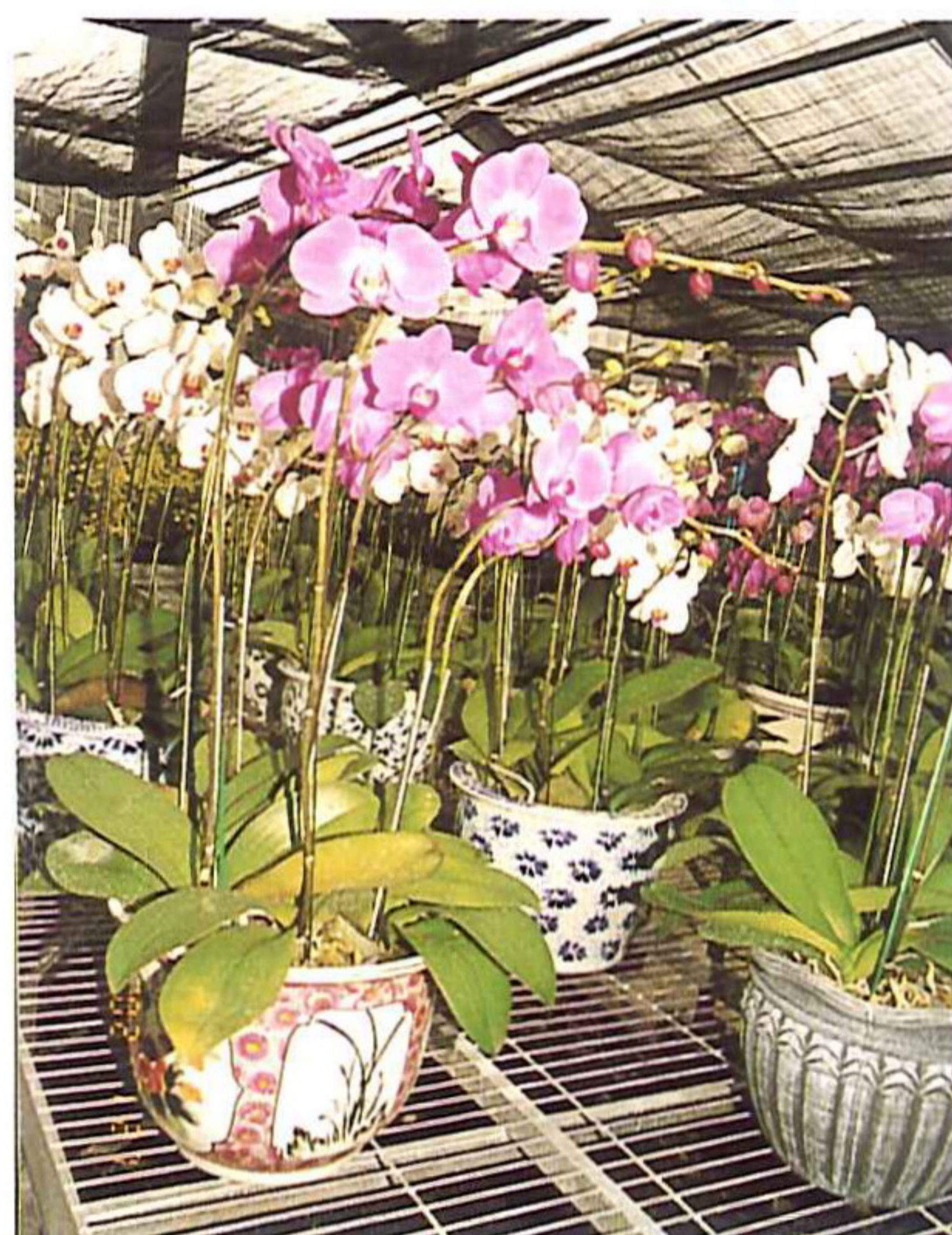


台東區

蝴蝶蘭之產銷 及其展望

林國榮



在蘭花世界中，被譽為「蘭花之后」的蝴蝶蘭，是一種非常高雅且人見人愛的蘭花，它的花形遠遠望去，猶如一群飛舞的蝴蝶，因此被命名為「蝴蝶蘭」。

栽培蝴蝶蘭的區域必須要有30°C以下的暖溼氣溫，同時要有15°C以上的低溫，超過此範圍就必須要以昂貴的溫室設施加以控制。由於台東區具有蝴蝶蘭生長的獨特環境，是蝴蝶蘭主要原產地之一。蝴蝶蘭的栽培過去都是趣味性的栽培，近年來由於栽培管理技術的改進及國民生活品質的提高，已有相當規模的企業化栽培。

原生種之蝴蝶蘭更廣為育種家所偏好，且台灣原種蝴蝶蘭分佈於本島台東及蘭嶼山

區。民國71年5月又被選為台東縣花，更提高其知名度，蝴蝶蘭在國人的心中已佔有一席之地。因此，前景相當看好，值得大力推廣。

蝴蝶蘭之經營概況

本區蝴蝶蘭業者之栽種規模都不大，近些年來雖有企業化經營情形出現，但仍屬少數，依據統計，目前台東養蘭業者多分佈在台東及卑南等地區，總計本區有關養蘭業者有12家，栽種面積共約98,393坪其中以台東糖廠蘭園及。平均每家經營只344坪，以專業生產規模而言，並不符合經濟效益，如要外銷，在產量供應上也難達實際需求。

生產成本及收益分析

由於台灣栽培之蝴蝶蘭多在秋末抽梗，至翌年春天

始開花，花期自然集中於4-6月，而此時正值梅雨季節，夏季高溫、颱風等因素影響亦甚大，所以本省在栽培蝴蝶蘭時均需要某些生產設備予以保護（如蘭房）；此外，蝴蝶蘭是屬中長期作物，故在經營投資時，常需花費一段時間方有收入，通常於前一、二年並無回收，三年後始具有收入。因此，將其有關的基本設施及生產費用作一簡要的估算，以供未來經營者之參考。



- 成株：一坪3.5寸盆可放175盆，育成率8-9成，故成株一坪可收140盆
- 價格：A級一盆70-60元占全產量60%，B級一盆40-35元占全產量40%
- 總收入：一分地=2,499,000元（255坪*140盆/坪*70元）
- 種苗費：214,200元 種苗一瓶25株，市價120元，一分地須1,785瓶
一分地（175盆*255坪÷25苗株/瓶*120元/瓶=214,200元）
- 材料費：163,965元 栽種期從出瓶到出售須14個月，共需換盆3次，栽種介質為水草
 - 盆價：1.5寸/0.2元，2.5寸/0.3元，3.5寸/0.6元，水草材料：1.5寸/0.5元，2.5寸/1元，3.5寸/1.5元
 - 一分地材料費（643元*255坪=163,965元）（14個月）
- 肥料費：3,456元 一年施肥4次/月*12月*（0.6元/克*120克）=3,456元
- 農藥費：8640元 一年噴2次/月*12月*（30元/克*120克）=8640元
- 工資：223,999元 長工28000*14個月/3分地=130,666元 } 一分地須
臨時工20,000*14個月/3分地=93,333元 } 22.4萬元
- 地租：一分地20,000元
- 溫室造價：225,000元 一分地300坪*15,000÷20年=225,000元（450萬/20年）
- 電費：19,026元 300坪*4.53元*14個月=19,026元
- 水費：13,188元 300坪*3.14元*14個月=13,188元



蝴蝶蘭之產品型態

目前市場上交易的蝴蝶蘭產品，分為瓶苗、中、小苗及盆花。

1. 瓶苗：以人工交配或組織培養的方法，使幼苗在三角瓶內生長，前者謂之實生苗，後者謂之分生苗。平均一個三角瓶內裝有30—35棵幼苗。有台灣自行培養的，亦有將品種運往國外（如泰國）切片者。一般進口瓶苗在海關檢查後，會有認定標準不同的現象發生。

◎中、小苗：將瓶苗自三角玻璃瓶內取出，移植於中、小盆之介質上，成長為小苗、中苗。介質一般有薇根、蛇木、水苔、樹皮、泥碳、真珠石、蛭石、保麗龍碎片等，多數的介質是由國外進口，進口關稅在15—35%。

◎盆花：為產品的衍申功能—欣賞或禮物在市場上交易。目前台灣的趣味栽培者，人數約有2萬人，以比賽盆花為樂，由全國蘭藝協會評審。參加者以充實得名為目標，其花稱之“比賽花”，而不能參賽的花，則稱之為“淘汰花”或“菜市仔花”。

◎切花：是指花開時切剪當

燃料費（煤油）：21,150元 300坪*23.5*3個月=21,150元

說明：

1. 溫室一分地（300坪），以利用率85%計算，有效使用面積為255坪。
2. 業者經營以出售盆花為主；而切花市場小，已無經濟效益。
3. 溫室造價（標準強化溫室）一坪15,000元
一分地：300坪一分地溫室造價：300*15,000元=4,500,000元。

支出合計：912,624元。

毛利：1,586,376元

商品交易之花，又稱“消費花”，一般不易保存，故注重其採收、新鮮度及瓶插壽命。

消費者花色需求

發展以外銷為主體的蝴蝶蘭產業，必須注意消費國的花色以及品種，例如日本的蝴蝶蘭切花，幾乎全以素色的大白花為主，約佔70%以上，其他粉紅色的佔15%，白花紅心亦佔15%；而荷蘭市場，白花系約佔55%，紅花類佔37.5%，白花紅花僅佔7%

，粉紅花占0.45%，因此在兩大主要銷售國家的花色仍有其差異性。而國內蝴蝶蘭的需求則一向以紅花類為主

，白花類則視為禁忌，所以生產者在考慮生產品種時，需針對各銷售地點之消費者需求進行分析，以便瞭解市場的需求情況。此外，若能夠提昇消費者的精神生活，則在花卉上的花費必能提昇。

內銷價格之變動

內銷價格之變動，因常受到產期季節性的影響，一般在盛花期3、4、5月時，價格下降，以盆花言，每盆約在100—150元之間，六月之後價格方上挺，直至年底達到頂峰，此時每盆約200—250元之間，農曆春節過後再下跌，如此形成一循環。而繁殖方式，一般多用無菌播種或組織培養無性繁殖。瓶苗移植出後約一年到一年半方有部分植株開花。



主要消費市場之行銷型態

1. 花市：此為最普遍，也最為消費者接受的一種行銷方式，由花販或蘭園業者在某些固定日子聚集，以攤販的方式展售，由消費者自行選購，此以台北建國假日花市為典型代表。

2. 展覽會：由於近年來常有大型的國際展覽會在國內舉行，屆時來觀看的不是國內的消費者，國外一些蘭業者也會來參加，因此會場設立花卉販賣的攤位，提供生產者展售，故在此類展覽會上常能吸引大量的國內外消費者，這類展覽會可以每年的台灣國際蝴蝶蘭大展為代表。
3. 消費者親自到蘭園購買：如此消費者可根據園內所有的蘭株來選擇他所想要的，可供選擇的苗數也較多，故較一般花市受消費者歡迎，但由於許多蘭園有許多的限制，所以並不是所有蘭園都會開放供一般消費者選購。
4. 蘭園間相互的交易：主要交易在於瓶苗方面，因為某些蘭園握有對市場具有吸引力的母株，故別的蘭園要種這些母株的子代，只能向這些蘭園買瓶苗，但普通蘭園互買中苗及小

苗也是司空見慣的事，故這也算一種中間消費型態。

5. 出口商：指有能力銷售蝴蝶蘭產品至國外者，現有兼營花卉出口貿易商。
6. 拍賣市場：提供場所供買賣雙方大量交易。
7. 產銷合作社：指蘭園透過農會或合作社所組成的組織，如花卉產銷合作社、合作農場。

由上述消費市場中得知，要吸引花市中之花販至各蘭園大批選購花卉，然後銷售至市面上。

展望

1. 設立花卉拍賣市場及批發市場：在此公開、公平的交易下，必能使花農收益獲得保障，且可保護花卉的品質，同時外國商人也可直接至產地拍賣市場收購，有助於外銷市場的擴展，且可達到產銷均衡之作用。
2. 降低航空運費：為擴展外

銷市場，航空運費之降低是必需的，否則多數的出口額耗費在運費上，如此將會削弱我國蘭花場之競爭力，故而政府實有必要重新檢討國內之航空運費。

3. 設立國內外市場情報系統：我國目前有關蘭花市場情報之來源，大都由客戶或報章雜誌而來，有關專業性之市場調查資料非常缺乏，致使業者利用時常不便。故為使業者能正確的掌握行銷決策，完善的情報系統是必需的，且為使能迅速開拓國外市場，更需有國際性的花卉市場商情，因此國內外市場情報系統的設立是必要的。
4. 保鮮技術的改善：國內之運銷時間較易控制，因此在保鮮處理上較無問題，惟在出口時所遭遇的通關，檢驗等關卡，常會影響到其鮮度，嚴重時常會加大成本，因而在擴展外銷時，保鮮技術亟需改善。
5. 養花、賞花、愛花之消費心理應予提升，以促進消費需求，求並輔導蝴蝶蘭銷售策略，如花店經營輔導：提供各種賞花組搭配技巧，提倡插花藝術，善用客戶資訊如出生年月日，喜愛顏色，以加強送禮之促銷需求。
6. 仿日本作法：利用三商或全省7-11之連鎖店為配銷處。目前台大蘭園等也提供蝴蝶蘭目錄及價目表，供客戶選擇。

