

賣給誰？亦即如何選擇花卉行銷通路之購買成員？因為一個生產者的花卉生產量，不是少數消費者可消化完，又花卉必備新鮮性，故除非有極具市場佔有率之直銷公司，否則行銷通路成員以批發市場、零批商、地方行口商及產地販運商為宜。批發市場之選擇，以公平、公開、公正拍賣、服務良好、收款迅速為原則；致於零批商、地方行口商及產地販運商之選擇，以銷售能力佳、產品價格高、付款迅速、以及人格品行高尚者為考量原則。

如何創造利潤？也就是如何提高議價能力？除非有操控權或其他生產者所沒有之花卉，否則提高議價能力之道，在於組織機構之應用。因此，花卉生產者，宜加強組織運作，例如共同經營班或產銷合作社功能之發揮。

工商企業的公司組織，有營運佳或營運成效差者，花卉共同經營班或花卉產銷合作社亦如此，其成敗關鍵在於組織的規劃、執行與控制等管理功能的發揮，更重要的是，成員之團隊精神，更是成敗的關鍵。

目前台灣花卉的行銷通路

圖 1 國內市場之行銷通路

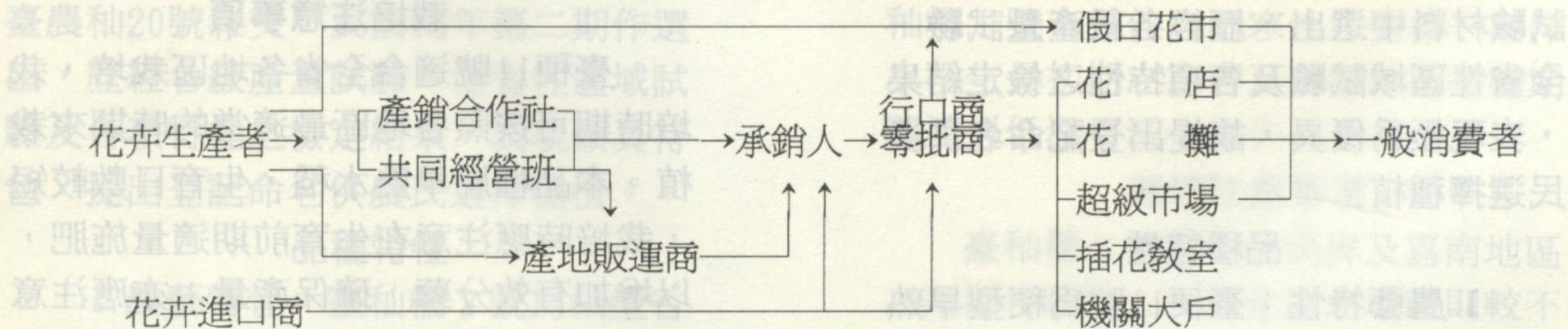


圖 2 外銷市場之行銷通路

