

談荷蘭花卉生產之困境—以菊花為例

陳彥睿譯

在荷蘭8000位專業花卉生產者中，超過1200位專業菊花生產者，他們不明瞭為什麼菊之價格會逐年下降；1988年菊花每枝平均價格為0.58荷盾（折新台幣約8元），到了1992年已下降到0.47荷盾（折合新台幣約6.6元），而且價格仍然逐年下降中。

地區生產消費特性顯著

切花與盆花的生產及消費是有區域性的，這些重要的消費區域包括西歐、北美與日本，在西歐國內每年有60%之消費是依靠國內生產供應的，在美洲有49%由本地生產者供應，而在日本有90%以上是靠國內生產供應的。

對盆花而言，區域性的生產比率更高。有些作物是本地就賣完的，有些則出口；荷蘭約有60%之菊花主要是外銷到英國、義大利及西班牙。

菊花是重要的園藝作物之一，僅次於玫瑰，另外還有康乃馨及唐菖蒲亦是重要花卉，菊花因為可作週年的生產，且有各種的花形及花色，所以菊花可說是相當重要的花卉作物。

荷蘭的菊花切花數量雖然逐漸增加，但在生產面積上卻仍是穩定的，因為在最近幾年國際匯兌行情的波動，使我們無從精確地比較菊花的國際價格，若是硬要比較的話，則會導致錯誤的結論，那就是一歐洲花卉仍然有強大的消費成長量。



菊花價格逐年下降、育種不再活絡是目前荷蘭菊花業者所面臨的困境

菊花主要的生產國包括：日本生產面積4000公頃、義大利1200公頃、哥倫比亞1000公頃、荷蘭800公頃及德國600公頃，其他重要生產國家還包括，匈牙利300公頃、英國240公頃、美國135公頃、波蘭100公頃、厄瓜多爾100公頃。

市場定位—育出新品種？ 量的擴增？激烈競價？

菊花是頗為理想的切花，有長時間切花壽命、容易運輸及不易損傷之特性，並具多種花色、花形、週年均可生產等優點，是切花市場的主要作物但是消費量相當穩定。

穩定的市場影響產業的發展，今日已難得再見到菊花育種有驚人的突破；1950年末期至1960年初期，菊花被育成為週年生產之切花，將來若嚐試改變栽培環境將是較容易成功且可行性較高。但若想要迅速育成高級的花卉品種或花形，在今日而言，這種工作時效緩慢而且耗費成本的投資已是較不吸引人，因為一個新品種的流行壽命非常短暫，對一些小育種公司而言，若再大量投資於育種工作是划不來的。

祇有一些較大的育種公司才有辦法繼續生存下來，如美國Yoder、荷蘭的Fides、Van Zante及CBA公司，還有像日本的Kirin及Suntori等大型公司。而日本將成為業餘嗜好育種者最主要的國家，那裡有數以千計的業餘育種家，因為菊花是日本皇室的象徵，業餘愛好者熱心投入育種並栽培各種菊花。

生產區域正謹慎地改變中，像哥倫比亞、哥斯大黎加、肯亞、辛巴威、台灣及南非等國家，他們的繁殖及生產一直在增加，雖然在最近幾年他們花卉進口至歐洲的數量，僅佔總進口數的1%，但是上述國家的生產力是不容易忽視的，哥倫比亞在供應美國菊花上扮演著首要的角色，而哥斯大黎加居第二位。

量產的市場產品價格競爭是相當的激烈，當一個新的產品出現，剛開始祇強調生產面，生產者若能創造出最大的產量，就可以創造出最大的利潤，那是個求量的時代，而當市場逐漸成熟，產量已經飽和時，價格競爭的壓力是相當嚴厲，價格常掉落至成本邊緣。

那就是為什麼荷蘭的菊花價格逐年下降，每枝花會由0.58荷盾掉落至0.47荷盾，而在今年我們將可看到一個更接近成本的價格。

後續效應將逐漸展開。某些生產者期盼著明年會有較好的價格；某些業者則採用更有效率，更降低成本的作法，去增加每單位面積的收入；某些生產者他們無法去變更他們的作物，因為那必須花費更大的成本而且面臨沒有收入的困境（尤其是家庭式經營）；某些生產者將更換品種且增加單位面積的種植密度，來應對價格逐年下降的困境。但是荷蘭仍然即將面臨的事實是，菊花生產將已飽和而且價格逐年衰退。

產業南移

在荷蘭的拍賣市場中有50%康乃馨是由以色列、肯亞和其他地中海及非洲國家進口為會如此呢？理由很簡單，他們的成本低，一般來說，在第三世界國家中生產勞務成本，比西歐國家及荷蘭低廉許多，雖然在今年夏天康乃馨的價格比菊花好，而如果今年想在荷蘭或其他西歐國家擴張康乃馨的生產，那將會是徒勞無功的，無法獲致經濟效益的，因為生產成本太高了，比上述那些國家高太多了。

今後產業將必須考慮下列幾個事實：

- 大量消費國家如英國、義大利、西班牙等國家，他們的經濟景氣處於衰退狀態（所以消費量並不太可能擴大）。
- 消費者對菊花的消費價格敏感度愈來愈高（市場價格競爭愈來愈激烈）。
- 生產栽培者的角色已經漸由低工資且氣候溫暖的第三世界國家所取代。
- 經濟景氣衰退中。
- 由於人們尋求利潤，將採更密植的栽培方式以更低成本生產更大的產量，未來我們可以預測菊花的價格競爭壓力愈來愈重。

如果荷蘭花卉的價格已經跌落至成本以下，這些低勞工成本且氣候溫暖的國家，挾著低成本的生產，將會更有機會刺激他們進口花卉至荷蘭，他們或者更擴大菊花及其他大宗花卉的產業，大舉進入荷蘭及西歐等市場，今後產業重心將移往拉丁美洲或非洲，不管你喜歡與否，這就是我們必須面對的事實。

（本文譯自FloraCulture International 1993年10月號）

譯後感想

1. 荷蘭花卉產業世界聞名，但並非從此過著幸福美滿的日子，他們仍然要面對新興勢力的挑戰，他們所面臨的競爭與我們台灣面臨GATT所帶來困境，有相當類似之處。
2. 荷蘭是面對拉丁美洲、非洲國家的壓力，而台灣可能面對的壓力是來自大陸及東南亞國家，他們有低廉的勞務成本或更溫暖的氣候，如果將來市場更開放的話，我們不能沒有危機意識。
3. 雖然在強大的國際生產成本競爭壓力下，荷蘭仍具有其他優勢以位居世界花卉王國之地位，台灣花卉產業之未來發展情況，我們必須找出台灣的優勢在什麼地方。
4. 創立企業的觀念，利用我們自己的優點善用經營策略，不要再蹲在保護傘中，以更國際化的角度來看花卉產業。
5. 將企業化的經營模式導入，花卉界應向台灣成功的工商企業界學習，花卉的觸角應更伸向工商業，學習成功的經營模式。
6. 品質一決勝的關鍵點，是決定價值與尊嚴的起始點，台灣的花卉想要立足台灣、放眼海外、追求外銷爭取利潤就必須要求品質。

作者介紹：陳彥睿先生，任職台中區農業改良場，以玫瑰研究為主。本文於83年1月中旬收到。