

時，由於不知病因，隨即至本場請益，希望能藉由本場專業的育種技術，協助解決草莓新病害之發生。目前呂先生準備功成身退，但他也對未來內湖草莓產業提出建言，他認為台北市內湖區觀光草莓園主要分布於碧山路及大湖街二條山路周邊，但目前主要觀光景點如白石湖吊橋、碧山巖及森林步道等都集中在碧山路一

帶，而大湖街附近則無觀光遊憩景點，觀光人潮較少。因此，他期盼未來可增加大湖街附近觀光景點之規劃，並將觀光景點串聯，將有助於帶動內湖區整體草莓觀光遊憩人潮。呂先生對於草莓具有一份深厚的情感，他由衷希望未來草莓產業能再日益茁壯。

104 年聖誕紅產銷檢討座談會紀實

台北分場 助理研究員楊雅淨 電話02-26801841

為檢討103年全國聖誕紅盆花生產及銷售相關問題，並研商104年聖誕紅盆花產業發展方向，本場於3月17日舉辦聖誕紅產銷檢討座談會，邀請農糧署、中華盆花發展協會、台灣區花卉發展協會、北中南之主要批發市場、種苗代理公司及聖誕紅生產業者與會，並由廖場長乾華親自主持會議。會議中由中華盆花發展協會報告103年產量分析，台北花卉產銷股份有限公司、臺北花木批發市場、台灣區花卉運銷合作社及高雄國際花卉股份有限公司則分別說明103年區域花市銷售狀況，本場也針對生產技術提供檢討與建議，並簡要介紹「植物品種及種苗法」之內容，獲得與會業者熱烈回響。

產量統計結果指出，103年聖誕紅盆花產量約1,304,200盆，較102年增加55,100盆，其中苗栗縣增產55,350盆，南投縣增產34,000盆，桃園市則減產34,250盆；各產區桃園市、苗栗縣、南投縣及宜蘭縣三星鄉產量分別佔總產量之34%、39%、24%及3%；生產規格以3寸及5寸盆為大宗，分別佔總產量45.5%及46.3%，6寸盆及7寸盆則合佔7.5%，另有1尺盆及樹型等商品。各區域花卉市場103年聖誕紅交易

量分別為台北花卉產銷股份有限公司290,997盆、臺北花木批發市場60,568盆、台灣區花卉運銷合作社35,413盆及高雄國際花卉股份有限公司63,156盆，各個花市均以3寸盆交易量為最大宗，為5寸盆之1.5~1.7倍；交易均價方面，由於業者對6寸及7寸盆之生產數量自主性縮減，且品質佳，促使交易均價分別提升6.3%及14.6%，其餘規格則與往年差異不大。整體而言，103年聖誕紅產量平穩，交易均價僅以6、7寸呈現成長，倘若品質表現穩定，未來可望提升整體價格。

103年聖誕紅產業持續面臨氣候變遷及病蟲害肆虐等衝擊，尤其在7-9月之連續高溫逆境下，各主要產區均發現生育障礙之情形，包括插穗產量減少、傳染性與非傳染性根系病害大規模發生、植株生長停滯、盲芽、停心及狹葉化等，就本場觀察及試驗之心得，建議生產業者改善設施、選擇耐熱品種及改良栽培操作等策略，可望減緩高溫逆境之衝擊。近來，盆花產業屢見植物品種權相關之爭議，透過「植物品種及種苗法」及案例介紹，增進聖誕紅產業鏈上、中、下游對品種保護的觀念，並引起與會業者熱烈討論。

座談會中產銷業者踴躍發表對聖誕紅產業發展的看法，並延續至會議結束後的茶敘時間，討論重點歸納如下：

- 一、強化行銷及拓展通路：現階段聖誕紅產業再升級之關鍵在於行銷策略運用及新興通路拓展，104年規劃針對特殊通路開發專用小品盆花商品包裝樣式，隨附詳盡的製造與使用說明，並結合實體展示或評鑑活動，以及網路、媒體等資訊曝光，期望增進消費之主動性、便利性、教育性及延續性。
- 二、新品種引進：太合有限公司與福埠實業股份有限公司多年來積極引進歐美聖誕紅商業品種，對產業發展貢獻卓著，104年也將持續引種試種。今年國內聖誕紅種苗業將注入新血，大益農科股份有限公司代理日本Suntory公司的聖誕紅Prinsettia系列共4個品種，花色分別為桃、深粉、粉及淺粉，已提出我國之植物品種權申請，預定於年中開放試種。
- 三、植物品種權保護：植物品種權制度與國際接軌，立意為在品種保護的框架下鼓勵育成新品種，同時也保護被授權者，為充分表現品種優良特性及建立品種形象，品種權不應浮濫授權，以求長久經營。惟在實務上生產業者表示常發生不知情而侵權繁殖，或無法生產已專屬授權的品種，造成生產業者困擾，因此，希望能有更廣泛的管道能獲知品種權公告資訊，以及能以公正公開的辦法，決定專屬授權的對象。

吳技正實芬表示為落實花卉生活化，農糧署對於特定節日的花卉需求向來很重視，包括情人節、母親節、聖誕節及農曆年等節日的應景花卉皆為輔導重點，今後並會持續式、重點式地在額度內儘量給予經費的支持，亦期盼各相關協會能充分發揮功能，協助推廣業務的拓展。

本場傅副場長仰人亦就其產銷專業及所掌

握之產業趨勢表示聖誕紅產量及銷量都有提升的空間，針對逆境栽培條件，生產者應就品種、花盆、灌溉、肥培、病蟲控制等方向建立整合式解決策略；而成功的行銷則應整合專長，以落實創新化以吸引、美感化使駐足、價值化使購買及教育化使應用。

本場廖場長乾華認為成功的行銷模式的確會為產業帶來具體效益，在蔬菜產業上，已有生產業者透過組織成立，進行集貨、包裝、標示及網路行銷，使生產者資訊透明化，建立消費者的信任，成功拓展通路。建議中華盆花發展協會參考此模式，整合聖誕紅生產能量，開發新的通路，共同行銷。廖場長也指示同仁持續投入聖誕紅育種及栽培相關研究，協助生產業者解決產銷問題，以扶植產業永續發展。



▲圖1. 廖場長乾華引導業者深入淺出討論多元產銷議題。



▲圖2. 會後茶敘在傅副場長仰人引導下，業者發言踴躍。