

# 發展台灣花卉事業， 如何打破“瓶頸”？

謝克昌

台灣花卉生產事業雖已相當發達，但還未能切實配合產銷的連貫性。花卉產物不能加工儲藏，需以新鮮物為販賣對象，所以時間比較其他的農產品重要。猶如在運動場上的競爭，分秒必爭。

如果生產量及品質未能提高，當然影響產值，不能專業經營，以致再度影響產品的質與量。如此因果循環，一直困擾着本省花卉生產，成為發展中的瓶頸。

去年七月間，我到德國漢堡參加國際花展，後來又在美國洛杉磯首次展覽我國花卉產品，並順道參觀各國花卉研究及生產事業。

此行雖屬走馬看花，但看到別人的進步，回顧國內情形，像是阻塞在瓶頸部分，無從進步，引起我無限感慨。

花卉園藝與文化背景有關，歐美人欣賞花卉的整體美，東方人常喜歡幽雅形體及一枝獨秀的姿態。

## 漢堡綠地公園

### 園藝真價值

#### 發揮到極點

德國漢堡市中心有一大公園，公園內有大飯店和廣場，廣場前種了一大片球根海棠及四季海棠。

公園內有兒童遊樂場以及供市民休息的場所，可以在裡面整天游玩。

在綠地逐漸減少的情況下，保護綠地並在其間種植季節性草花及球根花，標明季節的變遷，很有教育意義。

還有，公園中設有噴水，按音樂節奏變化無窮。晚間以燈光照射，花香光影，美妙無比，可以說把花卉園藝的真價值發揮到極點。

考察團一行，於去年七月二十八日抵瑞士日內瓦，正逢觀光盛期。日內瓦觀光路程分為兩道，一為公路，一為水路。水上路程可看到世界名人的別墅，都保留相當大的綠地庭園，與破壞綠地的現代化都市發展，成為強烈對比。

瑞士的鐘表工業極為發達。英國式的公園裡由一家瑞士

鐘表公司捐送一個大花鐘，字盤用鮮花點綴，表顯現代工業與天然產品的調和，真不愧有世界公園國之稱。

荷蘭阿姆斯特丹附近阿姆斯特丹區的花卉批發市場規模極大，建築物占八二九六〇平方公尺，內有三個拍賣場。

## 荷蘭花卉拍賣

### 交易電腦化

#### 供應全世界

荷蘭拍賣市場為財團法人組織，由十人組成的委員會管理。除了種苗及球根外，所有花卉均在此市場拍賣。

每一拍賣場分左右二道，全場六道同時進行拍賣，可供九二四位買主進行交易。

場內二、二五〇輛電動運花車，在全長二五公里的軌道上運行。

產品由卡車卸下，裝在運花車上，經過拍賣手續後，直接送上買主的卡車。全部管理用電腦控制，迅速準確。拍賣場的秩序也非常良好

，場內十分安靜。

據一九七二年統計，切花交易總額達二億四千萬荷幣（一元荷幣約等十五元新台幣）其中七五%外銷。外銷品中八〇%以上輸往西德。

拍賣場中每批成交後，花農會員付佣金五%，非會員一〇%。包裝費由生產者負擔，買主將全部價款當日付清。

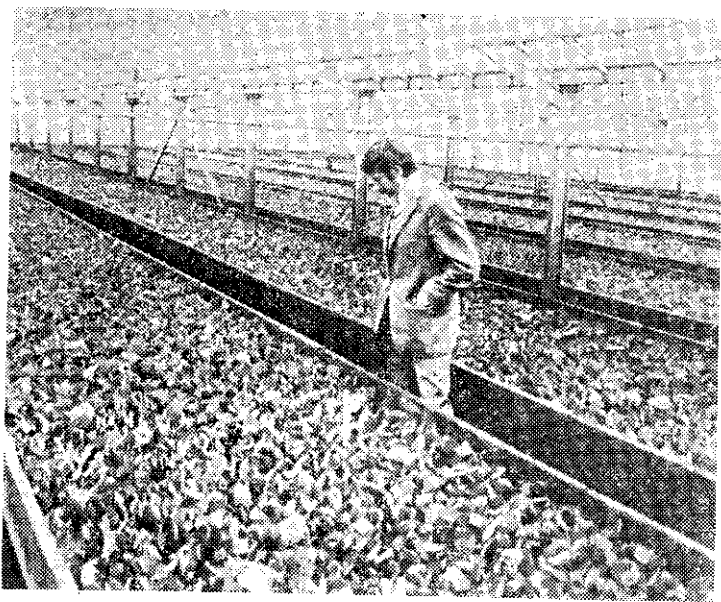
買主中除歐洲國家外，也有美國批發商及貿易商，因此可以說供應全世界。花卉來源也有來至亞洲及中南美洲的，

數量驚人。

荷蘭的玫瑰切花，長度有達一公尺十公分的，但通常是六十公分，小花為三二·五公分左右。切花品質並非以長度決定，着重在花架及葉片的整齊度。

我國切花外銷，將來也可訂定一項標準，開始時，其幅度可放寬。我國的切花極少種植於溫室內，品質較難控制。將來設備完全時，可逐漸提高標準。

荷蘭及西德的園藝事業水



荷蘭的花卉苗圃（張基祥）

準極高。播種育苗與栽培成株的花農完全分開經營，育苗者處理種類、數量、單價及顧客資料都使用電腦，講究工作效率。

又由於工業技術的進步，農工配合，相得益彰。例如溫室規格的家化，加溫設備標準化等。荷蘭外銷球根的容器，就是全國統一製造，上面印有「荷蘭產品」字樣。

英德二國雖遭二次世界大戰規難，但對公園及綠地的保留，可能仍居世界之冠。漢堡市中心鬧區內，點綴着高大雄偉的行道樹，汽車行駛其間，有在森林中的感覺。

倫敦保護綠地的政策行之有年，市中心有大小性質不同

的公園。大公園的面積，足可容納一個飛機場，小的迷你公園，小於台北新公園。

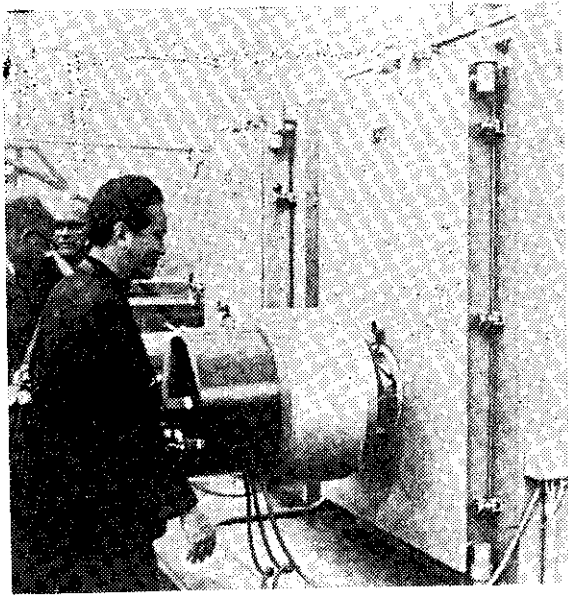
倫敦公園中種植的樹木，在台灣只有高山上才能存在。園藝事業與市區建設的通盤計畫，正是我們缺乏的。

美國洛杉磯的花卉批發，由買主在集中市場上選購，單獨議價，與我國現行的方式相同。為了盡量保護綠地，洛城的高速公路在公園地下穿過，停車場也建在公園地下。

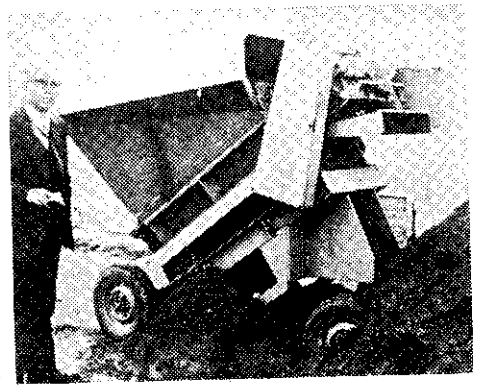
### 我國迎頭趕上

#### 各方面支持

才能求進步  
我們發展花卉事業，不能完全依靠花農花商，必需獲得



——本作者參觀荷蘭溫室設備（張基祥）——



——德國的土壤粉碎機（張基祥）——

各方面支持，才能達到目標。為了促進花卉事業的發展，我提出下列幾點，作為我們努力的目標：

#### 搜集市場資料

本省四面臨海，與花卉消費較多的多數國家同在北半球，因此與消費國的主要生產期大體一致。

差距較大的二、三個月，短的只有二十天左右。生產期的調節，需錯開消費國盛產期，是我們面對的課題。

先要詳細調查消費地的生產資料，訂出生產計畫，才能按計畫銷售產品。搜集完整的市場資料，是進軍另一市場的必要途徑。

#### 設立市場制度

##### 避免一再分裝

鮮花銷售，時間是決定花

卉價格的主要因素，必需爭取。

我們的花卉市場尚未設立，為了提高品質，只好在產地集貨場即行分級。

運銷前再依買主的意思再分裝一次，致使花朵及葉片都受損，直接影響成本。

以後，再經包裝、運輸、檢疫，以及目的地再檢疫

等等繁複手續。花卉產品到達店頭，可以想像變成怎樣的商品。

為了盡量減少經過人手，一定要設置公平市場，在一定制度下進行交易，才可避免此種情形。

#### 機械化新技術

##### 迅速推廣傳播

工資逐漸上漲，各行各業都有同一問題。為了降低成本，只有增加每個工人的管理面積。

花卉事業必需走上機械化的途徑。

事先要按土質、氣候、園藝種類等等，設計出適合本省條件的設備。

新技術發展成功後，就利用講習、觀摩等種種傳播方法，迅速推廣至生產地。

#### 設立專門機構 主持試驗研究

台灣花卉種類繁多，在栽培及品種適應性方面，都有很多的問題，無法一一解決。需要設立獨立機構，專司本省花卉園藝的試驗研究。

第一步，整理本省有觀賞價值的野生植物。第二步，利用野生植物的遺傳因子改良現有品種，育成本省特有的觀賞植物。

這些費時費錢的工作，必須在政府輔導下才能進行。

三、四年前，台灣外銷切花種類，只有玫瑰、菊花、唐菖蒲、夜來香四種，最近才加上庭園樹木、乾燥花及盆景。目前切花的種類，始終未能脫離上述四種。

如此變遷緩慢，不能適應市場上要求，顧主購買興趣也逐漸下降，以致花卉事業長期停留於原階段。

事實上，從技術水準來看，本省花卉事業，仍有一點基礎，只要能迎頭趕上，求取進步，花卉外銷前途仍然是可以樂觀的。

