

2007荷蘭國際花卉展暨蝴蝶蘭產業學習之旅紀實與感想

◎ 蔡瑜卿、廖玉珠

這兩三年來前往荷蘭的花卉考察團絡繹不絕，2007年7月商業周刊刊登「一間公司幹倒一個王國」一文後，更是到達高峰。筆者自許為蝴蝶蘭產業中的小螺絲釘，也參加中國生產力中心主辦的2007荷蘭國際花卉展暨花卉業者考察團，在柯羅莎颱風肆虐下意志堅定地前往荷蘭，展開由陳加忠教授擔任團長所帶領的學習之旅。

這次考察團成員相當多元，有來自研究單位、育種者、蘭花生技公司、溫室業者、貿易商以及財務金融公司。參訪行程包括一年一度的Horti Fair國際花卉展、最大的花卉拍賣市場Aalsmeer、荷蘭主要的三大蘭花種苗公司，以及四家蝴蝶蘭盆花的生產公司。本文主要為參觀Horti Fair國際花卉展及Aalsmeer拍賣場後的感想與大家分享。

2007 Horti Fair國際花卉展

2007年台灣由花卉輸出口公會組團參展，在農委會補助下設立台灣館，10月9日上午到達會場後由外貿協會的人員帶領前往7館，與台灣館參展的人員打氣加油，在他鄉遇到同胞總是特別興奮，一陣寒暄後立即發現隔壁就是歐洲最大的蝴蝶蘭種苗

公司Floricultura BV展示區，團員立即被吸引過去，展示的蘭花品種超過70種，蝴蝶蘭各種花色都有，均為雙梗品系，大部份的品種以台灣標準來看並不是最新的品種，花型也不夠圓整，花序排列也不夠優美，但是在旁邊的台灣蝴蝶蘭立即相形失色，為什麼呢??果真印證了商周的「一間公司幹倒一個王國」嗎?非常值得台灣有關單位加以檢討。



▲ 歐洲最大的蝴蝶蘭種苗公司Floricultura BV展示區

歐洲第二大蘭花種苗公司的Anthura BV展示了蝴蝶蘭、火鶴花及觀賞鳳梨，蝴蝶蘭展示的区域也大於一半，可見蝴蝶蘭種苗在其公司營運的比重，而整個展

示區佈置的像party的會場，客人也高朋滿座。緊接著看的當然是2001年首次參展之後，睽違多年再次前來的世芥蘭業公司（SOGO），這次SOGO與荷蘭NEON聯合一個展示區，所展示的蝴蝶蘭品種以雙梗小花型為主，與其他公司的產品有明顯區隔，歐洲幾位重量級的蘭花種苗老闆也都親自來參觀。



▲ Anthura種苗公司展示區佈置如Party的會場，令人心情愉悅



▲ 世芥蘭業公司與荷蘭NEON聯合展示區以雙梗小型花為主



▲ 切花與盆花的比賽區

會場中有一展示區為切花與盆花的比賽區，由不同領域如花藝、服裝設計師、時尚專家擔任評審，展出產品為經評分8分以上，每一產品產出2-3盆，因為時間有限只看了蘭花的部份。整個Horti Fair展場有8個館，我們走了一天只看3個館，可見規模之大，有很大的部份是園藝資材與園藝相關的自動化設備，而主要花卉還是以玫瑰為最大宗，一些非洲、中南美洲國家也以玫瑰切花參展。其中令筆者眼睛一亮是百合花品種，花色、花型的變化早已融合東方型、亞洲型或鐵砲型，增加了花色與色澤的變化度，新品種的花型朝上符合包裝應用之需求，這是科技研發與產業發展緊密結合的最佳例證。

Aalsmeer花卉拍賣場

這次在荷蘭四天，由育種者基金會駐荷執行長郭廷光先生帶領分別在不同的時段參觀了Aalsmeer拍賣場三次，見識了荷蘭



▲ 非洲國家玫瑰切花參展區



▲ Aalsmeer拍賣場蝴蝶蘭主流為中大輪花、雙梗花，花梗高度50~60cm左右

花卉產業的規模與效率。Aalsmeer拍賣的產品種類眾多，進入拍賣場的產品首先必須規格化，例如蝴蝶蘭盆花以花梗數、花梗高度、花朵數、花朵大小、盆器直徑作為規格項目。目前蝴蝶蘭盆花拍賣以中大輪花、雙梗花、花梗高度50~60cm左右以及每一端盤混合花色的拍賣價格較好。

Aalsmeer拍賣場逐漸推動無實體的拍賣，實體產品不必推入拍賣室，拍賣時只在螢幕上顯示產品照片及規格資料。但是推動無實體拍賣時，必須同時推動生產者品質驗證制度，產品優良且有信譽的生產者才可參加，目標為朝向網路拍賣，減免運輸至拍賣場的過程，直接將產品送到得標者手中，整個拍賣作業會更有效率。



▲ 融合東方型、亞洲型的百合花品種

另外Aalsmeer拍賣場的展示場剛好有盆花展，包括觀葉植物、觀賞苗木、盆花、蘭花及仙人掌、多肉植物等，每個攤位面積不大，由盆花生產者展出主要的產品及型錄，並在現場解說，參觀者可藉此收集荷蘭盆花生產者的資料。會場中提供咖啡、麵包，整個會場熙熙攘攘，創造了一個非常活絡的商業活動平台。我們參觀了2個小時並未看完，受時間的限制只好抱憾離開，因為當中有一些生產者原本種植其他花卉現在部份轉種植蝴蝶蘭，其蘭花盆花品質雖有待加強，但這可能是台灣蘭花業者可嘗試開發的潛在客戶。



▲ Aalsmeer拍賣場的盆花展

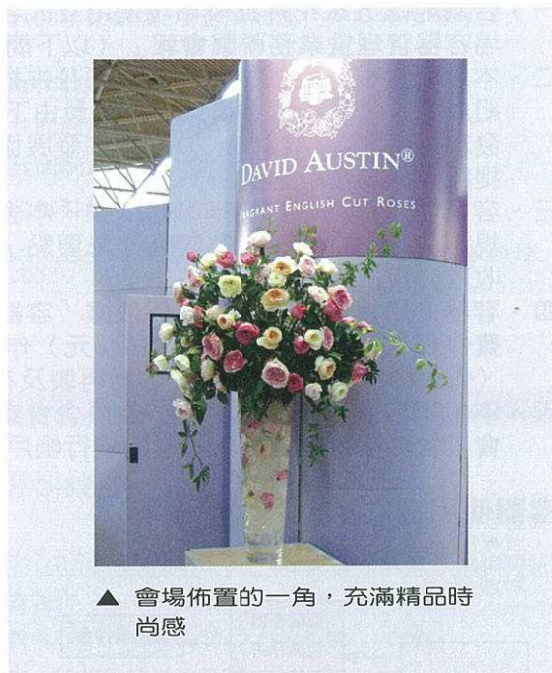
感想與建議

荷蘭是個花卉產業發達的國家，農業商業化的運作相當成熟，提供許多商業活動的平台，創造產業鏈上下游間媒合的機會，例如每年舉辦的Horti Fair、生產者產品展示會等；產品規格化並加入設計元素提升商品化效果；網路運用、科技研發與產業密切結合，例如網路拍賣系統、百合新品種研發、溫室自動化生產、包裝與輸送等等，這都是值得我們學習的地方。

回國後整理照片時，回憶起當時步出Horti Fair會場並沒有喜悅的心情，因為整個會場佈置的主流是將花卉精品化，充滿時尚與設計感，台灣館卻像個拼裝車，每個參展廠商分別佔據一個角落，展出的產品沒有主題性，品質也不佳，無法顯現出台灣花卉的特色。

台灣館乃運用國家經費參展，主辦單位事前應評估我國銷售歐洲的主打項目，再找適合參展的廠商做整合，規劃展出的

主題，之後才依據主題設計展示館。這個競爭的時代找不出自己的特點與重點，只求公平性而便宜行事，結果可能是全軍覆沒，這並不是大家樂見的。衷心期望事後能檢討缺失，並有改進計畫，下次定能讓台灣精緻的花卉綻放全球。



▲ 會場佈置的一角，充滿精品時尚感



▲ 台灣館展示區