

# 1999 台灣盆花

# 故事

撰文·攝影 / 吳麗春

桃園區農業改良場 花卉研究室

**大**岩桐在國內盆花生產史上，也許您不相信，它出現的時間比盆菊還早些呢！堪稱「元老」無愧，因此盆花業者對它的印象就是「老花」，也是國內很多愛花的「老消費者」，很早就認識的盆花。而它最大的優點是鐘型的花瓣不只是碩大，泛著宛如絲絨般光影流動的視覺效果，給人高貴華麗的

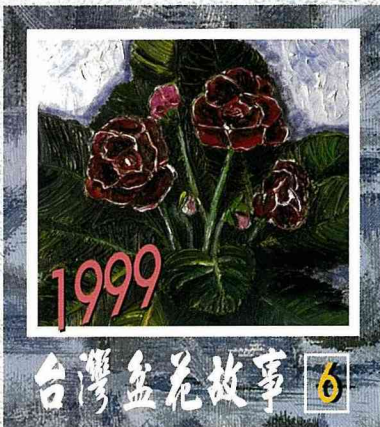
印象，容易一見鍾情吧！

大岩桐還有一個優點是花色的變化很多，除了黃色，可以說是幾乎什麼都有！複輪、白底、重瓣、噴點，雖然傳統上大紅色是最受歡迎的顏色，近年受個性化消費意識抬頭的影響，漸漸每種顏色，消費者的接受度，似乎都提高了。當然不免俗地，白色仍只是少部份消費者喜歡。因此林滄俊就建議生產業者，專業生產大岩桐花色的分佈，以白色不超過10%，最好控制在5到10%間，大紅色60%，其他藍、紫、紫紅則為30-40%是最好的比例。

## 大岩桐

高貴華麗的  
夏日盆花

〔產業篇〕

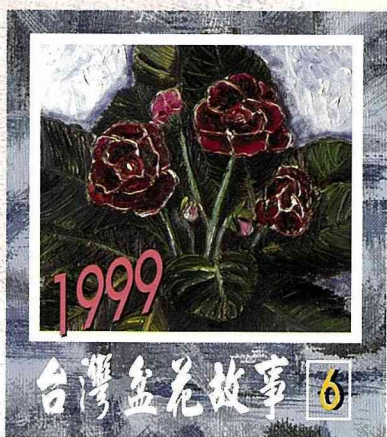


1999  
台灣盆花故事 6

### 產業價值

對產業而言，大岩桐是本省中北部炎炎夏日裡，少數還可以生產的開花類盆花，經營上最大的意義，在於滿足整年有花的生產排程，填補夏季盆





花市場的生產間隙。目前國內主要的產區以中、北部為主，屏東則少量於冬季生產提早在3月前出貨的早花產品。

專業栽培以播種為主，國內大岩桐種子系的來源，主要來自日本和歐美地區，林滄俊先生兩相比較他們的品種趨勢說：日本系的特徵是葉片小，但株型結實緊密；歐美系則是葉大、花大，但枝散，株型較鬆散，各有他們的優缺點和消費群。重瓣品系單朵花的壽命較長，但早期重瓣的品系少且不穩定，早年鳳山的林瑩達先生從美國引種，育出的重瓣品種，還是靠葉插繁殖。目前商業生產已無人採用營養繁殖，因其缺點為繁殖速率慢且不容易掌控均勻的品質。

專業生產的難度，業者的反應不一，但一般認為不算是特別難生產的盆花，三民花園的莊瀛政則更是極端直接的說：「太好種！」然夏季生產盆花難免病蟲的問題比冬季多，細蟎、薊馬、紅蜘蛛都愛吃大岩桐，夏天高溫細菌性、土壤性的病害本來就多，如疫病、灰黴病、立枯病也經常發生在大岩桐身上。另外是水份控制及選擇排水好的介質，也是一些業者容易忽略的基本管理。



■國產的大岩桐，品質也可達到歐美的標準。

一般盆花花期調節靠繁瑣的春化、短日處理，大岩桐靠播種期就可以調整，這也是專業生產盆花的業者，普遍會認為它是容易生產的原因之一。其實要將大岩桐種得好、品質穩定均一，仍是需要建立在相當的栽培經驗上。

### 栽培週期

國內大岩桐的栽培曆，一年主要的產季分為兩期，第一季大約是11月後開始播種，始花期大約是3-6月底前，這季的生產由於會遇到冬季的低

溫，生長較緩，溫度低於25度以下時又不開花，因之栽培期較長。這第一波的花期結束修剪待11月還可以有第二波的花期，之後進入休眠，至春回大地又重新生長。實際上業者是第一波開花時就出售；第二季約是8-9月前播種，當年的11月以後開花。栽培期顯然較第一季短。不過，11月後國產盆花的種類漸多，大岩桐的競爭力也不是很好看，因此林滄俊說起它的銷售狀況，從以前到現在「一直是平平咧！」



## 栽培歷史

本省最早栽培大岩桐的仍可以說是李叡明老師，從民國56-57年間，在屏東地區就已經開始嘗試栽培大岩桐，和瓜葉菊差不多是同時被開發出來的盆花，看好大岩桐的耐熱性是供應夏天市場的盆花要角，而瓜葉菊的圓滿富貴，則是主打冬天過年的市場。但在屏東麟洛地區生產大岩桐，夏天氣溫過高，往往沒幾片葉子就開花，株型不佳、花易謝，好在產量不高，一部份交高雄、一部份送台北，在盆花供低於求的時代，產地價是15元，重瓣價格比單瓣高，當時公務員的月俸約是一、二千到四、五千元，仍是值得生產的盆花。然而相較現今的物價，目前大岩桐的產地價約50元，不能算是什麼好價錢，價錢最好的時候約是民國60年代的70元，降至50元之後就很難回升，4-5年前一度因埔里、三民等地產量的爆增，最慘的時候，產地價一度跌至35元，看來大岩桐是非常不適合大量生產的盆花。

回頭看大岩桐最初的產量只是幾百盆，不到1千盆，李老師大部份都交由高雄的零售業者林瑩達寄賣，林先生雖是2年前才從台灣省農業試驗所鳳山熱帶分所退休的果樹專家，但當時就因個人興趣在自家的土地業餘兼營花卉的販售。



■大觀園採用澆滴灌溉的方式灌溉大岩桐。



■美麗的像是絲絨做成的花朵。



■大岩桐的球根。

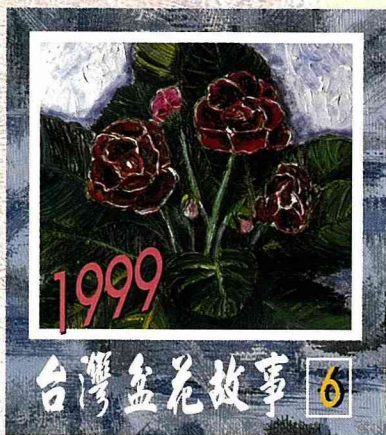
李老師後來移到埔里生產盆花後，將主力放在仙客來，對大岩桐也就不那麼重視，但埔里的氣候畢竟是比高屏地區涼爽許多，李老師試著增加大岩桐的產量，然而比起仙客來，它的營利價值始終不高，李老師用「那東西不賺錢」來形容它。後來承接中華農園業務的方進財先生則一直斷斷續續的生產大岩桐。同時鳳山的林瑩達先生後來也開始賣而優則產，但因無自行配送的能力，漸漸就放棄大岩桐的生產，專心果苗的生產。

這幾年大岩桐國內整體的產量，大約是5-10萬間浮動，經常生產的業者大約就是銅鑼的高景瑞、林淑卿夫婦；龜山林滄俊；三民的莊瀛正、張樹城；埔里的方進財；大園的馬克旦。產量都只在數千到萬盆左右。

龜山的林滄俊則是在60年代末，經營策略從切花漸漸轉向盆花後，才開始生產大岩桐，當時盆花種類少，林滄俊回憶說：「大岩桐當時也不是特別好，只是盆花種類少，漸漸又被後起菊花盆花淘汰。」林滄俊從專業上來看大岩桐的生產限制，是只能種植一期，加上國內夏天盆花銷路本來就差，大岩桐又不似菊花從秋天到隔年春季都能生產，兩相比較起來，大岩桐當然是居於多所不利的生產劣勢，加上夏天花謝得快、消費者的盆花消費能力有限，因此業者的想法，就拿它是配合夏天開花盆花少，一旦盆花生產的種類一多，就容易被排擠。

銅鑼的高景瑞、林淑卿夫婦，則是5年前才開始種植，從4千盆少量的種，目前產量大約維持在1萬盆，亦分春秋兩季出貨，在北部要提早到過年前上市仍有困難，雖然他們是目前國內生產大岩桐品質算中上的農戶，也是穩定生產最多的農戶，但批發價也只能





維持在 50 元的水平，少量的產地零售為 100 到 80 元，不是很搶手的盆花。

大岩桐在國內就一直在「消費平平，生產平平」中渡過了這些個年頭，「老花」就是這樣生產的歷史很久，似乎也有固定的消費群，但就是沒有特別大發利市的時候，這彷彿和股票族口中的「牛皮股」有異曲同工之妙。

另外由盆花產品的特性來分析大岩桐，整體算花期長，其實單朵花的壽命不到 1 週，要不是花苞能陸續開放，在賣場中的架櫃壽命算是頗短，而且一盆大岩桐如果沒有 2 朵以上的花朵開放著，老實說更難吸引不熟悉它特性客戶的目光。因此賣場的條件及中盤的管理能力，往往對大岩桐的銷售，產生致命性的壓力，上架 3-5 天內若沒賣掉，而賣場光線差，開出來的花色也不對，因此稍不留意就成了殘貨。加上盆花中盤業者看大岩桐，本來就是抱著「夾貨」的心理，不外為的是增加賣場產品的多樣性、增添夏天稀少的開花類盆花顏色，當不上主角，更不會受到重視。

從新客戶消費信心的建立來看大岩桐，也是危機重重，大岩桐消費群的反應常是極端



的兩頭，連業者也要承認大岩桐最大的缺點是在消費者手上不好管理，容易乾又容易太濕而爛根。會養的消費者覺得很好，尤其下面的花苞陸續開放，滿意；在不會養的消費者手中，抱怨是死得快，花苞再多又有什麼用。林滄俊就表示如果期望大岩桐產業有什麼巨大轉變，首要的任務倒不在生產改進，而是教育消費者，努力提升消費者的保養能力吧！這也是它市場胃納大不起來的致命因素之一。

總之大岩桐這個不是季節性消費主角，又缺少節日背景支持的盆花，被界定為一般性消費的盆花，最怕產量無預警的爆增。於是，當其他的業者不明原因莫名其妙的開始感興趣，也大量的開始生產，這樣

大岩桐的產業危機真的發生了。2 年前埔里地區，新興業者的加入生產，雖然也不過是增加數萬盆，卻讓大岩桐淪為國內第一個被寄賣的盆花。

## 寄賣的命運

寄賣對其他產業也許是很平常的事，然而花卉盆花業者有著什麼樣的影響呢？花卉不只是一個壽命有限的商品，而且還是相當短命的產品，產品的新鮮度一下降，即或還有剩餘的觀賞價值，也幾乎等於是殘貨了。因此過去盆花以賣斷方式出售，生產業者及中盤共同分擔了殘貨的壓力，生產者只要努力生產品質好的產品，一般來說就公平的得到好價格，所擔負的是生產階段的風險；中盤為減少殘貨，總是大





力推銷當季產品，和生產者並肩作戰。然而一淪為寄賣後，生產者連販售階段的銷售風險等於也一併概括承受，不但加重生產面的壓力不說，容易陷入劣幣逐良幣的窘境，讓生產者和中盤的互動關係疏離了。

從大岩桐在賣場上架陳列的方式，就可以明顯的看出寄賣的影響已經是弊多於利。大岩桐就直接在放台車上，即或是放在床架上，也求節省展示空間，連袖套都懶得去除，對大岩桐這個花期長但單朵花壽命不長的盆花更雪上加霜，益形縮短了它的架櫃壽命；如果硬要說這種銷售方式還有可取，就是滿足國人長期受農產品分級不明「詐底」迫害下，選「婁面」優先檢好貨的心態，移情到台車上。在田尾的

盆花批場，就可以見到很多小賣零售業者，一看貨還沒下架，眼睛一亮，箭步上前，如果因而刺激了購買的動機或增加消費額度，那這寄賣總算也有一點貢獻，但這個效果很短暫，一兩個客戶在擁擠的運銷台車上大肆挑選一番後，大岩桐脆硬葉片變得傷痕累累，花朵更危危顛顛，不變殘貨也難。

而且寄賣風波的影響所及，範圍漸漸擴大到其他開花類的盆花，湖內花卉班的郭冠林就提到生產的非洲堇、孤挺花都受到波及，生產者和中盤半推半就間，一樣樣的盆花跟著走上寄賣的不歸路。尤其目前國內許多盆花都處於供過於求的現況，寄賣經營的風險小，中盤當然偏向選擇願意以寄賣方式配合的生產者。

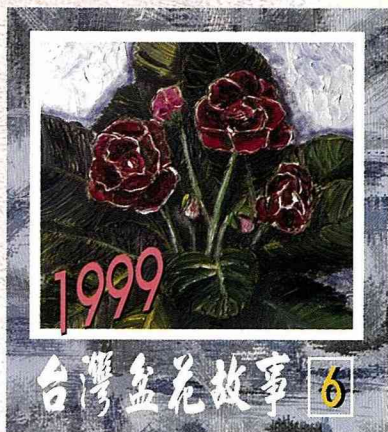
而寄賣後殘貨比例高低衍生的問題更大，在盆花消費旺季比例不高影響尚小，但到了淡季時，市場小、流通慢、殘貨高，生產業者間就只有削價競爭，要不就是不種了，但花卉產品的產地價一向是有降無升，除了少數很難種、差異化很大的產品。於是，這樣的情形持續惡化下去，將來會不會拖垮所有的開花類盆花產品？算不算是一個盆花產業嚴重的潛伏危機？於是大岩桐篤定成了盆花產業寄賣的眾矢之的。

## 將來性

最後，暫時撇開大岩桐目前在盆花產業的尷尬處境，它的將來性如何呢？林滄俊說：「還是平平的花咧！」唯一的優點是，一般專業的生產者雖皆以播種繁殖，但大岩桐對園藝趣味栽培者，只要抓對照顧的習性，它和非洲堇一樣的有趣，可以葉插也可以用球根栽培，而且球根是越種越大，花是越開越多，玩花賞花的成就斐然；而以爲它太嬌嫩不好照顧，丟掉屋外苛待它又好起來的強韌生命力，也煞是讓人折服。

李叡明老師則是看好它是苦苣苔科觀賞盆花中花最大最漂亮的一種，尤其這一科的植物算是開花類盆花中最耐陰的，這正符合未來都會化生活的狹小陰暗室內空間的需要。然而整體有待提升的消費照顧能力誰來做？怎麼做？能改變它「填縫」的命運嗎？





# 〔應用篇〕

## 非洲堇的兄弟們

# 大岩桐

**大**岩桐和非洲堇同屬苦苣苔科，雖然兄弟倆的個頭是天差地遠，七爺八爺的不搭調。如果細細比較，突然發覺相似之處還頗多，例如大岩桐葉片也是茸茸毛毛的、都可以用葉插繁殖，種種習性，一家人果然還是有脈絡可尋。

唯一不同的地方，大岩桐算是一種球根花卉，地下部會結一個不很圓潤的球根。當大岩桐盛花過後，慢慢花少了、開始黃葉了、乾枯了，彷彿是到了生命終點，其實是進入休眠狀態。不明究裡的人，可能順手就勢要丟了。

這時如果您不嫌麻煩，撥開介質，會看到盆中會留下一個圓扁的球根。如果有空又有興趣種種看，在開始黃葉後就不需再澆水或施肥，等葉片全乾了，可以把乾葉去除，將球根挖起掛在乾燥的地方；懶得挖起來，也可連盆一起放在不會澆到水或淋雨的地方保持乾燥，到第二年春天要記得將球根拿出來重新用新的培養土種在花盆中，就會重新生長，澆水別太濕得像淹水一樣，球根會爛掉。

球根雖可年年生長，但商業生產大岩桐繁殖的方法，卻是以種子繁殖為主，因為用球根繁殖的速率和產品的整齊

度，不好控制，也不見得比播種好。所以，專業的人現在很少依靠它的球根來栽培，這也證實農產品亦如工商產品，成功的商業生產，產品追求品質最適可能比最好更重要。

### 有趣的葉插繁殖

有種植非洲堇經驗的消費者，大岩桐也可以用葉插繁殖，只要選一片健康成熟的葉片，連葉柄插在乾淨的河砂或真珠石中，管理照顧一陣子，就可以長出新的植株，不過可得要有耐心。這對家中有學齡前的小孩，倒不失為一個觀察植物奧妙與大自然生命脈動的機會。

### 選購的標準

大岩桐的花期很長，選購時應找花梗較成熟的植株，至少最好是已經開放2-3朵花以上，很多消費者會懷疑，這樣的開度是不是太開了，其實這時植株發育也是比較成熟穩定的狀態，較不易受環境改變而影響後來的花朵綻放。如果只是一味貪多，儘是選花苞還很小，多雖多，卻不一定都能順利開完，和貪多嚼不爛的道理相仿。



■買回來塑膠袖套要盡快打開除去。



■和春末的盆花搭配成禮籃，收到的人一定喜出望外。



## 美麗的像假花

第一次遇見大岩桐的消費者，見到它不可思議的大鐘形花，花瓣的質地絨絨厚厚的，筒狀的花瓣邊緣，還滾上多皺折的蕾絲花邊，美麗的讓很多花卉消費者以為是假花。其花色以紅紫色為主，有白、紅、深紅、酒紅、紫、藍紫等，雖然不是顏色最多的盆花，不過大岩桐有很多複色的花色、或重瓣的品種，一樣變化出很多花色。尤其是花瓣邊緣鑲有白邊的花色，更是覺得很古典細緻，國內最受消費者喜愛的大岩桐的花色仍是紅色，重瓣又比單瓣受歡迎。

不過我更喜歡一次買兩盆，而且希望其中至少一盆是白色的，這樣不論如何應用擺設都更是顯得花色益發的明亮。於是對我來說，每年都會買大岩桐，沒見著它，就好像是少做了什麼事似的。

## 居家應用

大岩桐本身花型、色彩都很出色。不用太過度包裝，裝飾的環境效果就很不錯了。盛開完美的大岩桐有仙客來的標準，一圈葉子頂著一圈花冠的感覺，光是植株的外型就夠美的。幾盆組合在一起，就有花園的感受。

大岩桐本來是種類稀少的夏天盆花中唯一的主角，以前一直到6月還買得到。但夏天是目前國內盆花消費的淡季，

花農將出貨盛期調節為每年4月及9月兩個高峰，可是對這麼美麗的盆花，看到的時候還是早買早享受吧！錯過現在，就只好等到9月嘍！

## 照顧要點

放置的地點光線不宜直曬，否則葉片容易曬傷，顯得焦黃沒精神，不太健康的樣子；但光太弱則花不僅著色不良，空有很多花苞，被迫早夭。

對照顧大岩桐來說，澆水是要特別注意的。因為大岩桐的葉片表面長滿了細密的絨毛，就像一片綠色的絨布，所以澆水時如果水澆到葉片上，就很容易造成水傷，在葉片上留下一些黃色的不規則的斑紋，非常難看，有時連花莖上也會發生。因此千萬不要澆水澆在大岩桐的地上部。

比較好的建議，不妨說是灌水，由盆邊小心灌水，才不會碰觸到葉片、花朵。因此，可以選用細嘴的澆水壺，出水口前頭沒有蓮蓬頭的那種，才能將灌溉水準確的注入盆中。或是改由底部吸水的方法，在花盆下置水盤，將水盤注水，浸泡半小時，將水倒掉盆栽滴乾。如果盆栽介質較差，吸水力不佳，底部灌溉的效果會變差，只好改用水桶，提高淹灌的水位。



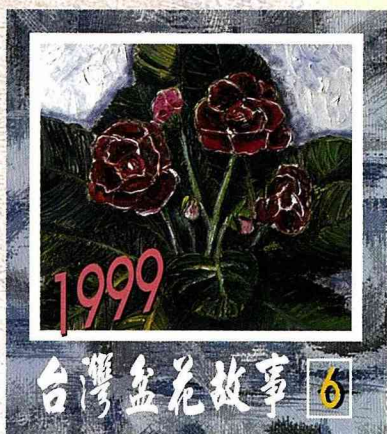
(錫瑋環境綠化基金會示範)

不論是用上述的任何一種方法，都婆婆媽媽的再次提醒您，不要讓大岩桐長時間泡在水中，水盤也不要積水，也不需要永遠都是很濕，否則不但是容易爛根，大大縮短它的壽命。

## 有一下沒一下比較好

照顧大岩桐寫了一堆注意事項之後，很怕沒有照顧過大岩桐的消費者，會誤以為它花嬌難伺候，雖然基本上它還算照顧很普通的盆花。然而消費者的照顧結果，常常是兩極化，抓住訣竅說很耐、很好養，要不2天就死。所以，您買一盆試試看吧！樂觀的想2天沒死，就表是有成功的希望，其實記住謝花隨時揀除，新開的花朵顏色變淡，表示光線不足，要移往更明亮的地方，往往很多消費者告訴我，最好是有一下沒一下的澆水，長得最好，原來它最不需要的就是有負擔的愛吧！





# 〔仕女篇〕

林淑卿



■林淑卿  
有一點點不  
食人間煙火的  
率直純真。

## 隱居山城的花卉夢想家

### 奇怪自己當了花農

72年中興大學園藝研究所畢業的資歷，是從事花卉生產的農民中，少有的高學歷。在研究所的期間，跟著指導教授楊耀祥博士，碩士論文研究的是葡萄花穗，也不是花卉。因此，當她決心要成為花農時，不只是父母反對、研究所的老師們反對，連她自己也奇怪自己當了花農，因為想起在文化4年、中興2年的農學院生涯，不可諱言的，自己常常是種什麼都不活。

安身立命的成為花農雖然是滿足先生高景瑞，從小對務農的憧憬，雖然本來先生因家業的影響想學水產養殖，但讀園藝系時，自家屋頂小花園，365天，天天有花的成就，讓他們好不容易在父母的反對下，成立海棠園藝，當起花農。林淑卿說：「大概自己也是沒有特別偏好，又容易定型。」因此就算是經營農業初期，所需面對近乎辛苦清貧的生活，倒是不感覺痛苦，自嘲是以扮家家酒的心情，而自得其樂。好歹先前幾年的筆路藍

縷一路行來，不也是能陸續投資，還養活了自己和3個孩子嗎？誠如她所說的：「就像花不是這麼難種，花也有求生的意志，花兒自己也會想長高長漂亮！」

目前他們雙方的父母，評價他們的生活，已經可以從以前想像務農的工作很辛苦，大不願意他們投入，到投入之後覺得他們的生活的確很可憐，轉變到現在認為換個角度想想，這樣也算是一種幸福。至少農業生活，自由度高，能就近照顧家庭，一家人天天都可以在一起吃三餐，的確是很多現代人的生活大夢吧！

然而務農的收入都不算很高、分佈也是很平均，花卉也不例外，往往收成時看到銀行大筆的收入當然是很快樂，但種植時亦是大筆支出。於是，除了日常生活的基本花費，很多需要較大額度的消費行為，只好用排隊的方式列出預算的優先順序，但最怕一有急事需要插隊，很多很想做的事，只好被迫延後，更怕排隊要付的錢比收到的錢多，真的沒錢週轉，就只好向農會借低

利貸款，雖然額度低、外縣市房地產不抵押的限制很大，至少小補勝無吧！

### 小孩一定要幫忙

好在務農家庭的孩子似乎是特別的體帖，林淑卿以獨立形容自己的3個孩子：「從上幼稚園開始，早上走路1公里自己上學；放學自己先填飽自己，大概是知道父母的辛苦，還願意幫忙一些園區清潔、整理、除草的工作，是很好的幫手，尤其是出貨、包裝這些瑣碎的工作，務農的家庭小孩是一定要幫忙的。」

然而孩子不管長多大畢竟仍是孩子，就算明瞭這些處境，不免久久偶而也有抱怨的時候。這時，她們夫妻倆，可得聰明識相的趕快帶孩子們去旅行、吃吃大餐，消除怨言；好在孩子們的要求也不多，至多只要抽空帶他們逛逛博物館、吃吃海霸王，至少也帶他們一起逛逛別人的園子，把職業觀摩，轉換成旅行的心情，就滿足了。

所以，他們一家悠閒隱逸的銅鑼鄉居生活，是同班同學



們羨慕的對象，林淑卿說：「自己是在比上不足比下有餘中求滿意吧！」

## 經營的困難

花卉從表面上、外行看來是收益頗高的農業，但其實也是脫離不了回收緩慢、需要和自然搏鬥風險高的低價產業。他們經營花卉的困難，除了土地取得成本高、貸款不合理的限制外，決定生產計畫、維持穩定營收，都是困難的所在。

例如決心投入生產之後，初期對市場的認知不足，連種什麼？該賣誰？都不清楚。更何況花卉是一個產銷秩序不完全的產業，投入花卉就是這麼先天的困難重重。

又例如初期他們也想，埔里是不錯的花卉生產區，可是72年時就已經是太貴；現在的這塊地，辛苦的大抵開發，鄰近新成立的砂石廠，大量的落塵和噪音，不只是生活品質受影響，連聖誕紅的生產也蒙受其害，鮮艷的紅苞葉變得髒兮兮，還有早花市場面臨同業的競爭，兩惡相交，好不容易經營有點心得的作物，只好任由放棄一年40-50萬的營收。

現在，還好是悟出隨波逐流的生存法則，跟著市場變動，即便是遇到瓶頸，至少也要懂得改變處理的方法，以賽馬的心情，學習古人上駟對中駟、中駟對下駟，避開和對手正面衝突，在三戰中求兩勝吧！而對作物的選擇上，從小

紅楓、蝦蟆海棠、綠之鈴、翠玉、白玉黛粉葉等觀葉植物，發現畢竟台灣雖小、南北有別，於是寄望高單價、短期週轉的大岩桐、彩色海芋、非洲菊、麗格海棠、長壽花等觀花盆栽為主，亦是不得不的趨勢，無非是希望能將年營業額突破3百萬，但2分地的設施，要達到這樣的業績，仍是需要一點「很天才」。

## 垂簾聽政

對夫妻齊心創業，林淑卿如何看待營農婦女的角色？她說了一句很耐人尋味的話：「要學會垂簾聽政！」也許在中國婦女終究是扮演幕後的角色，「先生雖然是因出貨與外界的接觸頻仍，了解外在市場的變化和自己產品的定位；但自己以女孩先天的商業直覺，似乎預期市場比老公準。」所以雖然他們是每一期作之後，會因出貨的狀況及觀察市場的變化，討論下一期作的生產計畫，但「先生要說的有道理才聽。」身為女人都該好好、細細、想想、學學她的慧語吧！

## 將來的期許

花卉產業是一個消費導向的產業，好在工商發達之後，

花卉身為精神糧食的重要性是與日俱增。因此就算將來思有所改變，大抵也是體制內改變，生產者的角色就是把花種漂亮一點吧！所以自己是不會轉業，只會想專業生產自己熟悉的路。

而且還好從事農業的年齡可以很長，「雇人」雖不容易，但適當的「雇機器」工作強度也不至於太大，相關的活動是

不太粗重，即使自己的老爸爸現在80歲，還是能幫忙種花，從另一個角度來看，花卉不也是一個很好的養老事業嗎？

林淑卿說自己從工作中最大的收穫是得到自我成長，學會做計畫；從植物身上學到按部就班的重要性，同期作中特別照

顧的一批，反而常常出問題特別差，完全體會愛之適足以害之的道理。

在採訪林淑卿的空檔，一直蹲在地上，幫媽媽洗刷塑膠框的二女兒，傳來嬌嫩的聲音說：「媽媽！籃子上有好多蝴蝶的蛹，好討厭！」這時媽媽淡淡平靜的說：「要刷掉它！蝴蝶本來就是這時候最喜歡找這種縫隙結蛹。」

於是我想與其說這一家子是殷實的快樂農家，不如說是在面對生活困境，還能有所體悟的人，從了解自然的更迭，試圖領會生活真諦的夢想家！



■林淑卿的家就在曲徑通幽的最深處。