補助額度，以提高誘因，唯有降低生產面積，才是解決生產過剩之根本辦法。

花蓮農業改良場 楊宏瑛：

本場每月場務會議皆有討論文旦產銷問題，並列為本場重要工作項目之一，在果品品質提昇上，建立生產團體，包括果樹、土肥、植病及農機等研究人員，

定期下鄉輔導；在銷售方面，本場不餘遺力地替農友開發鮮食外之加工品，期能增加產品附加價值。

花蓮農業改良場蘭陽分場 李國明：

(一)從產銷結構調整角度看，請強化建立國產水果品牌並加強宣導。

(二)文旦產業的發展方向（回應冬山鄉農會發言）

1. 選定健全產銷班加強輔導，提昇栽培技術才能提高品質。
2. 應朝柑桔品種多樣化發展，以分散產期。

國合基金會 謝顧問順景問：

由文心蘭產銷規劃一文中發現文心蘭外銷的主要市場為日本，但日本市場似已飽和，但國內之外銷日本之額度又逐年增加。因之，是否意味著文心蘭產業之前途仍一片光明。

台中區農業改良場 高主任德錚答：

近5年來國內文心蘭之栽培面積逐年日增至150公頃左右，在栽培技術及良種繁殖上又有長足之進步，將原先之小花種改良成大花種，甚至導入香氣而改良成香水文心蘭。換言之，就文心蘭之產品品質已大幅提高並比泰國及新加坡之生產產品更勝一籌。唯近5年來日本文心蘭之進口量並未增加，國內出口至日本之文心蘭數量的激增僅係取代新加坡之出口額度而已，今後若不能開拓日本以外之外銷市場，則國內文心蘭產業必面臨滯銷之禍。

農業委員會 廖專員春梅建議：

針對都會地區消費者蔬果品牌知識、態度與行為之研究一文

品牌蔬果屬高品質安全蔬果，價格必然較高，故購買意願與家中每月所得息息相關，而台北、台中、高雄三都會區所得水準不同，必須考慮之，建議就現有資料將台北地區提升一層次所得水準，再做一層級橫斷比較。

農業委員會 廖專員春梅建議：

針對梨之消費者行為一文

梨生產期雖在六至九月，但因有二至三個月貯藏期，因此梨之消費量推估應涵蓋整個消費期間。建議消費量推估應將貯存期及進口期加入，建構一完整消費期間，再進行推估。

農業委員會 廖專員春梅問：

針對國產主要花卉之市場區隔一文

(一)玫瑰為男女性表達好感之花卉，但「性別變數」出現男性未買，而菊花和唐菖蒲為宗教祭祀花卉，但「家管變數」之中度購買出現「否」，以上是否合

理？

- (二)受訪者中台北地區 15 至 19 歲學生僅 4 人，樣本數分配較少，但北市國、高中學生在畢業典禮、情人節送花束（玫瑰）相當盛行，建議研究者對各年齡層樣本數分配多加斟酌，則市場區隔將更清楚。

農業試驗所 楊世華答：

- (一)玫瑰花主要用途在於送禮表達情意，有男性買給女性，亦有女性自行購買，是以在重度購買者之性別方面並不顯著。
- (二)台北市 15 歲至 19 歲之樣本數僅 4 人，雖不多，但本研究結果顯示在重度購買玫瑰花者之市場區隔特徵之一即為年紀較輕者，已表現出此一現象。

高雄區農業改良場 李賢德建議：

- (一)本研討會之規劃內容非常詳盡，但報告內容應付諸行動，解決現實之產銷問題。
- (二)現代農業困境是農產品行銷問題大於生產技術問題。當然是因為農業試驗場所過去在生產技術之傑出成就，才顯示今日行銷問題之棘手，不過如能由負責產銷規劃之改良場所，選擇部分農產品，進行重點的示範性解決，擔負政府解決農政問題之職責。

農業委員會 蕭科長秀琴建議：

- (一)農產品每年產銷狀況差異大，各種調查資料應載明資料時期，以提高應用價值。
- (二)重要統計名詞及其定義、內涵應參照一般用法，避免另創一套，以方便資料之比較；特殊者應加註說明。（舉例：運銷價格宜改稱批發價格；運銷成本不宜含採收費用；運銷成本僅含生產者階段應予述明）。
- (三)資料之蒐集與呈現應審慎，設法讓數字說話，避免予人過度推論之觀感。（舉例：金針從業者二五～六〇歲占九八%，顯示經營者年齡偏高）。
- (四)多篇報告試圖採計量方法進行供給與需求情勢分析，試圖採計量方法值得肯定，惟變數之採用及資料之處理宜再加強。
- (五)「葡萄之產銷結構調整」研究報告架構完整，亦費心處理釀酒及鮮食葡萄資料，推因研究係分別於八十六及八十九年進行，資料有不一致之處，請再查核，並宜以實際資料取代八十六至八十八年釀酒葡萄預測資料。
- (六)宜更新資料並修正不當之處，再摘錄重要結論與建議陳請主委鑑閱。

農業委員會 夏技正聰仁建議：

- (一)本研討會之研究成果，係以 86 年度至 88 年度期間，改良場所對其轄區內重要農產品產銷規劃成果，基本資料已藉這些研究而建立，請依此項成果的經

驗，繼續更新資料，如此，本項計畫之遞延效果方可持續顯現。

- (二)改良場長依此計畫的研究加深與學術界的聯繫，期盼爾後此項優良的互動與溝通模式，能持續的建立，這樣在理論與實務上的互補功能定能加強，藉此與各與會代表互勉。
- (三)各區改良場所的產銷規劃內容，一般性的比重較大，宜再持續充實各轄區重要農產品的產與銷的規劃內容，並多與中部辦公室農經科、會本部統計室等主辦專家密切溝通，在統計方法一致性的前提下，深入規劃各轄區重要農產品之產銷。

台中區農業改良場 張副場長正英建議：

- (一)經過兩天來的研討，各單位產官學者，提出了台灣多種重要農產品產銷問題，所提出的研究結果與報告，有許多獨特的見解，頗多可值得肯定的地方，值得農政機關作決策及產業輔導與推廣之參考，亦可供生產者作產業經營之參考。
- (二)台灣農業生產及農產品消費市場變化頗快，所提出報告中，有些已隔了一些時間，當前情勢或消費習慣，已有不相符合的情況，應加以更新。
- (三)台灣農產品產銷已經不能以台灣生產能力與台灣消費市場或現有外銷市場為考量基礎，面臨國際貿易自由化的趨勢必須要慎重考量。
- (四)大陸與台灣三通即將實施，農產品互通有無或互補所需，是今後台灣農業產銷的關鍵，基於兩岸農業生產環境、消費習慣、民族文化特質，都非常相近，今後涉及農產品產銷問題，都有需要掌握大陸該產業的資料，以求週延。