



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，另一為中非非洲(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三切花，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℃，絕對最高氣溫33.26℃，總雨量124.4

mm，平均地溫(5 cm)28.3℃，(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℃，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，應引是種農機。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、花農橫向合作之互信基礎薄弱，產品品質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) 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) 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) 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) 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，產品品質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.朝降低成本、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拓銷。

(三)策略：

- 1.擴大產業規模，輔導專業、企業經營。
- 2.加強品種選育改良，促進產品多樣化，以增加唐菖蒲切花之競爭力。
- 3.鼓勵花卉消費，建立用花文化。
- 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.穩定現有大眾花卉生產。
- 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。