

產業分析專輯

文圖 / 蔡宛育、魏芳明

唐菖蒲產業競爭力分析

一、產業背景：

產業產銷概況及主要面臨問題

唐菖蒲 (Gladiolus grandadensis)

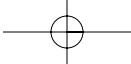
為鳶尾科(Iridaceae)球莖花卉之一，因葉形似劍，花形色澤可媲美蘭花，因此又稱劍蘭、福蘭。其原產地有兩大中心，一為地中海沿岸到小亞細亞，另一為中南非洲(杜，1959)，其原生種約有150-200種，其中除15種原產地中海沿岸、小亞細亞之外，其他均產自非洲，尤以好望角地區最多。唐菖蒲之栽培種主要可分為兩大類：大型種屬*G.grandiflorus*型，通常每一個球莖上長出單一花莖(Single flowering stem)株高可至2公尺，花穗不分枝，其花朵(floret)較大，可長至約30朵，小型種屬*G.nanus*型，每一球莖可產生多支較小之花莖(Halevy，



1985)。綜合各方資料1992年估計世界唐菖蒲栽培總面積9,000公頃，除荷蘭是單指球莖生產面積外，面積是日本的三倍，已可算栽培大國。其他各國是包括切花和球莖之生產面積，台灣唐菖蒲栽培為本省僅次於菊花的第二切花，民國九十年之栽培面積達到711公頃，年產切花12,121千打，供內外銷，經濟價值相當高。栽培地區主要分佈於台中縣后里鄉(面積為390公頃)，其次為彰化縣之溪州鄉、北斗及田尾鄉(面積為110公頃)、屏東縣74公頃、雲林縣69公頃。唐菖蒲在本省週年均可栽培，但夏季所生產的切花品質不佳，種球之生長與木子採收率皆差且高溫多溼，病蟲害多，故夏季種植面積較少，而集中於秋、冬季栽培。據研究唐菖蒲生育期適當光照約為1,000 J/m²，為克服秋、冬季栽培利用夜間電照處理提高切花品質，本省中部產地夏季日射量約為3620 J/m²，總日照時數215.76 hr，平均氣溫25.8°C，絕對最高氣溫33.26°C，總雨量124.4

mm，平均地溫(5 cm)28.3°C，(2002年3月至2002年7月)則有花莖過短、開花品質不良的現象。就生產成本而言，每公頃種球188,383~212,995個，佔生產成本之56.89~63.72%，為最主要的成本項目，人工費占18.95~24.13%，雖低於種球費，但因種球於切花採收後尚可回收66~85%，冬季生產成本及效益比較，以夏季生產最有利、春季最不利。唐菖蒲切花生產最適合的溫度為20~25°C，為克服台灣夏季高溫、強光及豪雨對唐菖蒲栽培之不利影響，利用遮陰技術有效降低因氣候環境變化所造成之品質不良情形，達到改善唐菖蒲切花品質，切花栽培採收，仍以人工為主，所使用的農機只有整地和作畦的耕耘機，不像荷蘭有球莖種植和收穫的機器，如要發展球莖生產，應引進農機。將有利於市場的銷售使農民獲得較高的利潤，使消費者得到較高品質的切花。

在台灣栽培唐菖蒲，不需要栽培設施。除了冬季寒流來時，為確保產品品質，或許可



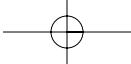
以塑膠隧道棚防寒外，不必像溫帶地方冬季切花生產仍要用溫室。因此，溫帶地方冬季生產唐菖蒲切花是不划算的。台灣唐菖蒲冬季生產成本，每支切花一、九三~二、八三元，而產地價格為二、六三~三、〇九元，至88年平均每公頃產量1,458,686支，平均每枝產地價4.05元，零售價格為十一~十二元。歷年來省產唐菖蒲切花外銷以日本為主要出口對象，銷日數量佔總出口量91%(民國67年~75年)，民國71年、72年銷日數量均降為1萬支左右，由於品質不佳，數量自73年後逐年倍增，75年已增至近400萬支，近5年已近700萬支。台灣唐菖蒲的切花，終年都有消費市場，不過冬季外銷日本，再加上過年使用較多，所以秋冬季是栽培旺季。內銷花卉方面，約50%以上供應大台北地區市場，20%左右供應中部地區市場，南部地區則佔15%左右，其餘產品則分散於全省各處之傳統市場、花店或假日花市。主要面臨問題：小農經營形態。缺乏企業化之資金，技術密集投入、農橫向合作之互信基礎薄弱，產品品管及行銷商品化觀念不足、缺乏自有優勢品種、整體

拓展外銷之規劃及行銷人員缺乏等等、進入WTO市場開放，中國大陸未來之潛在威脅、關稅調降，新興進口花卉種類，數量增加之市場替代等。



二、產業競爭力分析： SWOT分析

| 內部 | 外部 |
|--|--|
| 優勢(S) <ul style="list-style-type: none"> 1.氣候及地形。 2.穩定的內需消費市場成長率及切花市場導向成型。 3.具多年外銷之國際市場經驗，為國際花卉貿易出超國。 4.生產技術成熟，週邊支援產業發達。 5.生產者素質高，市場反應靈敏，機動性強，企圖心旺盛。 6.部分企業陸續投入花卉產業，資本、技術密。 | 機會(O) <ul style="list-style-type: none"> 1.鄰近世界三大花卉消費國之日本。 2.韓國及中國大陸市場未來之開發機會。 3.政經穩定，政府產業政策支持，產銷基礎建設已具雛形。 |
| 劣勢(W) <ul style="list-style-type: none"> 1.團隊意識不足。 2.產區分散、產品種類龐雜。 3.缺乏本省特有或本土化種類及品種。 4.技術支援不足。 5.產銷及消費資訊未能整合。 6.國際競爭。 7.外銷體系建制問題。 8.外銷花卉防疫技術。 9.外銷處理包裝技術待改進。 10.國外宣傳促銷工作待加強 | 威脅(T) <ul style="list-style-type: none"> 1.東南亞國家低價花卉產品之競銷。 2.大陸未來花卉發展之潛在威脅。 3.荷蘭花卉新品種種苗之控制及高級花卉種類之競銷。 |



三、產業發展檢討、定位及策略

(一) 檢討：

台灣唐菖蒲主要栽培品種，以進口為主，幾乎與荷蘭球莖生產品種變遷同調。國內以往並無育種工作，最近幾年中興大學、農試所以及台糖公司才著手進行。國外主要由種苗公司進行育種，也有大學和公立機構參與。新品種重視專利權歸屬問題，一般切花品種大都屬於老品種，比較沒有專利權利的爭議。

台灣唐菖蒲產業雖具多項優勢，但亦隱含諸多問題；如小農經營形態，缺乏企業化之資金，技術密集投入，花農橫向合作之互信基礎薄弱，產品品管及行銷商品化觀念不足，缺乏自有優勢品種，整體拓展外銷之規劃及行銷人員缺乏等等，加上進入WTO市場開放，中國大陸未來之潛在威脅，關稅調降，新興進口花卉種類，數量增加之市場替代，國內轉作生產切花面積可能也會急遽擴增，但受到農發條例通過，土地可自由買賣之影響，可能也釋出一部分農地，因此對切花產業之衝擊仍待評估，未來除應朝高品質、高單價的花卉生產以提高收益，另一方面降低成本及尋求生產差



異化，如此才能擺脫大陸及東南亞低勞工成本地區的競爭。

台灣花卉於產業國際競爭下，須善用既有優勢，對不足處，須加速調整因應，方能建立長久之國際競爭優勢。

(二) 定位：

1. 未來國內唐菖蒲產業，須發揮優質基礎，以國外消費市場為導向，鼓勵國內花卉消費，提昇產業競爭力。
2. 脫低成本、高經營效率及多樣化發展，提高產品品質及附加價值，健全產銷體系。
3. 對具外銷基礎及具外銷潛力品種，須加強產銷業界整合，建立規模經濟，提昇營運效率，並與外銷業者結合，專業分工，加強既有之外銷市場及新市場招銷。
4. 健全產銷體系，拓展內外銷市場。
5. 研發生產優良種苗或直接進口。
6. 利用夏季遮陰及冬季夜間電照技術提高切花品質。
7. 穩定現有大宗花卉生產。
8. 加強改進採收後處理及保鮮包裝技術，以增加瓶插觀賞時間及切花品質。
9. 產品定位清楚，充分瞭解市場加以開拓，以增加唐菖蒲的消費。

(三) 策略：