

台灣的蝴蝶蘭，還有前景嗎？

台灣地區蝴蝶蘭產銷現況(下)

國立嘉義大學園藝系講師 / 劉黃碧圓

(接上期)

國內物流

(一) 產品種類及物流方式

1. 瓶苗物流：

由瓶苗生產者直接送至中大苗生產者或直接外銷出口。瓶苗生產者接受委託人生產瓶苗（實生苗或組培苗），每瓶有15-20株可移植之幼苗，生產完成後則送交委託人或送到委託人指定之栽培農園，一般生產者以40瓶裝為一箱（多為瓦楞紙箱）來運送，貨車為運輸工具，亦有使用冷藏車來運送。

2. 中大苗物流：

(1) 裝運：以瓦楞紙箱包裝，以25°C溫控冷藏貨車或普通貨車運送。

(2) 苗株規格：中苗外銷規格為2吋半盆，葉幅15-20cm，大苗規格為3吋半盆，葉幅25-30cm以上，裝箱後送至各港口（空運或海運如中正機場、高雄小港機場、台中港、基隆港、高雄港）；內銷者是以具有5片以上成熟葉之植株，即可出售或送往高冷地做催花處理。

(3) 外銷處理：外銷苗株因不同國家有檢疫規定，因此必須

做不同的包裝處理，如銷往美國、加拿大者，需將根部水苔去除並以裸根包裝；亞洲、歐洲國家則可以連盆帶水苔裝箱運送，可利用海運降低運輸成本。檢疫是外銷作業所必需面臨的問題，但檢疫標準常因不同國家而異。

3. 花株物流：開花株在物流行銷相當不容易，為使花朵壽命不受因運送過程之溫度變化太大而影響產品壽命及商品品質，裝運方式多以穴盤放置，花朵部位則使用不織布保護著運送。若為組合盆，業者僅以不織布包裹花朵部位加以運送，若委託宅急配者，需以紙箱包裝（見圖二、圖三）。運輸工具多以25°C溫控冷藏貨車進行運輸作業。由於消費市場較廣，花株行銷通路也比較



圖二 穴盤花株以不織布包裹花穗運送之情形

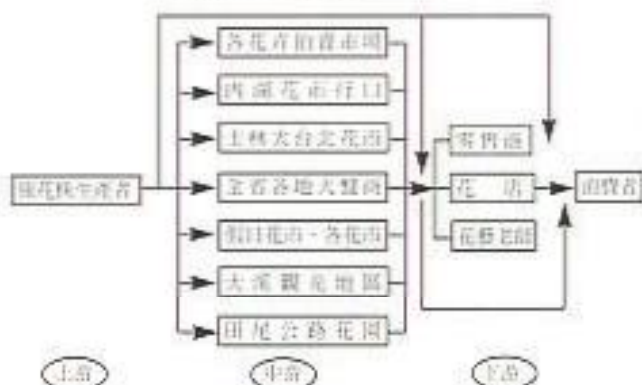
多，因此除單株產品外亦有組合盆成品之行銷通路；物流方式及售價因產品品質及實生苗或組培苗而異，說明如圖四所示。



圖三a 蝴蝶蘭組合盆以棉紙包裹花梗保護包裝並以紙箱包裝情形（日本埼玉縣モケギ洋蘭園）



圖三b 蝴蝶蘭組合盆以紙箱運送宅配情形（日本埼玉縣モケギ洋蘭園）



圖四 蝴蝶蘭花株物流流程圖

(二) 國內行銷通路

國內蝴蝶蘭產品有下列行銷通路，說明如下：

(1) 由生產者直接送至集散地，內湖花市、國內各地區花卉拍賣場、各地批發場、假日花市等→再批予花店、花藝老師等→消費者。

(2) 批發業者直接至生產地批購運回批售→花店、花藝老師、零售業、消費者。

(3) 生產者直接運至花店託售。

(4) 一般消費者可

經由花店、假日花市、批發場、花市等處購得產品。

依照產品之產銷流程則可區分成上游、中游、下游，說明如下：

(1) 上游：生產者自己運送或委託花卉生產合作社專車送往集散地，或生產者直接建立客戶群供應關係，長期合作的模式行銷。

(2) 中游：即透過經銷商，如各地花卉拍賣市場、內湖花市、士林大台北花市、大溪觀光園區、田尾公路花園、全省各地大中盤商、假日花市及各花市等。

(3) 下游：主要為花店業者，還有零售業及花藝老師。

市面花色品系分類（見圖五）

現有的蝴蝶蘭品種，已因許多專業的育種人員而大有進步，本省種類雜



純白花



白花紅心



粉紅花



大紅色花 (深紅)



淡粉紅花



黃花



黃花



斑點花 (白底紅點)



線條花



線條花



迷你白透紅



迷你紅花

圖五

多，目前蝴蝶蘭的銷售均以花色系統作為分類指標，消費市場則以花色作為區分，分成白花、紅花、黃花、綠花、斑點花、線條花等幾類。

(一) 白花：純白色花、白花紅心、白花紅臉頰。純白色花市場，以歐、日等國之需求較大，本省大都多以生產大苗供應外銷為主；白花紅心及紅臉頰花，國內市場漸增，但蘭農不敢大量生產，因消費者喜好仍有限。

(二) 紅花：粉紅色花、大紅色花（深紅）、淡粉紅色花。國人普遍喜愛紅色，生產數量最多，且經常應用於插花作品、會場佈置等，是市場的主力花。

(三) 黃花：純黃色花、黃花紅心。黃花之花期多於春末、夏、秋為其特點，可讓消費者多一種選擇，但市場不大；在荷蘭黃花蝴蝶蘭亦是所有蝴蝶蘭中銷量最少，但售價卻是最高。

(四) 綠花：綠花紅心，較稀奇，多以趣味者選購為主。

(五) 斑點花：黃底紅點、白底紅點，此類花較為臘質、花瓣較厚、樹架壽命長，亦為近年來的育種趨勢，唯花色受喜愛程度尚不普及，故生產量亦少。

(六) 線條花：白花紅條紋、紅花紅條紋。花瓣上花脈紋路明顯，很特殊，生產消費量僅次於紅花。

同時依花形可以進一步區分成大花、中型花、小花迷你型等，花形大小、花數多寡及花梗數的多寡，亦是評估蝴蝶蘭品質的重要指標。

結 論

這一兩年來，有許多人認為此產業似乎很有前景，因此不斷有新的生產者投入。若在毫無計畫的盲目生產下，即使種苗生產者能順利生產種苗，能達到成熟標準者均能順利售出，但未達標準品質者，往往捨不得淘汰，仍送往各地催花場，由於種苗品質較差，故無法產生優良的開花株，造成殺價求售之情形，屢見不鮮。此舉非但花賤傷農，並造成蝴蝶蘭價格整體下降，造成催花生產者無法獲得合理的利潤，進而壓縮種苗生產者的價格，也相對造成種苗品質無法提升，這些情況不斷地形成惡性循環；如此生態實非蝴蝶蘭產業之福。台灣蝴蝶蘭有今日之成績，完全仰賴產官學之通力合作，業者積極研發新品種，突破及創新產業技術，加上努力不懈的開拓新的行銷通路，將蝴蝶蘭的生產利用及行銷做極緊密的分工及結合，實屬不易。未來期望能建立產品的分級制度，使產品價格更合理化，必能提高國內蝴蝶蘭產品之品質，也更能開拓廣大的外銷市場，使產銷協調達到良性循環，台灣蝴蝶蘭產業才可能有更蓬勃發展的未來。



（本文內容經由愛蘭島園藝有限公司、善芳園、新蘭園、嘉義大學洪進雄教授等提供及指正部分意見，特此致謝。）