

外銷專欄

編譯 | 屈先澤

中國花卉市場的現況及發展的潛能

與隨經濟發展及全球人民生活品質的提升，花卉必將是今後農作物中最具活力的產業。荷蘭時報自由撰稿記者珍妮佛紐茄對中國花卉產業的結構及發展潛能有獨到的見解，她親臨雲南花卉產區觀察，認為雲南省氣候環境得天獨厚，勞力又極充沛，花卉的發展潛能不可限量，因此，中國的花卉產業正逢迎著一個前所未有的發展良機。

美國「國際花卉園藝」月刊 (Floriculture International, Vol. 15, No.11) 在 2005 年 11 月份出版了一期以「中國花卉產業」為主題的專輯，針對「中國花卉產業的現況」、「面臨的問題」及「發展潛力與趨勢」提出一系列的報導。其中一篇由荷蘭時報自由撰稿記者珍妮佛紐茄執筆的「中國花卉產業發展的潛能」，對中國花卉產業的結構及發展潛能有獨到的見解。

珍妮佛為了深入瞭解雲南花卉發展的實況，她分別採訪了雲南省政府及昆明地區花卉產業策劃及主持發展的重要人士，並且親臨產區觀察生產作業。

全力輔導·發展花卉產業

珍妮佛指出，雲南具有優越的氣候

環境、豐富的植物/物種資源以及充沛價廉的勞動人力，雲南日後必將成為世界上最適宜花卉產業發展的基地。最近 8 年之中，在中國中央及地方政府全力輔導下，雲南全省花卉種植面積與產量呈直線的增長。目前，全中國 50% 的切花都是產自雲南；主要的產地集中在昆明及鄰近四周的縣市。

她特別對「昆明國際花卉拍賣市場」作了詳細的介紹。她說：「昆明花卉拍賣市場」與荷蘭「阿斯米爾拍賣市場」於 2003 年 12 月 17 日正式簽訂合作契約，由於阿斯米爾這一世界最大花卉拍賣公司的入股，顯示昆明的花卉產業，朝向國際化貿易的目標，邁出了極為重要的一步。

昆明花卉拍賣市場是一個非常現代化的建築，用地廣達 2.8 公頃，擁有兩座最新型的電子拍賣鐘和 300 個電腦操作的拍賣席位；具有足敷每日拍賣 200 萬枝鮮切花的設備。可惜啓用迄今已經 2 年，每日進場拍賣的花卉數量，平均只有原訂目標的 10%。她好奇的「追究」：這到底是由於計畫不切實際？抑或是原始設計錯誤？還是時期尚未成熟？



產業行銷·面臨關鍵抉擇

根據荷蘭阿斯密爾花卉公司派駐昆明負責指導花卉拍賣的專家漢克古魯特解釋：目前在中國從事花卉產銷的業者，大致區分為 2 類：一類「立志」從事「國際外銷」，一類專作「國內外銷」，另外有少部分業者，隨市場的需求隨時轉變經營方式。可是真正從事「國際」外銷的業者，多屬「新手」，雖有很好的「理念」，也有很高的「鬥志」，但是缺乏實務的經驗；所謂之「國內外銷」者，即是將雲南生產的花卉，運銷到北京、上海、廣州、深圳等大都市；這一大群從事「國內」外銷的業者，幾乎都是「固步守舊」的「老花商」，他們都只追求近利，毫無創新革新的意願。中國的花卉產業，究竟何去何從？珍妮佛說「正面臨著決、擇的關鍵時刻」。

據估計，雲南全省現有 3 萬多戶花農，但是其中僅有約 200 戶的經營規模較大，可以生產品質比較好的花卉，而在這 200 戶中又只有 27 戶的花卉符合外銷的標準；準此類推，漢克直率的說：目前，雲南省所生產的花卉 99.9% 都達不到國際水準。很不幸的事是如今每天「上市」的花卉數量，一直有增無減，只好全部「擁塞」到國內市場。在昆明的街頭巷尾，到處都可以看到「花攤子」，到處都是叫賣鮮花的「花童」。珍妮佛很幽默的形容：昆明是一個布滿了「鮮花」美艷的都市；可是她又沉重的說：在昆明近郊種植鮮花的村莊裡，到處都是處在忍饑挨餓邊緣，無奈的小花農。

獎勵拍賣·設置鮮花收集站

昆明花卉市場爲了「鼓勵」花農參與拍賣活動，特別在幾個生產花卉較多的鄉鎮設置「鮮花收集站」，便於花農就地繳花，不必每一個人親自將花卉載運到昆明來等候拍賣，可是依然少有「效果」，因爲品質比較好的鮮花在「現場」就已經被「國內外銷」的業者「收走」了。原因有二：

1. 拍賣公司無法作到以「現金」的方式給付花款，必需要經過庸長繁瑣的手續，才能結帳；通常最快時，都需要等候 3 個星期，慢者幾乎要等上 2、3 個月，甚至有 1 年仍然領不到花款的事件發生。

2. 拍賣公司收購花卉的規格嚴格，一絲不苟；國內「外銷」收購的手續和規格則都很寬鬆，比較「人性化」，對花農有利。

漢克是一位具有 30 多年花卉營銷實務經驗的專家，他形容目前的「昆明花卉拍賣公司」像是一隻「鬥敗了的狗」，處境艱困。不過漢克也很肯定，很有信



心的說：「這是發展過程中必定會遭受的『痛楚』，因為同樣的『故事』也曾經在荷蘭發生。」他說阿斯密爾公司在荷蘭創立之時，一般傳統的花農花商，對公開拍賣的方式也不合作。當該公司在 1911 年 12 月 4 日首次進行花卉拍賣的早晨，來到公司的賀客遠比實際參加拍賣花卉的花農為多。在起初 3 年之中，該公司一直只能收購到為數極少的「合格」花卉。參加拍賣的花農也是無法適時領到花款，有一些甚至根本領不到錢。根據記錄，直到 1918 年交易量與交易額才趨於正常；直到 1971 年才開始有了盈餘；也就是說荷蘭花卉拍賣制度，歷經了將近 1 百年的「洗練」，才有今日的規模和績效。

漢克肯切的指出，目前中國最迫切的工作是要盡速整合零星的花農、提高花卉的品質，然後再考慮拓展外銷的市場。千千萬萬不要急著將不達水準的切花予以外銷。另外，主政單位必需盡速作好後勤方面的配合與支援，諸如建立完善的銀行體制、添置收穫後處理冷藏設備，開闢重要都市之間直航專載花卉的貨櫃班機，因為一般航空公司都不願意載運易於腐敗的貨物，特別是最容易折損的花卉。當然最最重要的是與國際的花卉拍賣公司密切合作，將技術與品質的差距縮小，中國的花卉產業應有發展前途。

高消費力·市場商機無限

漢克還提出了一個很「淺顯」而「現實」的建議，他說：中國一共有 13

億人口，其中有 15% 至 20% 的人群屬於高所得者，也就是說約有 2 至 2.6 億的中國人具有非常強的購買力，如果能將這一「小群」的消費者「抓住」，中國國內的花卉市場就遠遠大於整個歐洲的花卉市場。

珍妮佛的諍言則是：「與隨經濟發展及全球人民生活品質的提升，花卉必然將是今後農作物中最具活力的產業。歐美幾個主要生產花卉的國家，由於土地資源限制及勞動力的減少，花卉增產的空間日漸狹小，原有的生產中心，勢必轉移或外遷。中國花卉產業目前雖然問題不少，但是中國地大物博，特別是西南的雲南省，氣候環境得天獨厚，勞力又極充沛，花卉的發展潛能應該是不可限量。因此，中國的花卉產業正逢迎著一個前所未有的發展良機。」

小 啓

熱烈招募優質外銷農產品

為拓展我國農產品外銷，農委會特別建置台灣農產品外銷網 (<http://www.agexporter.com.tw>)，提供農民團體及農產食品業者網路行銷的機會。台灣農產品外銷網有中、英、日文等三種版本，以外國買主為對象，為國內農產品免費宣傳平台。若大家有符合衛生安全及具外銷競爭力之產品，請洽 0800-506-088 外貿協會網路行銷中心。