



許秀麗說，一個簡單的盆套，就能轉換你的心情。

深情與執著

許秀麗與園藝的不解之緣

撰文／楊藍

攝影／楊藍·許秀麗

協助單位／

台北市錫瑠環境綠化基金會

對台中市寧漢街的居民來說，洋紫荊盛開的時節，無疑是一年中最高詩意的季節。數百株洋紫荊沿著河堤兩岸排列，垂墜的枝條以圓弧的彎身構成綠色長廊，盛暑之際，為人們遮掩烈日；偶然驟雨，則成為暫時的棲身處，當時序進入歲末，未曾經歷蓓蕾的期待，枝頭花朵便已招搖，透露綻放的訊息，似乎察覺人們的不耐等待，以迫不及待的姿勢直接跳到人們的窗前。

每當這個時節，許秀麗總是帶領小朋友觀賞洋紫荊盛開的美景。白的、粉紅的、紫紅的，樹上、樹下都令人驚豔，偶爾河面上落花點點，張著手掌的花瓣，雖然生命即將終止，仍堅持散發最後的芳香。她告訴小朋友，成千上萬的花朵等待人們欣賞，但人們卻匆匆而過，「多麼可惜」，她還讓小朋友站在天橋上觀看，滿樹繁花，讓人幾乎忘記冷冽的季節，「在地面上看，是一種美，在天橋上看，是另一種美」。

致力於觀念的傳輸

擔任義工媽媽、帶領小朋友認識大自然，是許秀麗散播綠化種子的方式之一，社區讀書會、老人會或一般公司行號也可看到她講課推廣的身影，甚至在自家成立園藝教室，將二十多年來的觀察筆記透過幻燈片呈現，她說，她要做的，是觀念的傳輸。

許秀麗說，對於人生，每個人都懷抱夢想，她的人生大夢，則是盼望台灣



成爲全世界最美麗的國家，這個夢想雖然看似遙不可及，但她堅信，只要做了，就有機會；雖然過程異常艱辛，但她認爲，種子灑了，就能期待長成大樹。

許秀麗家中原本務農，兩個弟弟退伍後，在自家空地種植觀葉植物，卻面臨通路受限的困境，對企管、行銷都有興趣的許秀麗，隨後也一頭栽入，迄今二十年，「青春歲月都在這裡了」。

許秀麗前往日本、歐洲旅遊時，發現這些國家處處綠意、戶戶花開繽紛，她思考「爲什麼他們能、台灣不能」，當時台灣平均國民所能已達一萬美元，依照國際標準計算，每人每年花卉消費量應達到一千元台幣，「但怎麼算，都不到三百元」，一度令她感到挫折，「但換個角度看，還有很大的發展空間」。

她探究國人花卉消費量少的原因，在於未將花卉視爲生活的必需品、消費品看待，而產業界自我定位模糊、惡性競爭等因素，都是導致產業進步遲緩、甚至停滯不前的原因，因此必須透過觀念的傳輸、推廣，但許多問題並非她獨力所能解決，爲集中力量，發揮更大效能，她在八十二年時籌組中華盆花發展協會，跑遍全省串連園藝業者，歷經一年半的奔波，協會終於成立。

傳統農人觀念保守，質疑籌組協會對於改善現狀作用不大，「可能嗎？」是許秀麗經常遭遇的問號，但是「可能嗎」不代表「不可能」，她鼓勵花農放手一搏，「做了，就有機會」、「即使不成功，頂多回到原點」。

還有花農認爲，默默耕耘的腳步緩慢，而且效果並非立竿見影，他們不見得享受得到成果，「何必種樹，讓後人乘涼呢？」，但一轉眼十年過去，孩子大

歐洲國家戶戶花開繽紛的景象，讓許秀麗印象深刻。



許秀麗的住家與花店連成一體，綠意盎然。



簡單的陽台綠美化，就能增添住家氣質。

了，如今都接棒了，誰說不能享受耕耘的成果呢？

「產銷一體」的誤解

透過中華盆花發展協會，許秀麗積極導正業界長期以來許多扭曲的現象。她表示，過去政府為保護農民，強調產銷一元化的觀念，所謂「產銷一體」如果視為生產者與銷售者間的關係密切而和諧，應是可喜的，但多數農民卻誤解為「自產自銷」，視中間商為「剝削者」，不僅使人與人間不能互相信任，甚至製造衝突與對立，單純的農民忙完農事後，還得耗費心力和「生意人」競爭，角色的混淆，根本不符現代化專業的需求，最後以兩敗俱傷收場。

其次，由於競爭激烈，批發商採取「價格戰」，除了引爆同行間的惡性競爭，甚至向生產者壓榨，使得市場一片混亂，毫無產銷秩序可言，更

嚴重的是，同樣以「價格」作為手段搶食市場，導致零售商生機渺茫，一旦園藝產業的「先鋒部隊」失去努力的誘因，由誰為生產者開拓市場呢？

以花農來說，受限於資訊及學習環境不足，必須花費時間與金錢累積、換取經驗，往往因種苗的來源及開發不易，讓許多人不斷在這個行業徘徊或進出，更可惜的是，退出的人並未傳承經驗，導致進入產業的人必須從頭摸索，永遠從零開始，這樣的循環不啻園藝產業發展的最大阻礙。

花店面臨的困境也是一樣，在農民「自產自銷」的觀念下，消費者喜歡到「產地」購買，加上中間商以「價格」手段搶食市場，花店的生存空間被嚴重壓縮，許多人認為開花店是件浪漫的事，但經常不到半年就退出這個產業，許秀麗說，「浪漫」、「詩情畫意」只是假象，懷抱著憧憬、夢想而來，卻多失望而回，除非對園藝產業抱持深情與執著，否則很難堅持下去。

善用「價格策略」

她表示，善用「價格策略」是園藝業界每一分子都應具備的共識，也是在產銷過程中必須遵守的「遊戲規則」，遵守合理的「價格規則」，才是永續經營的基礎，將長期以來「產銷一體」的現象徹底消除，生產者、批發商和零售商在整個產品銷售通路上各有不同功能，未來的產業趨勢也應以「專業化」的角色定位，才能合乎時代的要求，同時縮短產銷之間的距離。

另外，以往盆花業者並不重視品質與服務，忽略植物「合理生命週期」，

很多產品未經過「馴化」的過程即出售，這種不負責任的經營態度使得銷售者必須承擔極高的損失與風險，銷售意願自然低落，而消費者購買後也發現植物不易存活，而有嚴重的「挫折感」，更直接影響消費量，加速產業萎縮。

許秀麗目前是中華盆花發展協會顧問，並經常應邀擔任花藝比賽評審，她發現，一般的花藝作品「玩盆器玩過頭了」，一個要價一、兩千元的組合盆栽，花材費用竟僅數百元，甚至更少，事實上，園藝才是主角，花藝只是配角，盆器的選擇應以不超過

總價的百分之三十為上限，非植物的資材配置如石、木等，點到為止即可，才能使園藝產業走更長久的路。

重建「產銷秩序」

除了致力於重建園藝產業的「產銷秩序」，許秀麗也積極推廣綠化，希望讓綠意走進每一個人的生活中，她說，台灣人民物質享受不虞匱乏，精神層次卻未相對提



任何一個角落都可以植栽來美化。





鳳凰花開，令人驚豔。

昇，所以「台灣才會這麼悶」。

她表示，消費者普遍存有植物「不能老、不能死、不能醜」的觀念，又存有「登革熱」的疑慮，導致花卉始終未真正走進人們生活之中。一個簡單的盆套，隨時換上不同的花卉，感覺更親切，且時時保持新鮮感，或是將聖誕紅裝入提籃中訪友，「這就是生活」，讓花卉走入生活，其實並不難。

她從社區出發，在台中市寧漢路開設「心賞生活園藝」，宛如一處花園，以龍吐珠為屋頂，每年夏末盛開，白色苞葉覆著深紅花蕊，屋頂像罩了雪似的；壁面是四季草花，有時是鳳仙、有時是藍星，耶誕節到來，如焰火般的聖誕紅便成了主角；門前木椅歡迎民眾隨時歇歇腳，或是走進庭院中，迎面而來的，是許秀麗舅舅送給她的結婚禮物桂花樹，十幾年了，芳香依舊。

許秀麗經常邀請社區居民前來坐坐，不買花也無所謂，她準備了數百張幻燈片，是她二十幾年來的觀察筆記，不論三、五個人，或是三、四十人，許秀麗一樣熱誠歡迎，透過幻燈片了解大自然的美感與奧秘，也了解園藝產業的辛酸與喜悅，透過花花草草的交流，讓社區的情感再回來。

她表示，從幻燈片中，許多人發覺園藝產業辛苦的一面。例如尋常可見的黃金葛，栽培也不容易，剪下枝條後，必須在無菌的環境中培養，夏季植株四個月才能上市，冬季植株甚至長達一年；尤其冬天要蓋棉被，夏季則要調整溫度，即使這麼小心翼翼，存活率也僅達六、七成，一盆一百元的盆栽背後，是農人數不清的汗水與淚水。

許秀麗並擔任學校義工媽媽，經常帶領小朋友觀察學校或社區的植物，讓他們「與環境對話」，她詢問小朋友「先有花香？還是鳥語」，讓小朋友自行探索，發覺花朵盛開、自然吸引蜂蝶蟲鳥前來報到的自然奧秘；當社區讀書會、老人會或公司行號人員前來買花時，她總是熱心建議對方提供場地讓她上課，「有經費



黃金葛一株株分植。



冬天要一年才能達到上市規格。

最好，免費、義務的也無妨」。

給台灣一個機會

長年浸淫園藝事業，許秀麗身邊俯拾即是動人的故事，她也樂於與他人分享。她說，每天早上，她總是被麻雀、白頭翁、綠繡眼吵醒；夏天夜裡，她聽到蚯蚓發出「滴…滴…滴…」的聲響，有一次因桂花樹罹病，她順手將多餘的農藥倒入土壤中，沒想到十幾分鐘後，一百多隻蚯蚓紛紛翻土死亡，讓她驚覺，自然界的生命「一物一剋」，自有天敵，人類不應以藥物等方式予以干預。

她說，植物是人們最親密的朋友，有時忙得疏於照顧它們，植物透露出黃葉，不就是讓人們自我檢視，是否生活步調又忙又亂，同時提醒人們季節的變化。當樹木長了一片葉子、開了一朵花，常讓人心情振奮，有人因為花謝花落而感傷，她則豁達看待，「這不就是人生嗎」、「花開花謝只是過程，人生也是一樣」。

許秀麗說，人生真善美的境界不易追求，但在園藝的世界裡，真善美卻是唾手可得，她只是想灑一些種子，應邀演講時，她不敢奢望台下每個人都能接受她的觀念，但如果一百人中有十人能夠接受，「就會長成十棵大樹」，而「不播這個種子，就永遠沒有機會」。

去年八月一趟大陸行，讓許秀麗有更多思考。喜愛自助旅行的她到了絲路，心情受到極大憾動，當時台灣面臨經濟不景氣，企業出走頻傳，整個台灣處於極度的危機感中。她以為，有機會、有需要的人，「要走就走吧」，其實沒什麼不好，遠離那些過去破壞台灣的產業，也許能給台灣一個新生的機會，「留下來的入怎麼生活才是最重要的」，透過此次重整，台灣一定要有不一樣的開始。

過去對於演講邀約，許秀麗多以忙碌為藉口推辭，如今她則全力以赴，她說「無論如何，都要散播這個種子」，她期待有一天人人動手種花草，「台灣很有可能成為世界上最美麗的國家」。

■