



# 第一章 產業發展與產銷現況

洪惠娟<sup>1</sup>、魏芳明<sup>1</sup>、郭瓊榛<sup>2</sup>

<sup>1</sup>台中區農業改良場 <sup>2</sup>農糧署

國蘭是由蕙蘭屬中的建蘭(或稱四季蘭)、報歲蘭、春蘭、寒蘭與九華蘭等植物所組合成的一個產業上的統稱；原生地分布在中國、台灣、韓國與日本等地區，所以也稱為東洋蘭；這類植株株型、花型較小，與大花型的虎頭蘭區別，又稱為小花蕙蘭。

根據2009年海關統計國蘭出口總值約2.6億元台幣，佔台灣花卉出口值7%，為出口產值排名第二(僅次於蝴蝶蘭)的產業，韓國為主要市場，比例達9成以上，產品為單價數元至數百元之平價品種，每年出口數量約1千多萬芽。以下將就產業發展歷程、產銷現況做一簡要介紹，並針對產業未來提出幾點建議。

## 一、產業發展歷程

國蘭這類的植物雖然長久以來在中國的詩詞、繪畫中扮演著重要的角色，卻只是士紳間業餘的娛樂，未曾形成產業。產業化的發展是由台灣開始，早在日本治理台灣時期，山採蘭花買賣與栽培就成了農民農作之外的副業，產品以低廉價格賣至日本蘭園，此時也有另一個高價蘭花市場醞釀著，在二次世界大戰期間整個產業停頓許久，隨著戰後經濟逐漸復甦又開始回復，1960年代特殊線藝植株的買賣獲利豐厚吸引大批人力與金錢投入山採蘭花的行列，1970-80年代高價茗品一芽動輒數十萬、數百萬，當時每個縣市均有國蘭協會成立並且經常性的舉辦活動，然而昂貴的價格與轉手間豐厚的獲利同時也引發許多社會問題與負面報導，使國蘭產業在社會上形成炒作、暴利的印象，最後導致高價藝蘭的

市場逐漸沒落。

然而平價的台灣原生國蘭外銷日本依然默默持續著，1970年代隨著韓國市場興起、日本對品質與檢疫要求提高，貿易商逐漸轉而經營韓國市場，1980年代後期台灣野生蘭花資源枯竭，貿易商自中國引進野生國蘭於台灣蘭園種植後再出口，由於保育自然資源的意識提高，1990年代初期野生蘭進口終止，存在台灣各地栽培場內具有良好性狀的植株便以分株方式大量栽培供應市場。

早期平價國蘭栽種於果園空地上，藉由果樹的樹蔭避免陽光直射，種植方式相當粗放，由於國蘭的根系需要疏鬆的土壤，陽明山區便成為國蘭的栽培重鎮，隨著地方產業的改變，產區轉移至全台各地，並改為遮陰網室下盆植方式，而逐漸形成今日規模。

## 二、產銷現況

國蘭栽培由北至南到花東地區均有，惟大多種於山區或坡地故栽培規模普遍不大，目前較集中之國蘭外銷產區為台中縣、南投縣、嘉義縣及高雄縣。因尚無針對國蘭之專案產銷調查報告，依農糧署統計各鄉鎮蘭花作物種植面積來推估，目前國蘭的生產面積約於70公頃~100公頃。栽培品種多達70-80種，各蘭園栽培品種選擇因氣候條件與目標市場而有差異，以目前出口至韓國之主要品種鐵骨素心為例，栽培地以嘉義、高雄等南部地區為主；以韓國市場為目標之蘭園栽培的品種為鐵骨、馬耳、天香、彩虹、玉花、山川、大勳、太平洋、寶山等；若以大陸市場為目標則以春蘭、九華蘭為主。

國蘭栽培多於雙層遮陰的網室下進行(圖1)，一般外網為固定式，並延伸至側邊以阻隔斜照之陽光，亦有延伸至地面可兼作園區內外之區隔，內網採活動式可依天候、季節進行調整，遮光率外網60-80%、內網50-60%。栽培介質眾多，單一種類或混合2-3種材質均有，早期以碎石、蛇木屑為主，前者因單價持續升高、十分笨重不利於田間搬運與操作，廢棄物清運亦不甚方便，後者則因禁採，數量少而售價昂貴，故兩





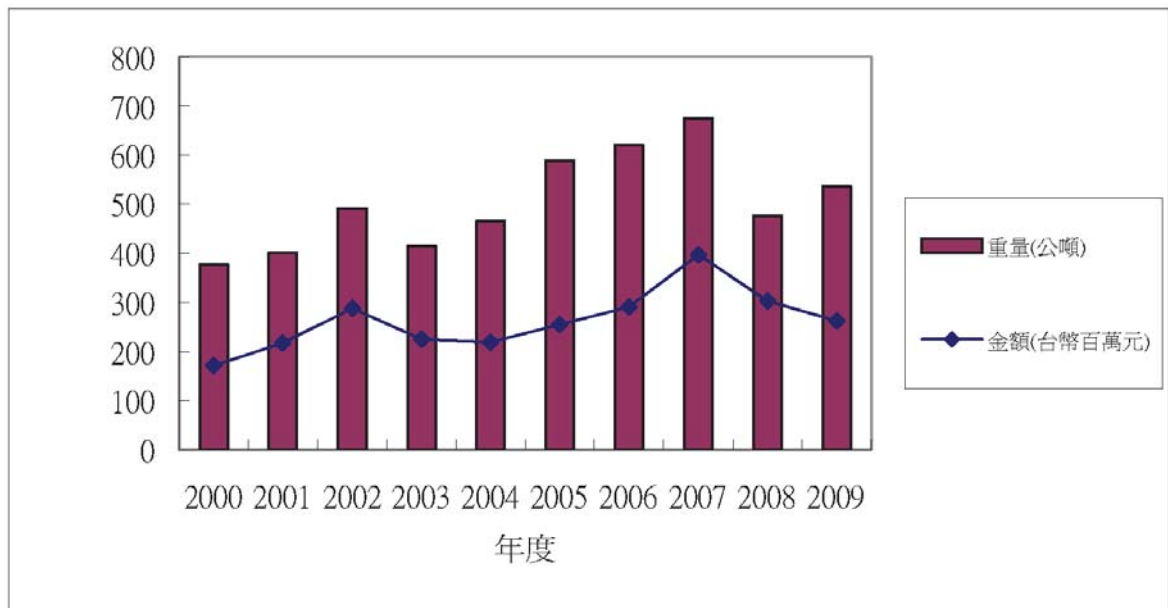
者已漸漸為農民淘汰。省產花生殼逐漸成為主要栽培介質，單獨使用或與碎石、椰塊或樹皮等混合使用均有。

產品以外銷為主，內銷尚屬少量，圖2為2000-2009年國蘭外銷金額與數量，金額約維持在新台幣2-3億元，數量約1千多萬芽。韓國為主要市場，9成以上銷往韓國，除韓國市場外，日本、香港及北美亞裔移民較多之區域等都有零星出口，近年來中國逐漸成為國蘭另一個重要市場。



圖1：台灣國蘭栽培場

圖2. 2000-2009年國蘭外銷金額與數量



(資料來源：關稅總局網站)

經營韓國市場的貿易商有11位，每位貿易商有固定合作的韓國進口商，主要採取裸根空運方式進入韓國，其中少部分直接進入拍賣市場與零售市場，大部分進入韓國農場(圖3)，種植後陸續催花(圖4)再供應至拍賣市場(圖5)與零售市場(圖6、圖7)，出貨後農場的空床則由台灣進口的種苗填補，因此除了夏季高溫期損耗率較高的時間外，幾乎全年無休，又以9月至翌年2-3月為出口作業最繁忙的時間，4-6月新芽尚未長至可販售的規格，農民通常不願出售而此時韓國農場需求種苗最殷切，價格波動較大。四季蘭約佔出口總量7-8成，其中鐵骨素心佔1/2強，山川報歲約佔出口總量10%，其餘報歲品種總合約在10-20%之間。韓國市場喜好葉片挺直的品種，並有朝向小型化的趨勢。



圖3：韓國農場之國蘭栽培情形  
(張耀乾老師提供)



圖4：國蘭於韓國農場催花後之抽梗情形(張耀乾老師提供)





圖5：韓國拍賣市場交易情況（張耀乾老師提供）



圖6：韓國零售市場等待銷售的國蘭產品（張耀乾老師提供）



圖7：韓國零售市場國蘭產品包裝情形（張耀乾老師提供）

中國近年經濟發展迅速，消費能力提升，高價國蘭市場蓬勃發展也帶動了平價國蘭的消費，以陳村為集散地，供應中國各地。南方各省有多處大規模栽培場，並積極吸引台灣農民投資栽培，主要品種為山川、日向、太平洋、吳字翠、彩虹、金絲馬尾、鐵骨素心、天香以及雜交品種，平價品每盆單價約20人民幣，高價品單價約300人民幣/盆。除山川報歲計畫外銷韓國外，90%以上內銷大陸年節市場。受到中國廣大的內需市場吸引，已陸續有台灣農民進入中國投資設場，也有專事跑單幫形式將中、高價位國蘭由台灣帶至中國，或以貨櫃將不符韓國市場規格之國蘭運至中國。由於中國市場尚未建立一套公開拍賣的制度，交易數量、金額等資料亦付之闕如，利用跑單幫或小三通模式出口之數量均只能由業者估算並無實際數據，中國海關在檢疫或通關的規定與執行方式都會影響產品輸往中國後的商品價值，包括市場調查、交易方式、檢疫或通關方式都將是國蘭產業是否能成功開發大陸市場的關鍵。

### 三、產業發展建議

國蘭的生產與銷售均以外銷為導向，如何穩固這個產業並使它茁壯，在此針對產業現況提供幾點對產業未來發展的建議。

#### 1.市場調查

國蘭是一外銷為導向的產業，市場集中於韓國是這個產業最大的隱憂，雖然中國市場近年正逐漸興起，但缺乏市場的基本資訊，又韓國市場經過20多年的經營已達到穩定，95-98年輸出韓國數量約在1400至1700萬芽，若未開拓新的市場而貿然鼓勵農民大規模增加生產面積，唯恐發生供過於求進而削價競爭造成產業危機，因此最好能委託專業團隊進行台灣產業現況、現有市場與其他市場的調查，透過對產業現有量能、市場需求量、市場喜好、交易方式與通關檢疫等項目的了解，進而規劃市場開拓方向、生產品項、生產方式、育種方向等。

市場調查不論對於現有市場或待開發市場的經營與開拓都有其重要性，透過長期而持續的市場調查可以了解各市場的消費習性、喜好





以及演變，尤其是制定生產計劃更需參考市場調查的資訊。市場調查具有其專業性，團隊中必須包含具生產、行銷、規劃等專長的專業人士，透過他們對國際市場與台灣產業現況的調查、分析與規劃，可以找出潛力市場，針對潛力市場訂定短、中、長程的計畫，規劃完整而有效率的產業策略，同時根據調查分析的結果靈活調整。

## 2.組織整合

台灣農業以小農形式為主，國蘭也不例外，尤其國蘭設場栽培1分地動輒百萬元的投入成本，又需將近2年方能回收，因此一般多為兼差性質，由親朋好友引薦加入生產行列，獲利後再陸續投資擴場，生產品質良窳差異很大，產品販賣也是透過介紹由中間商或貿易商收購，很多資訊並不是公開或容易取得的，由國蘭產業發展歷程看來，不論生產者或貿易商獲利率都降低很多，如何在這樣的市場狀況下持續獲利，必須掌握許多重要訊息譬如消費市場對商品規格、品種的需求、栽培管理技術、病蟲害診斷等等，基於這樣的需求中部幾個鄉鎮的農民組織產銷班並定期聚會，聚會中除班員交換栽培心得外，也會邀請貿易商就市場現況、分級標準加以介紹，或邀請農會宣導補助項目、提供採購協助，或邀請試驗研究單位進行病蟲害診斷分析，不定期辦產區觀摩，不但班員間可以互相交流，更能了解市場需求、透過共同採購降低成本、掌握病蟲害情況加以有效防治。可見一個組織健全、運作得宜的農民團體或組織對產業是有助益的。

在台灣加入WTO之後，自由貿易是政府必須堅守、不能干預，因此許多貿易的問題必須由生產者以及貿易商自發性的、共同的解決。由於單一農戶的力量過於薄弱，除了產銷班的設立外，若能成立地區性或全國性的生產者組織，集合眾人之力將比單打獨鬥能更有效反映意見與需求，也更能有效解決產業問題。透過全國性的生產者組織將市場調查資訊轉換成生產計畫、制定產品規格、建立標準化生產模式，將生產品質規格化、統一化是產業國際化的一項重要手段，唯有如此才能開拓除了韓國、中國以外的市場，這是因為國際市場訂單往往量大且長期，蝴蝶蘭的貿易經驗便可做為參考，訂單可能單一品種

一百萬苗分成幾次出貨，每次出貨量數十萬苗，就台灣的產業型態會面臨到單一品種全台蘭園根本就達不到訂單所需的量，造成無法接下訂單的情況，如何整合台灣國蘭產業，對於開拓市場將是一個很重要的課題。

一如台灣的農業生產形態，貿易商單獨的力量在國際市場上仍顯得十分薄弱，以往貿易商想要開拓韓國以外市場常感到力有未逮，若能整合成一個貿易商組織或加入現有的組織例如台灣區花卉輸出業同業公會等，應該是不錯的選擇。台灣區花卉輸出業同業公會定期出版「台灣花訊」雜誌，介紹市場預測、交易行情、主題性介紹各國花卉生產現況、國際展覽動態等，同時與台灣區花卉發展協會等組織合作協助廠商組團參加國際展覽，推銷台灣生產的花卉。若能充分整合，將有機會建立台灣花卉的品牌進行國際行銷。

團體的力量有利於與消費市場的溝通，以目前市場需求趨向小型化為例，可以透過育種與栽培技術來達成，育種需要長久的時間但為根本解決方法，栽培技術則每個農戶巧妙不同，因此在栽培及貿易都引發許多問題，檢視國蘭產業產地與市場都很單純，如何在產品分級達成共識，有賴生產者與貿易商審慎思考並和消費者建立良好的溝通以達成協議。

### 3. 建立標準作業方式、生產專業分工

依照栽培現況建立一套適合台灣各產區適用的生產標準作業方式仍有困難，首先是品種太多，每一品種對氣候、水份、肥料以及病蟲害敏感性不同，其次各產區微氣候差異性大，以現有網室栽培方式，很難有一套固定的管理方法，正因如此產量與產能難以提升。以蝴蝶蘭為例，荷蘭的公司建立一套栽培標準並挑選出適當品種，在銷售種苗時也提供生產技術指導，甚至生產設備整套銷售，依照這一套栽培標準可以生產出品質均一的產品，使荷蘭取代台灣成為蝴蝶蘭出口第一的國家。可見標準化的栽培方式對產業規模的擴大不可或缺，品質均一更是邁向國際市場的必需條件，同時也要認知穩定均一的中等品





質比不穩定的高品質更加重要。

為建立一套標準作業方式有許多工作必需進行且耗費相當高的成本，蝴蝶蘭的栽培模式建立正是由於台糖公司的投入才獲致成功，綜觀國蘭產業單一農戶都無法承受，如何整合團體的力量或向外尋求支援需要凝聚產業的共識。

依照成本概念看來，設施的周轉率越高則固定成本的比例可以降低而增加獲利率，現行的栽培制度以分株方式進行生產，種苗品質相當重要，好的種苗生長活力旺盛、病害發生率低，反之則生長遲滯、病害蔓延嚴重，因此部分農民採取自行留種的方式，但多數還是會與其他農戶流通品種，相對就有較高風險。自行留種具有病害風險降低的優點，但在有限的栽培空間中必須保留一部分作為種苗生產用未必合乎成本，因此專業育苗場有存在的必要性。新品種的育成需要優良的親本，早期經營高價藝蘭的農戶保存的優良品種即可作為育種材料，再透過種子播種、後代選拔，可育成有市場潛力的新品種，再由專業育苗場生產健康種苗供應農民種植，而形成一個專業分工的生產流程。