



生·活·園·藝

細心的消費者，可能感覺到最近有些花店不一樣了。農委會與瑤公農業產銷基金會，在經過了一年多的明察暗訪，從台北市內600多家花店中挑選出60家，簽定「花綠公約」，從此，讓消費者多了不少詢問園藝、花卉常識的據點。

根據中興大學對台北及台中兩市900個家庭所做的調查顯示，受訪者中喜歡花的有九成，但經常買花的僅佔15%，而不買花的原因，依比重依序為不會照顧、價格過高、沒時

間、空間不足，及買花知識不足；由於花草植物不但可以美化環境、促進生活的品質，而且台灣四季如春，經常有花盛產，因此，如何推廣使用花，使生產面與消費面同時成長，是一件很重要的事。

花綠小站就是在這樣的動機之下逐漸蘊釀，加盟的都是熱心的花店經營者，在營利的目的之外，願意服務消費者，作為花卉的代言人；在瑤公基金會的協助下，從3~6月，已經推出了10種文宣，包括花卉消費實



■店內則有專門的書架，陳列各種實用的花卉資料。

有花開心 有綠清新

花卉的百寶箱——花綠小站



■花綠小站店門前有大型海報，很容易辨識。



■花綠小站成立記者會，瑤公基金會董事長汪彝中先生致辭。



■花綠小站成立前，農委會農產運銷科、台北市市場管理處、台北市花卉產銷股份有限公司的代表，及花店業者，在瑤公基金會商談關於花店財務管理的事宜，由吳昭祥先生主持。

用手冊、綠化生活實用手冊、花與星座、心情花譜、居家插花手冊等，以知性、感性、趣味性的各式素材，將花卉相關常識傳遞給消費者，這些印刷精美的資料都陳列在店內，供消費者免費自行索取，若有疑問，也可當場請教，另外，為了幫助辨識，在店的入口處，都會有一「花綠小站」的標章和大型海報，一目瞭然；瑤公基金會的吳昭祥主任表示，他們做為花店與農政機關的橋樑，除了提供推廣所需的文件之外，並且提供花店業主在園藝方面常識的充實，定期舉辦課程，凡是花綠小站的成員均可免費進修。

本次花綠行動的承辦人李積錦，從招募開始，就一直參與，她說開張以來得到不小的迴響，許多的花店都主動聯絡，表示也想加入花綠小站的行列，對於越來越旺的加盟現象，她雖然覺得很高興，可是由於目前經費的問題還沒解決，所以消費者只好先找這60家服務了。

位於敦化北路商業區的「愛的信差」花藝店，是第一波入選的店之一，年輕的店主程川華表示，她很樂意有這個機會，因為，她覺得現代人的生活中需要自然來襯托，身為花綠小站的一份子，除了花卉的販賣之外，她積極的配合花綠守則，教導消費者使用花卉、美化生活的常識，這一陣子以來，生意不但有所增加，達到「店頭促銷」的效果，而且知名度也提升了，信譽正在不斷的累積之中。

吳昭祥先生表示，若試辦有成，未來希望能夠推廣到台北市以外的鄉鎮市，以台北市為模範，大家一起來推動，達到「悠悠哉哉賞花、輕輕鬆鬆選花、歡歡喜喜買花」的境界！

花綠成員的地址及連絡電話可在農委會的首頁中找到，網址是 <http://www.coa.gov.tw>。