

唐菖蒲產業競爭力分析

文圖／蔡宛育、魏芳明

一、產業背景：產業產銷概況及主要面臨問題

唐菖蒲(*Gladiolus grandadensis*)為鳶尾科(Iridaceae)球莖花卉之一，因葉形似劍，花形色澤可媲美蘭花，因此又稱劍蘭、福蘭。其原產地有兩大中心，一為地中海沿岸到小亞細亞，另一為中南非洲(杜，1959)，其原生種約有 150-200 種，其中除 15 種原產地中海沿岸、小亞細亞之外，其他均產自非洲，尤以好望角地區最多。唐菖蒲之栽培種主要可分為兩大類：大型種屬 *G.grandiflorus* 型，通常每一個球莖上長出單一花莖(Single flowering stem)株高可至 2 公尺，花穗不分枝，其花朵(floret)較大，可長至約 30 朵，小型種屬 *G.nanus* 型，每一球莖可產生多支較小之花莖(Halevy, 1985)。綜合各方資料 1992 年估計世界唐菖蒲栽培總面積 9,000 公頃，除荷蘭是單指球莖生產面積外，面積是日本的二倍，已可算栽培大國。其他各國是包括切花和球莖之生產面積，台灣唐菖蒲栽培為本省僅次於菊花的第二切花，民國九十年之栽培面積達到 711 公頃，年產切花 12,121 千打，供內外銷，經濟價值相當高。栽培地區主要分佈於台中縣后里鄉(面積為 390 公頃)，其次為彰化縣之溪州鄉、北斗及田尾鄉(面積為 110 公頃)、屏東縣 74 公頃、雲林縣 69 公頃。唐菖蒲在本省週年均可栽培，但夏季所生產的切花品質不佳，種球之生長與木子採收率皆差且高溫多溼，病蟲害多，故夏季種植面積較少，而集中於秋、冬季栽培。據研究唐菖蒲生育期適當光照約為 1,000 J/m²，為克服秋、冬季栽培利用夜間電照處理提高切花品質，本省中部產地夏季日射量約為 3620 J/m²，總日照時數 215.76 hr，平均氣溫 25.8℃，絕對最高氣溫 33.26℃，總雨量 124.4 mm，平均地溫(5 cm)28.3℃，(2002 年 3 月至 2002 年 7 月)則有花莖過短、開花品質不良的現象。就生產成本而言，每公頃種球 188,383~212,995 個，佔生產成本之 56.89~63.72%，為最主要的成本項目，人工費占 18.95~24.13%，雖低於種球費，但因種球於切花採收後尚可回收 66~85%，冬季生產成本及效益比較，以夏季生產最有利、春季最不利。唐菖蒲切花生產最適合的溫度為 20~25℃，為克服台灣夏季高溫、強光及豪雨對唐菖蒲栽培之不利影響，利用遮陰技術有效降低因氣候環境變化所造成之品質不良情形，達到改善唐菖蒲切花品質，切花栽培採收，仍以人工為主，所使用的農機只有整地和作畦的耕耘機，不像荷蘭有球莖種植和收穫的機器，如要發展球莖生產，應引是種農機。將有利於市場的銷售使農民獲得較高的利潤，使消費者得到較高品質的切花。

在台灣栽培唐菖蒲，不需要栽培設施。除了冬季寒流來時，為確保產品品質，或許可以塑膠隧道棚防寒外，不必像溫帶地方冬季切花生產仍要用溫室。因此，溫帶地方冬季生產唐菖蒲切花是不划算的。台灣唐菖蒲冬季生產成本，每支切花一九二~二·八三元，而產地價格為二·六二~三·〇九元，至 88 年平均每公頃產量 1,458,686 支，平均每枝產地價 4.05 元，零售價格為十一~十二元。歷年來省產唐菖蒲切花外銷以日本為主要出口對象，銷日數量佔總出口量 91%(民國 67 年~75 年)，民國 71 年、72 年銷日數量均降為 1 萬支左右，由於品質不

佳，數量自 73 年後逐年倍增，75 年已增至近 400 萬支，近 5 年已近 700 萬支。台灣唐菖蒲的切花，終年都有消費市場，不過冬季外銷日本，再加上過年使用較多，所以秋冬季是栽培旺季。內銷花卉方面，約 50% 以上供應大台北地區市場，20% 左右供應中部地區市場，南部地區則佔 15% 左右，其餘產品則分散於全省各處之傳統市場、花店或假日花市。主要面臨問題：小農經營形態。缺乏企業化之資金，技術密集投入、花農橫向合作之互信基礎薄弱，產品品質及行銷商品化觀念不足、缺乏自有優勢品種、整體拓展外銷之規劃及行銷人員缺乏等等、進入 WTO 市場開放，中國大陸未來之潛在威脅、關稅調降，新興進口花卉種類，數量增加之市場替代等。

二、產業競爭力分析：請運用 SWOT 分析

SWOT：

	優勢(S)	劣勢(W)
內部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 氣候及地形。 2. 穩定的內需消費市場成長率及切花市場導向成型。 3. 具多年外銷之國際市場經驗，為國際花卉貿易出超國。 4. 生產技術成熟，週邊支援產業發達。 5. 生產者素質高，市場反應靈敏，機動性強，企圖心旺盛。 6. 部分企業陸續投入花卉產業，資本、技術密。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 團隊意識不足。 2. 產區分散、產品種類龐雜。 3. 缺乏本省特有或本土化種類及品種。 4. 技術支援不足。 5. 產銷及消費資訊未能整合。 6. 國際競爭。 7. 外銷體系建制問題。 8. 外銷花卉防疫技術。 9. 外銷處理包裝技術待改進。 10. 國外宣傳促銷工作待加強。
	機會(O)	威脅(T)
外部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 鄰近世界三大花卉消費國之日本。 2. 韓國及中國大陸市場未來之開發機會。 3. 政經穩定，政府產業政策支持，產銷基礎建設已具雛形。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 東南亞國家低價花卉產品之競銷。 2. 大陸未來花卉發展之潛在威脅。 3. 荷蘭花卉新品種種苗之控制及高級花卉種類之競銷。

三、產業發展檢討、定位及策略

(一)檢討：

台灣唐菖蒲主要栽培品種，以進口為主，幾乎與荷蘭球莖生產品種變遷同調。國內以往並無育種工作，最近幾年中興大學、農試所以及台糖公司才著手進行。國外主要由種苗公司進行育種，也有大學和公立機構參與。新品種重視

專利權歸屬問題，一般切花品種大都屬於老品種，比較沒有專利權利的爭議。

台灣唐菖蒲產業雖具多項優勢，但亦隱含諸多問題；如小農經營形態，缺乏企業化之資金，技術密集投入，花農橫向合作之互信基礎薄弱，產品品質及行銷商品化觀念不足，缺乏自有優勢品種，整體拓展外銷之規劃及行銷人員缺乏等等，加上進入 WTO 市場開放，中國大陸未來之潛在威脅，關稅調降，新興進口花卉種類，數量增加之市場替代，國內轉作生產切花面積可能也會急遽擴增，但受到農發條例通過，土地可自由買賣之影響，可能也釋出一部分農地，因此對切花產業之衝擊仍待評估，未來除應朝高品質、高單價的花卉生產以提高收益，另一方面降低成本及尋求生產差異化，如此才能擺脫大陸及東南亞低勞工成本地區的競爭。台灣花卉於產業國際競爭下，須善用既有優勢，對不足處，須加速調整因應，方能建立長久之國際競爭優勢。

(二)定位：

1. 未來國內唐菖蒲產業，須發揮優質基礎，以國外消費市場為導向，鼓勵國內花卉消費，提昇產業競爭力。
2. 朝降低成本、高經營效率及多樣化發展，提高產品品質及附加價值，健全產銷體系。
3. 對具外銷基礎及具外銷潛力品種，須加強產銷業界整合，建立規模經濟，提昇營運效率，並與外銷業者結合，專業分工，加強既有之外銷市場及新市場拓銷。

(三)策略：

1. 擴大產業規模，輔導專業、企業經營。
2. 加強品種選育改良，促進產品多樣化，以增加唐菖蒲切花之競爭力。
3. 鼓勵花卉消費，建立用花文化。
4. 健全產銷體系，拓展內外銷市場。
5. 研發生產優良種苗或直接進口。
6. 利用夏季遮陰及冬季夜間電照技術提高切花品質。
7. 穩定現有大宗花卉生產。
8. 加強改進採收後處理及保鮮包裝技術，以增加瓶插觀賞時間及切花品質。
9. 產品定位清楚，充分瞭解市場加以開拓，以增加唐菖蒲的消費。