

攻佔東瀛的台灣火鶴花

台南縣六甲鄉花卉產銷班第一班

文圖 / 蔡麗萍 · 協助單位 / 行政院農委會農糧署



26

幾次到南台灣採訪，有許多農民異口同聲地表示，在台南縣六甲鄉有個火鶴花產銷班，創下很好的外銷成績。抱持著朝聖的心態，自省公路前往台南縣六甲鄉，沿著指示牌一右轉，即見高大的貨櫃車停放於寬廣的集貨場內，十來個班員接二連三以接龍的方式，自冷藏庫中合力把一箱箱紙箱送進貨櫃車中。環顧集貨場，從場內擺設皆是火鶴花看來，這兒果然就是傳說中成績斐然的火鶴花產銷班，不過，集貨場內卻不見班長莊竣欽。等候片刻，只見他帶著滿身傷回來，原來熱心的莊班長一大早幫班員載送有機肥，不慎跌倒受傷，忙碌完畢的班員們，此時紛紛圍過來關心他的傷勢，就在這場小型班員的熱鬧聚會中展開這次火鶴花外銷傳奇的訪問。

園藝專才，學以致用

班長莊竣欽畢業於嘉義農專園藝科（現今嘉義大學），曾任職於台南農業改良場，和多數農民一樣，莊先生也因為家裡長期務農而投身農業，由於具有園藝專長，對他而言，接掌家中事業並非難事，加上在改良場工作期間，學習到農業產銷班運作實務經



圖右為創下火鶴花銷售佳績的莊竣欽

驗，讓他對於世襲的花卉生產，有了新的想法與規劃。

莊班長說，原本家裡種植天堂鳥，民國80年，台灣火鶴花產業開始蓬勃發展，於是他投入資金，搭建設施改種火鶴花，民國86年成立六甲花卉產銷班第一班，初設班班員僅11人，生產的火鶴花都送到台北花卉拍賣市場，因品質佳、供量穩定，協商拍賣市場提供固定拍賣序號，省去了在拍賣場內的理貨時間，使拍賣的時間較早，價格較高，逐漸建立其品牌商譽，之後班員增加為27人，班內火鶴花栽種面積增為18公頃，班內生產的火鶴花佔全國總量的4~5成。

莊先生說，民國88年以前，產銷班曾經嘗試以空運的方式將火鶴花少



廣大的集貨場可同時容納2台貨櫃車

量銷日，不過因運銷成本過高，最後成果並不理想。民國91年，火鶴花改用海運輸日，創下出人意表的佳績，當年銷售量共計95萬把，隔年外銷數量成長為210萬把，也使台灣成為日本最大的火鶴花輸出國，市場佔有率高達6成，超越夏威夷(Hawaii)及摩里西斯(Mauritius)。

直到目前，仍維持每週出貨1個貨櫃，今年預計可出70個貨櫃，共計250萬把，產銷班出色的外銷成績也讓身為班長的莊竣欽榮獲90年度的神農獎。

火鶴產業，四個階段

對於火鶴花外銷時機的掌握及行銷策略的應用，擁有園藝專才的莊班長，自有一番見解，他談到台灣火鶴花的產業共可分為四個階段，第一階段自民國61年初為引進期，火鶴花剛由國外引入台灣少量試種，試種結果發生線蟲為害，因此沒有大量推廣；民國68~80年為第二階段推廣期，從國內引進的火鶴花試種成功，於民國72年時全國有8公頃栽培面積，但栽培技

術仍未成熟，品質無法與夏威夷進口品競爭，加上價格昂貴無法被消費者接受；到了民國75年，農民開始團結合作，不僅成立火鶴花聯誼會，也開始舉辦大型展售會，強力推廣火鶴花，直到80年，火鶴花已受到國內消費者的喜愛。民國80年至88年間，為國內火鶴花興盛期，因推廣有成，消費市場漸開，需求量逐年加多，栽培面積增大，為加強競爭優勢，農民紛自荷蘭引進不同花色及品種，隨著品種的多樣化，栽種的技術跟著扶搖直上，銷售量大增，火鶴花的價格維持高峰；民國89年全球經濟不景氣，國內部分工商產業外移，消費族群銳減，火鶴花市場漸趨飽和，農民所得利潤開始減低，逐漸朝向外銷市場的開發，火鶴花產業正式走入第四個階段。

周詳準備，攻佔東瀛

莊班長說，國內火鶴花產業經過多年的發展，至民國89年時，生產技術已經十分成熟，不僅供貨量穩定，品種也很多樣化，正是發展外銷最佳



內銷火鶴花包裝

→ 時機。不過，之前失敗的經驗，讓他這次不敢貿然行動，在開始外銷日本的前幾年，他逐步將產銷班種植的紅色品系，調整為日本市場喜好的花色及品種，如雙色、白色系等。除此之外，產銷班亦於民國91年接受台南區農業改良場輔導，改善採後處理及包裝技巧，以更進步的方法運輸。

莊竣欽解釋，以往採用的空運雖機動性高，運輸時間短，不過費用也較昂貴，每支火鶴為10元，而91年後改以海運運輸，其時間長，但運輸量大，運輸費用可降至6元；加上前者是採用每箱20支以上大包裝，易造成運輸過程中花朵的損傷，運到消費地，往往無法保證品質穩定，因此拍賣價格不高，農民利潤較低；後者則以10-12支一箱的小包裝，每支火鶴花都附上保鮮套管，雖然會因此增加一些成本，但因花朵耗損較少，拍賣價格提高。同年年底，申請政府補助及眾班員合資，買下現今位於省公路旁，一



外銷火鶴花包裝

次可容納兩台貨櫃車停放廣闊的集貨場地，增設預冷及包裝設備。

準備，以六甲花卉產銷班為名的高品質火鶴花，滿懷信心重新進軍東瀛市場。

品管嚴謹，多重檢疫

民國91年，六甲產銷班火鶴銷日成功，打開日本市場，為取得市場佔有率，產銷班所採用的行銷策略為穩定品質及供貨量，建立起品牌信譽，為求提高品質，從栽培管理、採後處理乃至運輸過程，都嚴格把關。為維持切花高品質，班內利用簡雙重水平網室、保麗龍長方盆，使火鶴栽培精緻化，每4年自荷蘭購進新苗更新母本。此外，產銷班為求供貨安定性，已建立班內外銷的作業標準流程，統一於每週六出貨，每週二、三開始採收，採收後實施保鮮處理，週四進行分級包裝及預冷，分級的標準可分為一級品及二級品，一級品為外銷品，二級品則是銷售到台北花卉拍賣市場。外銷品再細分成六級，其中特級品是5L，長度50公分，花直徑24~27公



日本消費者偏好白色品系

不論是硬體設備、技術上的改進或產品的調整，莊竣欽步步為營，為了外銷做好了萬全的

日本消費者偏好白色品系

分；最小的是M，長度35公分，花直徑9~11公分。

花鶴花經過嚴格分級後，每朵花都各別套上塑膠套，以防止貯運期間花苞失水或損傷，套袋後再把花莖插入裝水的套管中，最後依品種、品質、花徑大小分別裝入紙箱後包裝，再進行壓差預冷，每週五針對外銷產品先行抽樣檢疫，不合格立刻退回，再由海關派員二次檢疫，到而週六產品裝入貨櫃中，最後利用海運輸入日本東京，運輸時間為4-5天，自採收到送達日本市場進行拍賣，共費時6~10天。在嚴格品管、雙重檢疫及供量穩定的策略配合下，六甲產銷班生產的火鶴，在外銷日本的第2年，市場佔有率就達到60%。

全面改進，提升單價

聊起日本的火鶴花市場，莊先生說，日本境內並無生產火鶴，在台灣進入日本市場前，主要從夏威夷、摩里西斯及荷蘭等國進口，其中以夏威夷進口數量最大，如今受到台灣火鶴花的衝擊，價格下滑了15%，夏威夷距



火鶴花利用保麗龍長盆栽培

離日本較遠，必須採用航空運輸，縮短運輸時間，成本較高，價格必須維持在150~200元/支，才有利潤可圖，因此價格上不如台灣有彈性。相較



之下，台灣佔粉紅色系的火鶴花粉嫩可愛地利之優勢，距離日本較近，採用低成本的海運，拍賣價格若超過90元/支，獲利頗豐，價格彈性大，也影響了夏威夷火鶴花的市場佔有率。

對於下一步的目標，莊竣欽和班員們早已胸有成竹，接下來將從海運包裝技術的更新，解決夏季高溫造成火鶴品質下降的問題，依日本消費者的需求，供應耐熱品種或高單價品種，以提高銷售單價，增加獲利。擁有令許多農民欣羨的外銷成就，莊班長言談間並不特別引以為傲，他說，其實外銷和內銷都一樣，必須明白自己的競爭優勢，而後評估產業的變化，應用不同的行銷策略，增強競爭對手所不及的優勢，當產業走向蕭條時，才能化轉機為契機，化挫折為動力，永續經營農業。



台南縣六甲鄉花卉產銷班第一班

地址：台南縣六甲鄉中社村467號

電話：06-6983695