

印度玫瑰花切花的出口策略

Bhadre Sambhaji Dnyandeo

印度 Flora Garden Pvt. Ltd. 總經理兼擁有者

前言

印度有豐富的自然資源和多樣化的農業氣候條件，因此全年在某些地區可生產許多溫帶花卉或熱帶花卉。通訊設施的改進促使全國各地增加了花卉的供應。花卉商業生產與行銷的活動，同時提供了成千上萬人優質的就業機會。事實上婦女的就業就有 85% 的婦女在自己的村莊找到工作。人類的文明沿著河岸發展，而我們的村莊座落於 Pawana 河岸，因此我們的玫瑰花農民合作社取名為「Pawana 文化農民生產合作有限公司」。目前我們有 71 位農民成員，玫瑰花的銷售量每年增加 15%，種植面積也不斷擴大。身為小農，我們深信「沒有合作就沒有希望」。

玫瑰花切花的生產

估計印度每年可生產 5 億枝玫瑰花。隨著自然資源的開發，如適當而多樣性的氣候，促使周年能有更多的花卉作物生產持續成長。勞動力成本低廉有助於降低生產成本，讓消費者以合理的價格買到高品質花卉，也提高了我們在出口市場的競爭力。包含玫瑰花在內的印度花卉市場，2023 年產值已有 2930 億盧比，預估在 2024-2032 年間將以 11.4% 的年均成長率 (CAGR) 成長。印度是玫瑰花主要生產國，占有全球重要比重，然而相對出口的比重很小。Karnataka 和 Maharashtra 州是主要產地。目前玫瑰花栽培面積有 3.9 萬公頃，而且農二代已在接手自家農場。有些以出口導向的單位則

聚集在西部的浦那 (Maharashtra)、南部的班加羅爾 (Karnataka) 與海德拉巴 (Andhra Pradesh)、北部的德里，並與荷蘭的技術合作。

我們每天生產 10 萬枝玫瑰花，所有品種皆來自歐洲著名的玫瑰花育種公司 (De Ruiter, Kordes, Tantau, Meilland and Rose Forever)。溫室商業花栽培模式始於 1990 年代。

採收後處理與運輸

為了確保鮮度，花朵會在採收後儘快包裝並運送到批發市場。玫瑰花先經預冷、分級、包裝後裝箱，並以空運方式運送。大多數花朵會在採收隔天完成裝箱，所有花朵在採收後立刻浸泡可麗鮮 (Crystal Clear[®]) 溶液中，接著進行嚴格分級、清潔，並以 10 朵一束包裝，平均每小時可完成 12.5 束。初級工人日薪為 500 盧比。政府也提供冷藏運輸車支援。許多出口導向的單位建有預冷室與冷藏庫，使花卉品質更佳，瓶插壽命更長。政府的花卉發展計畫中也包括在重要生產區建置可供合作使用的冷鏈設施，並鼓勵成立農民合作社與協會。

品牌保護品種

我們生產出口的玫瑰花須符合下列條件：莖長至少 50 公分，產量每平方英尺 120-140 枝，花蕾直徑 4-5 公分，花朵壽命 12-15 天。最受歡迎的品種包括：紅色：Top Secret，黃色：Soliar，粉色：Revival，橘色：Naranga，白色：Avalanche，以及雙色：Jumilia。其他商業品種還包括 First Red、Grand Gala、Konfitti、Raval、Tineke Sacha、Prophyta、Pareo、Noblesse、Virsilia、Vivaldi、Big Apple、Sweet Moment、Samurai、Bordeau、Aqua (無刺)、Nobles、Circus、Gold Strike 等。

我們支付受保護品種的權利金，分兩期繳交。權利金以 0.85 歐元為基準，數量越多費用越低。六個月大的芽接苗 (Pro 3 砧木)，

每株收費 20 盧比。種植後四個月開始收花。每年我們會試種 45-50 個品種，試種期限兩年。印度玫瑰花產業中國際著名的參與者包括 有：Shreurs、Moerheim、De Ruiter、Kordes、Rosen Tantau、Meilland 以及 Rose Forever。玫瑰花是全印度最主要供應花束與插花的切花，其他主要切花有：唐菖蒲、晚香玉、康乃馨、蘭花，最近還有百合花、非洲菊、菊花以及宿根滿天星等。

出口份額

雖然印度的玫瑰花產量高，但在全球玫瑰花切花出口的占比仍相對較低。近年來，印度的玫瑰花出口量有增加，但出口價格卻下滑。花卉出口貿易主要是玫瑰花，其他還有蘭花、唐菖蒲等。主要市場為歐洲（荷蘭、德國、英國）與日本。玫瑰花價格隨季節變動，年平均批發價格為每枝 0.45-0.58 美元。每年 11 月至 3 月（包含母親節畢業季）價格最佳，批發價可達每枝 0.65-1.00 美元。我們合作社的主要出口市場為荷蘭、澳洲、紐西蘭。

研究支持

多在農業研究委員會和科學與工業研究委員會的支持下，各州農業大學的園藝／花卉部門，以及全印度涵蓋 20 個中心的協調花卉改良計畫組織中，花卉研究正在進行。受到注目的作物包括：玫瑰花、唐菖蒲、菊花、蘭花、茉莉花、晚香玉、翠菊以及萬壽菊等。最近力推的研究有：作物改良、農業技術標準化，包括改進繁殖方法、植物保護以及採收後處理。生產技術，特別是栽培上的需求以及重要病蟲害的控制方法也被開發。

出口策略

在國內市場已趨成熟之際，我們聚焦於拓展尚未開發的出口市場，如東亞的臺灣、新加坡、以及日本。隨著冷鏈與物流基礎設施

的改善，栽培與管理成本上升，品質標準成了成長的壓力。加上國內與國際市場的需求增加，必需採用先進的栽培技術與溫室技術。我們事業的核心競爭力建立在有技術的勞動力與獨特的氣候條件——「天時、地利、人和」。這也造就了有利的相對低廉的生產成本（人力與未加熱溫室）。政府大力扶持每年引進新品種以提升品質與競爭力。同時，我們提供客製化包裝與彈性的簡易訂購流程，以及核心服務的重要部分。

結論

生活的美學的吸引力正契合一般消費與全球送花給朋友的潮流。出口市場對我們來說如同廣闊無垠的天空等待探索。這需要花卉科學領域各方的共同努力，唯有持續關注國際市場的需求，加強溝通並不斷提供優質品種，我們的產業才能不斷向前邁進，走向卓越。