以三品農業航向國際的農業典範 羅弘奇

文 / 陳世芳 圖 / 羅弘奇

一、前言

當前許多輔導報告發現青年農民投入農業，以農家子弟回鄉承接家業成功率高於非農家子弟，這種說法在歷屆十大神農或是模範農民可以得到印證，尤其花卉產業由第二代承接比率相當高，原因可能是花卉產業屬於技術、資金密集的產業，44歲榮獲 2017 年全國模範農民的羅弘奇先生為后里區第二代花農，退伍後即回鄉與父母親種植契作外銷日本的劍蘭，隨著日本泡沫經濟而衰退，民國 85 年羅弘奇開始與父親思考，劍蘭是傳統花卉面臨收購量銳減、價格低迷的瓶頸，正值百合為市場崛起的新興花卉，觀察到市場上的百合切花，傾向姬百合、白色香水、葵百合、鐵砲百合等少數品種，毅然決定轉作同屬球根花卉的百合，初種植時對百合不熟悉，詢問當地同業多半只告知一半，直到遇到百合前輩王添榮先生，不藏私從整地、栽培、施肥、病蟲害防治逐一傾囊相授，尤其注重施用有機質肥料友善環境的觀念，打下農業經營的基礎。



羅弘奇班長致力於花卉產業的發展

二、經營情況簡介

羅弘奇班長，談起花卉產業眼中充滿專注與自信，二十多年來陸續投入百合與伯利恆之星切花與球根繁殖、盆栽百合生產等，陸續擴大生產規模至 10.94 公頃，市佔率達 50%。參訪荷蘭與國外花卉市場後，體認到「品種、品牌、品質」三品農業是花卉事業經營的根本理念，為掌握市場脈動，每 2 年即到荷蘭選新品種回臺試種，二十多年來陸續自國外引進上百種切花新品種進行試種，並請花店、花藝老師等選種，測試消費市場水溫，最高時曾種植多達 200 種百合。在經營上得以穩健紮實，生產技術與品牌行銷是成功的關鍵，而這 2 個強項他是如何努力做到的？



辦理台灣百合節活動


打造一座宛如仙境的伯利恆之星花田

(一) 生產技術

選擇種植百合以來不斷發現問題、解決問題，栽培之切花品種包含有 OT 型、薇薇安娜、羅賓娜、康卡多、曼尼莎、節奏舞者等之外，為帶給消費者耳目一新的感覺，每年自國外引進新品種保留 1 分地進行測試，選拔出多項適合臺灣氣候環境的品種，並與福爾摩莎園藝公司在園區辦理台灣百合節，與全國百合花農與愛花朋友分享栽培與選拔心得，將品種與行銷做完美的串連。初期花農對荷蘭引進之百合花種球生理特性不了解，球根經長時間冷藏將近半年，有些品種發生種植後生長遲緩或不易生長之障礙，因此詢問荷蘭花農，將百合發根技術引進國內測試使生產根莖比一致，與同業分享提高切花品質。並與農機廠商合作開發種球採收機，栽培上節省大量人力成本。也與產官學單位合作，研發可調節百合花產期之藍、白、綠不同顏色遮陰網、百合球根處理技術、伯利恆之星球根剖球繁殖技術、伯利恆之星球根發根技術、降低球根冷藏腐爛與提升抽花率之冷藏技術，取得業界標準之百合花網支撐桿專利，研發推廣種球採收及分級機，利用造霧系統投灑藥劑等技術，節省人工與降低生產成本。由於后里地區夏季不適合百合生長，為了銜接夏季農閒期，引進伯利恆之星切花種植 4.98 公頃，產量達 40 萬支，2007 年起經福爾摩莎及紅鉅公司出口到日本、澳洲、新加坡等地，產值已達 1500 萬以上。

(二) 行銷策略

“穩固內銷市場、進擊外銷市場” 內外兼具的行銷佈局，在內銷市場透過共同運銷、網路行銷、實體花店及花卉產業活動等多元行銷通路與傳播，讓承銷商事前直接預約訂貨方式，運銷至拍賣市場交易，自己可以達到滿意價格，買方可以確保貨源及到貨保證，保障雙方買賣權益。經由中華花藝協會提供百合產地產量資訊給各花店會員，增加購買力及供需資訊透明化，



應用不同顏色遮陰網調節花卉產期

確保花店會員穩定供貨，提高長期配合之意願，滿足供應鏈上下游關係之建立與維繫。創立網路花壇提供球根花卉愛好者認識與銷售小包裝種球，營運成熟後移轉成為中興大學學生交流平台。透過臉書及粉絲專頁成員包括花卉承銷商、花店、花藝老師等，推廣新品種產品訊息。近 3 年舉辦台灣百合節，協助展示所有試種切花及盆花品種，以及展示溫室百合品種栽培及設計，將新品種推廣給全臺百合花農及花卉消費者，提升產業形象及供應鏈品質，擴大百合產業之能見度與提升市場地位，增加消費量，配合宣傳 2018 台中花博及推廣花卉產業等活動。在外銷市場，建立「綵宏」花卉品牌，透過積極與貿易商合作開拓日本、東南亞及澳洲市場，增加國內百合及伯利恆之星切花的國際知名度。

三、結語

榮獲農委會 2017 年全國模範農民，肯定其對產業的貢獻，身為中臺灣花農的典範，經歷臺北花卉產銷公司董事、臺中市墩南合作農場理事及后里區花卉產銷班第 18 班長等職務歷練，目前也擔任后里區青農聯誼會顧問，以專業熱情協助花農解決百合及花卉產銷問題，對於青年朋友未來投入百合花產業語重心長表示，隨著消費趨勢改變，百合消費人口以中壯年族群為主，年輕族群喜好小型、單價低抑或是進口切花，近幾年百合切花年產量最高曾達 6,000 萬支之高峰，供需達到飽和狀態，因此投入花卉產業需掌握產業動態是基本功。回想當初從農時遇到貴人引導啟發，因此，極力建議青年農民選擇加入地區性青年農民聯誼會組織，可獲得創業資訊及跨領域互相學習資源，減少摸索與失敗。行銷面需建立國際觀打群體戰，來面對國際市場之競爭，百合產業已成立 i-LILY 跨區域之品種品牌行銷網絡，成員橫跨高中低海拔區域，錯開產期全年得以供應最佳品質產品，延續品牌價值，中肯地期許後繼者多看多聽多學習蓄積成功的軟實力。