

藥現新生活

賴思倫、鍾淨惠、謝廷芳 主編



行政院農業委員會農業試驗所 編印



序

台灣地處北迴歸線上，涵蓋熱帶及亞熱帶氣候，四面環海，地形上則有高山、丘陵、盆地、台地以及平原，其多樣化的環境極適合栽培各種不同種類的花卉。根據行政院農業委員會統計，台灣地區之花卉生產從 1983 年栽培面積僅 2,996 公頃，產值 16.0 億，到 2016 年已成長至栽培面積 14,349 公頃，總產值 177.8 億，33 年來面積增加 4.7 倍，產值則高達 11 倍。於國際上，台灣於 1980 年代即開始將台灣花卉推廣國際，憑藉豐富生產經驗以及技術，以及各式國際行銷推廣活動，現今台灣已是國際上赫赫有名的花卉生產大國。

相較之下，台灣花卉於國內市場上，雖於 1971 年時即可見花卉推廣與宣傳等活動進行，但台灣民眾之用花習慣，仍多局限於婚喪喜慶、特定假日或是祭祀等特殊目的上，導致台灣花卉於國內市場上之銷售成長始終受限，而如何使花卉落實於大眾日常，使其生活化、應用化及普及化，是產官學等單位共同應該努力的目標。

近年來，賞花遊花海已成為民眾遊憩常選活動，而配合各地花博、農博以及花展等活動之舉辦，亦增加民眾接觸花卉的機會。值此，本所特別邀請台中市政府農業局、國立中興大學園藝系、台灣蘭花產銷發展協會、中華文心蘭產銷發展協會、台灣區花卉輸出業同業公會、台灣火鶴花產業發展協會、中華盆花發展協會、台北花卉產銷股份有限公司、台灣區花卉發展協會、朱芳梅花藝教室，共同舉辦 106 年花現新生活-花卉生活應用研討會，藉由居家花卉應用展示及各項花卉生活 DIY 活動使花卉更貼近大眾生活，並邀請花卉各領域達人提供生活花卉資訊編輯成冊，供與會者參考應用。

農委會農業試驗所所長

謹識

中華民國 106 年 10 月



序

隨著生活型態的改變及科技的進步，人們習慣追求高 CP 值，而花卉被認為是生活的奢侈品，頂多用來節慶送禮，自然不會當成日常生活的一部分。但其實人類有花相伴的日子由來已久，例如人體花飾、居家美化，甚至連兒歌也說：家的後面有山坡，山坡上面野花多！儘管因為生活型態的改變，要在家裡種花已相對不易，但逢年過節、慰問致意還是保有送花的習慣，每年的花海節、花卉展也依舊吸引大批遊客前來，顯示花卉仍是追求生活品質的重要一環。

然而花卉就只能像這樣在特定時間點才登場嗎？其實並非如此，善用花卉千變萬化的型態，它也可以很自然地存在於生活中的每個角落。花卉利用有鮮花、盆花或加工成乾燥花，前者如組合盆栽、花藝設計、景觀規劃，可以帶來盎然生氣，或伴有醉人芳香，即使疏影橫斜也別有古樸風味，放玄關是你最佳的迎賓使，擺後院則為你架起秘密花園，配合季節更迭，還能一覽百花爭豔的嘉年華會，或眾芳搖落的蕭瑟風情。而後者最知名的就是壓花，用簡便的器具就能把歲月擋在門外，是人人都可以做到的簡單利用。近代更有不凋花興起，雖然技術層次稍高，但可讓花朵完全忘記時間的流逝，長期保有最美的容貌。

基於氣候和栽培技術，臺灣四季都有物美價廉的各種鮮花可供觀賞，而乾燥的花卉在應用上則不再受限於季節，更方便攜帶且能長久保存。不論何者，人人都能方便取得，成本負擔也不重，只要願意花點心思，就能讓花卉更貼近日常生活。

宋朝詩人徐積的〈長春花〉有一句：「曾陪桃李開時雨，仍伴梧桐落後風」，用來描寫月季陪著其它花卉四季常開。如今透過花農的努力和花藝家的巧手，我們也可以一年四季都有花卉陪伴，不論春蘭秋桂、夏荷冬梅，這些美麗的身影不只是生活裡的點綴，也讓你我更加懂得品味生活。

國立中興大學園藝學系 教授兼系主任



序

中台灣氣候宜人，不僅適宜人居，也是全台最適合進行花卉栽培的地區。臺中市花卉生產面積約 1,300 公頃，為台灣花卉生產重鎮，其中文心蘭與百合產量更居於全國之冠。本市自 2010 年起每年舉辦國際花毯節，2018 年國際花卉博覽會與 2020 年世界蘭花會議更將由臺中市政府主辦，打造臺中成為名符其實的「盛會花都」。

花卉姿態萬千，四時綻放不同美感，做為裝飾可美化空間，欣賞花卉更可陶冶身心，因此花卉是自然生態與人文精神生活完美結合的象徵。每年隨著季節更替，各個花季、花海活動在臺灣各地輪番登場，每每吸引眾多人潮觀賞，可見民眾皆懷有愛花之心，樂於與花親近。除了花季、花海節，花卉亦是喜慶祭祀、年節餽贈的要角，我們藉著花卉向上天表達崇敬，向友人傳遞祝福。在日常生活中，只要在居家或辦公空間擺上一盆花就能立即點亮空間，透過不同花卉裝飾變化也能愉悅心情。

臺中市政府農業局為籌辦 2018 世界花卉博覽會，攜手農委會農業試驗所與中興大學園藝學系共同舉辦「花現新生活-花卉生活應用研討會」，邀請不同領域的專家學者從各面向探討花卉如何普及於生活之中，介紹如何利用花卉妝點生活，以及簡單的居家花卉照護方法，同時搭配精彩展覽。期望以此研討會為契機，讓花卉更加融入我們的生活，享受花卉帶來的無窮樂趣，並能促進臺灣花卉產業興盛。

臺中市農業局 局長

王從雄



目 錄

從花卉拍賣市場看台灣花卉消費需求

陳根旺 2

觀看花藝美學——凝視臺灣花卉價值的再現

周英戀 22

組合盆栽生活應用

張滋佳 52

食用花卉的浪漫與實際

余世芳 56

居家簡約花卉裝飾及保養

林慧玲、邱健誠 62



從花卉拍賣市場看臺灣花卉消費需求

陳根旺

臺北花卉公司 (臺北花市)

前言

花卉為全球最重要的經濟產業之一，亦被統稱為「綠金產業」。過去 30 餘年來，臺灣花卉產業蓬勃發展。根據行政院農業委員會 (農委會) 資料，花卉生產面積逐年擴增，從 1981 年的 1,672 公頃，成長到 2015 年已達到 13,864 公頃，面積成長超過 8 倍以上。另外，同期產值亦從不到新臺幣 30 億元，成長到 2015 年逾 167 億元，成長幅度超過 5 倍以上。不僅國內花卉消費市場成長快速，國產花卉外銷金額同樣大幅成長，從 2005 年的外銷金額 7,167 萬美元，到 2015 年已達到 19,362 萬美元，成為國內最重要的外銷農產品項之一。

由於我國花卉生產大多以小農戶為主，所以花農生產的鮮切花產品，約有 85% 以上採共同運銷方式，供貨至全臺的花卉批發市場，進行公開的拍賣交易。目前全臺共有五家鮮花批發市場，分別位於臺北市、臺中市、彰化縣、臺南市以及高雄市。花卉批發市場與花農的連動相當緊密，亦是帶動花卉產業發展的重要樞紐。特別是鮮切花幾乎都由產地送往國內五家花卉批發市場集中交易後，再由下游的花店等零售市場銷售，進出口花卉的銷售通路，批發市場亦是中間不可缺少的一環。

國內花卉批發市場主要交易的花種，大致上區分為「鮮切花」與「盆花」兩大類；而進入花卉批發市場交易的花種，則以鮮切花為主、盆花為輔。觀察 2007 至 2016 年間臺灣地區五大花卉批發市場鮮切花交易量價趨勢，發現花卉批發市場的交易數量明顯減少了近 10%，但是每把花卉的年均價，則因花卉數量減少，導致均價明顯上揚 (圖 1)。由於我國花卉批發市場一向扮演帶動產業發展的關鍵角色，實有必要針對近年來，鮮切花主要減少的花種以及減少的原因，深入去探討，才能提出必要的轉型建議，讓我國花卉產業持續發展。

臺灣花卉種植面積介紹

2015 年的總種植面積，較 10 年前的 2006 年，僅增加了 489 公頃，但其總產值 167 億元，卻較 2006 年的 125.2 億元增加了 41.8 億元 (圖 2)，成長幅度高達 33.4%，可見這 10 年來，臺灣花卉產業的經濟產值與交易額度上，有明顯的提升。2011-2012 年的種植面積明顯下降，主要原因是 2011 年首季，我國出口外銷受到日本 311 大地震，引發大海嘯及福島核災的影響，原預定外銷日本的花卉嚴重受挫，連帶影響到當年度國內整體花卉產業，從上游的種植到中下游的市場銷售，也造成產地花農限縮種植面積，連續二年的供貨量也相對減少。

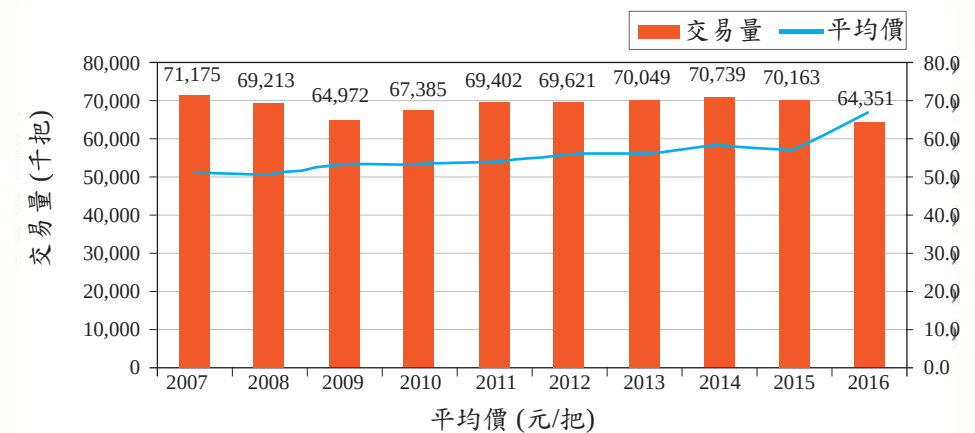


圖 1. 2007-2016 年臺灣地區五大花卉批發市場鮮切花交易量價趨勢圖。
(資料來源：農產品批發市場交易行情站)

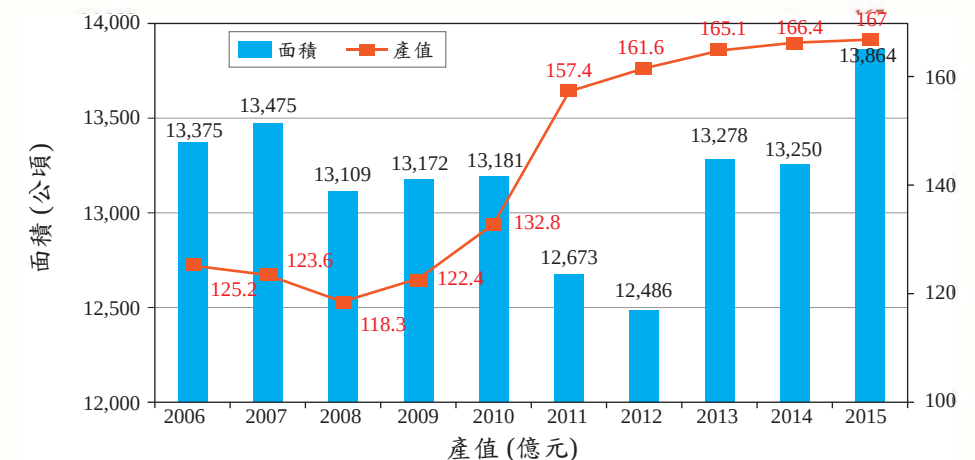


圖 2. 2006-2015 年臺灣花卉總種植面積與總產值。(資料來源：農業統計年報 104 年)

臺灣花卉產地與分類種植面積介紹

回顧 1981 年，臺灣地區 30 餘年前的花卉種植面積僅達 1,672 公頃，花卉種植類別相對單純，大致上有切花類約 1,119 公頃 (佔 67%) 最多，苗圃類約 453 公頃 (佔 27%) 居次，盆花類約 63 公頃 (佔 4%) 最少。但是經過 30 餘年的經營發展，各項花卉的種植面積也都產生了巨幅變化，擴增面積與規模各有不同，2015 年花卉種植面積已達到 13,864 公頃，成長 8 倍之多；其中的切花類面積雖成長到了 3,058 公頃，但仍僅佔 22%，已退居到第二位，起而代之的是苗圃類，種植面積擴增到 8,832 公頃，已搶佔首位達 64%，盆花類及蘭花類面積則分別成長到 994 公頃、968 公頃，皆各佔 7%，球根類及種籽類僅佔少數不到 1%。

依據農委會農業統計年報資料統計，2015 年蘭花、切花、盆花、苗圃、種籽及球根的生產地區已遍及國內各縣市。國內蘭花類的總種植面積雖然僅有 7%，但其總生產值卻是最高，約達到新臺幣 6,185,400 仟元，佔了全部花卉生產值的 37%，是盆花類交易產值的 6 倍 (盆花僅佔 6%)，也超過切花類 5,763,930 仟元的總產值 (切花佔 35%)。至於苗圃類的總種植面積約佔全部花卉面積的 64%，雖然種植面積最大，但其所統計的總生產值僅有新臺幣 3,707,340 仟元、僅佔總生產值的 22% (表 1)；由此可知，國內花卉的生產方式與種植類別，才是決定生產值高低的關鍵，尤

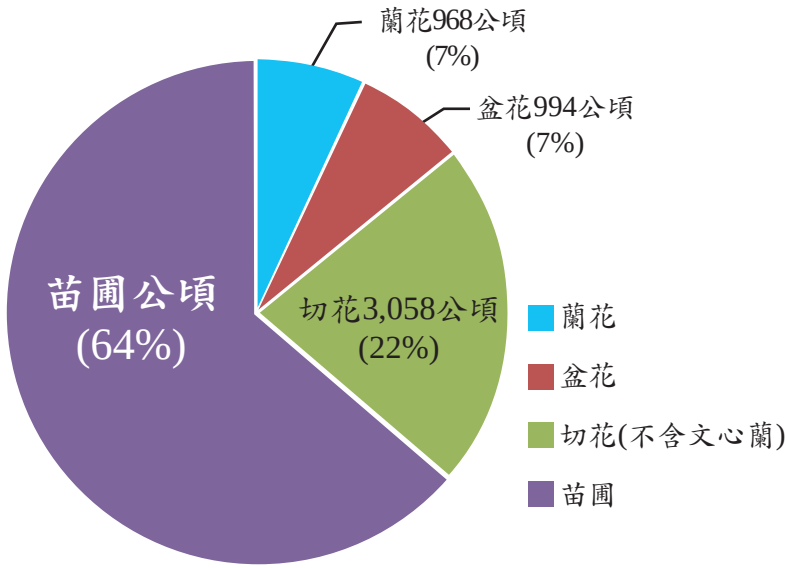


圖 3. 2015 年臺灣花卉分類種植面積。(資料來源：農業統計年報 104 年)

表 1. 2015 年國內主要產區花卉產量、生產值及種植面積。

花 種	產 量	單 位	生產值 (仟元)	面積 (公頃)	主要產區與供貨比率
蘭花類	75,085	千盆	6,185,400 (37%)	968	臺南 51%、嘉義 14%、南投 8%、 屏東 6%、雲林 5%
文心蘭	-	-	-	261	
其他蘭花	-	-	-	259	
蝴蝶蘭	-	-	-	250	
蕙蘭	-	-	-	198	
切花類	75,299	千打	5,763,930 (35%)	3,267	彰化 36%、臺中 16%、屏東 13%
菊 花	17,081	千打	-	703	彰化 97%
玫 瑰	8,105	千打	-	203	南投 51%、臺中 20%、彰化 15%、 屏東 9%
非洲菊	6,746	千打	-	74	彰化 74%、南投 17%
百 合	6,214	千打	-	322	臺中 68%、南投 22%、彰化 5%
火鶴花	3,968	千打	-	183	臺南 27%、高雄 26%、臺中 15%、 屏東 14%、南投 10%
唐菖蒲	3,235	千打	-	189	臺中 53%、屏東 17%、彰化 10%
香石竹	2,619	千打	-	48	彰化 93%、嘉義 5%
洋桔梗	2,581	千打	-	105	彰化 50%、嘉義 25%、雲林 13%
夜來香	785	千打	-	48	屏東 58%、嘉義 21%
大理花	512	千打	-	12	南投 94%
天堂鳥	507	千打	-	54	彰化 39%、屏東 37%
其他切花	22,766	千打	-	1,315	屏東 25%、彰化 21%、臺中 15%、 南投 10%、雲林 8%
苗圃類	-	-	3,707,340 (22%)	8,832	彰化 38%、桃園 15%、南投 11%
盆花類	-	-	1,041,345 (6%)	994	桃園 50%、南投 10%、彰化 7%
馬拉巴栗	-	-	-	200	彰化 80%
聖誕紅	1,210	千盆	-	-	桃園 38%、苗栗 34%、南投 25%
種籽類	4	公噸	-	8	臺南 75%、嘉義 25%
球根類	25	公噸	-	4	宜蘭 84%、苗栗 16%
合 計			16,700,000	13,864	

資料來源：農業統計年報 104 年。

其是蝴蝶蘭都以最先進的生產技術與最標準的溫室設備來生產，每年所累積創造的經濟產值，已成為國際花卉業界的明星產業。

我國主要蘭花的花種，包括有文心蘭、蝴蝶蘭與蕙蘭等，主要生產地以臺南市最多，佔了 51%供貨量。切花類主要花種之種植面積依序為菊花、玫瑰、非洲菊、百合、火鶴花、唐菖蒲、香石竹、洋桔梗、夜來香、大理花以及天堂鳥，並以彰化佔 36%、臺中佔 16%、屏東佔 13%為前三大產區。苗圃類的生產地有彰化縣、桃園市以及南投縣。盆花類的花種生產面積依序為馬拉巴栗與聖誕紅，主要產區是桃園市、南投縣與彰化縣。種籽類主要產地為臺南市、嘉義縣，球根類則是宜蘭縣與苗栗縣。

根據農業統計年報的數據統計，以彰化縣的總生產面積最大達到 5,610 公頃，佔全臺總花卉種植面積的 40%，其次是南投 1,533 公頃佔 11%、臺中 1,302 公頃佔 9%，這三大花卉產區合計佔了 60%的比率，並且都是集中在臺灣的中部地區，具有廣闊平原及中高海拔的地形條件，適合植物生長的夏季低溫氣候優勢，因此，可以清楚看出臺灣花卉產區以中部地區為主，並逐步往南擴散，臺中以北縣市的生產面積，則僅佔 11%左右，詳參臺灣各縣市花卉種植面積及主要生產種類 (表 2)。(我國鮮切花與盆花主要產地與花種分布整理於附錄)

花卉批發市場主要交易花種的變化

近幾年來，國內花卉產業不斷地引進來自世界各地的花卉新品種，尤其許多從事種苗進出口的貿易商，更是重視自國外引進新品種，由於許多國外新品種的輸入與彼此交流，有助於國內產業的發展及進步，同時絕大多數的供應花農，也都願意嘗試新品種花卉的種植。因此，對於國內花卉市場的商品種類，可以不斷地推陳出新，新品種應運而生，增加花卉市場的可看性。

比較 2002 年、2007 年與 2016 年國內批發市場主要交易花種的交易量與批發均價，2016 年交易量最高的是百合，過去 15 年交易量成長 35%，成交均價成長 46%。同時期，交易量成長最多的是雞冠花，為 48%，成交均價成長率更高達 130%。

表 2. 2015 年臺灣各縣市花卉種植面積及主要生產種類。

縣市	面積(公頃)	百分比(%)	主要花卉種類
彰化	5,610	40	鮮切花(大小菊、非洲菊、康乃馨)、苗圃、盆花
南投	1,533	11	鮮切花(玫瑰、百合)、蘭花、苗圃
臺中	1,302	9	鮮切花(百合、劍蘭、文心蘭)、蘭花、苗圃、盆花
屏東	1,132	8	鮮切花(玫瑰、火鶴、夜來香、切葉)、苗圃(觀賞植物)、盆花(觀葉植物)、蘭花(熱帶蘭花)
嘉義	928	7	鮮切花(洋桔梗)、蘭花、苗圃
臺南	822	6	鮮切花(火鶴花)、蘭花、苗圃
桃園	454	3	盆花(聖誕紅)、苗圃(草花)
雲林	417	3	鮮切花(洋桔梗、夜來香)
新北	368	3	苗圃(觀賞植物)、鮮切花 (金花石蒜、百子蓮)
高雄	336	2	鮮切花(火鶴花)、蘭花(熱帶蘭花)
宜蘭	269	2	鮮切花(銀柳、葉材)、苗圃(小品盆栽)
苗栗	245	2	鮮切花(香水百合、玫瑰)、盆花(聖誕紅、多肉植物)
新竹	130	1	盆花(茶花)
其他	318	3	臺北(鮮切花)、台東及花蓮(盆花)
合計	13,864	100	

資料來源：農業統計年報 104 年。

同樣交易量成長的花種，尚包括有文心蘭交易量成長 31%，成交均價成長 32%；洋桔梗交易量成長 15%，成交均價成長 88%；非洲菊交易量成長 12%，成交均價成長 59%。2002 年交易量最高的海芋，同時期交易量下降 64%，均價成長 18%。劍蘭則是成交量下降最多的花種，達 65%，但成交均價成長 73%。類似情況還包括，玫瑰交易量下降 55%，均價成長 85%；康乃馨交易量下降 50%，均價成長 97%；夜來香交易量下降 41%，均價成長 77%；火鶴花交易量下降 21%，均價成長 33% (表 3)。

早期國內種植花卉都以傳統的祭祀花種為主，所以包括內銷與出口外銷的主力大宗花卉，都以傳統民間所重視俗稱「粗花類」的祭祀花種為主，包括大小菊花、劍蘭、夜來香等。但是時代不斷的演進，貿易花商亦從國外引進許多新興培育成功的花種，並鼓勵農民嘗試種植這些，已在歐美日市場成為主力潮流的品種。因此，消費者有機會接觸到許多外來的新品種，並願意採購這些外型雅緻柔美、色澤亮麗多彩、又適合各種婚喪喜慶場合的運用，俗稱「細花類」的花種，包括百合、玫瑰、洋桔梗、文心蘭、火鶴、海芋等。慢慢地用花習慣也逐漸從傳統祭祀拜拜的花種，改變為適合居家佈置、饋贈花禮及活動佈置等多用途的花卉。但是這類花種的平均價格行情，相對較傳統的祭祀花卉來得高，同時國人用花習慣尚未全面普及。因此，造成近十年來國內採購鮮切花的消費人口數不增反減，整體鮮切花的交易數量也不斷下滑，農民種植意願降低，整體花卉市場的交易規模與未來發展性，也相對受到限制。

表 3. 2002 年、2007 年、2016 年國內批發市場主力花種交易比較。

花種	2002 年		2007 年(和 2002 年比較)				2016 年(和 2002 年比較)			
	交易量	均價	交易量	差異	均價	差異	交易量	差異	均價	差異
百合	6,807,396	99	8,241,111	21	122	23	9,191,323	35	145	46
玫瑰	5,550,104	61	4,429,694	-20	82	34	2,476,270	-55	113	85
洋桔梗	1,249,904	65	1,009,055	-19	86	32	1,435,315	15	122	88
文心蘭	719,090	53	644,114	-10	54	2	938,477	31	70	32
火鶴	10,244,297	9	9,288,297	-9	11	22	8,111,728	-21	12	33
海芋	455,213	51	353,435	-22	45	-12	165,116	-64	60	18
大菊	4,781,919	39	3,001,958	-37	47	21	3,837,982	-20	81	108
小菊	9,155,016	32	6,405,800	-30	44	38	7,073,054	-23	60	88
劍蘭	2,742,700	75	1,895,591	-31	91	21	971,270	-65	130	73
康乃馨	2,408,584	30	2,215,742	-8	34	13	1,204,587	-50	59	97
非洲菊	4,272,374	29	5,331,303	25	33	14	4,800,002	12	46	59
夜來香	173,113	52	183,831	6	59	13	102,960	-41	92	77
雞冠花	425,371	23	479,920	13	32	39	631,669	48	53	130
合計	74,666,351	42	71,175,355	-5	52	24	64,351,024	-14	67	60

資料來源：農產品批發市場交易行情站。

臺灣花卉銷售通路介紹

臺灣花卉早期 (1988 年以前) 皆是以行口方式交易，由供應花農與行口商 (市場大盤業者) 雙方議定價格後，即由產地將花卉載送至消費市場來販售，但往往貨量多、品質不穩定、或是市場供給失衡時，很容易形成僅由單方的行口商來決定市場價格，此時的銷售通路體系，也就變成傾斜一方的買方市場，供應花農只能任憑行口商自行開價決定，甚至於常常有拖欠貨款，嚴重時還有倒債的風險。

但在 1988 年臺北花卉批發市場 (濱江花市) 正式成立之後，供應花農開始有了多方向的通路選擇，不再完全仰賴行口商傳統的議定價格或委託交易，而是開始進入自由市場的交易機制中。此時的花卉運銷通路體系也逐漸成形，從上游的花農生產花卉、集中運送到批發 (拍賣) 市場，再由中間的市場承銷花商進場交易，並透過市場公平、公正、公開的拍賣交易平台取得花卉，再進一步將花卉轉移銷售到零售商/花店、或是個別花藝老師，並且將花卉透過精緻的包裝手法形成花禮，再直接販售給一般消費者。參照臺灣花卉運銷通路體系圖 (圖 4)。

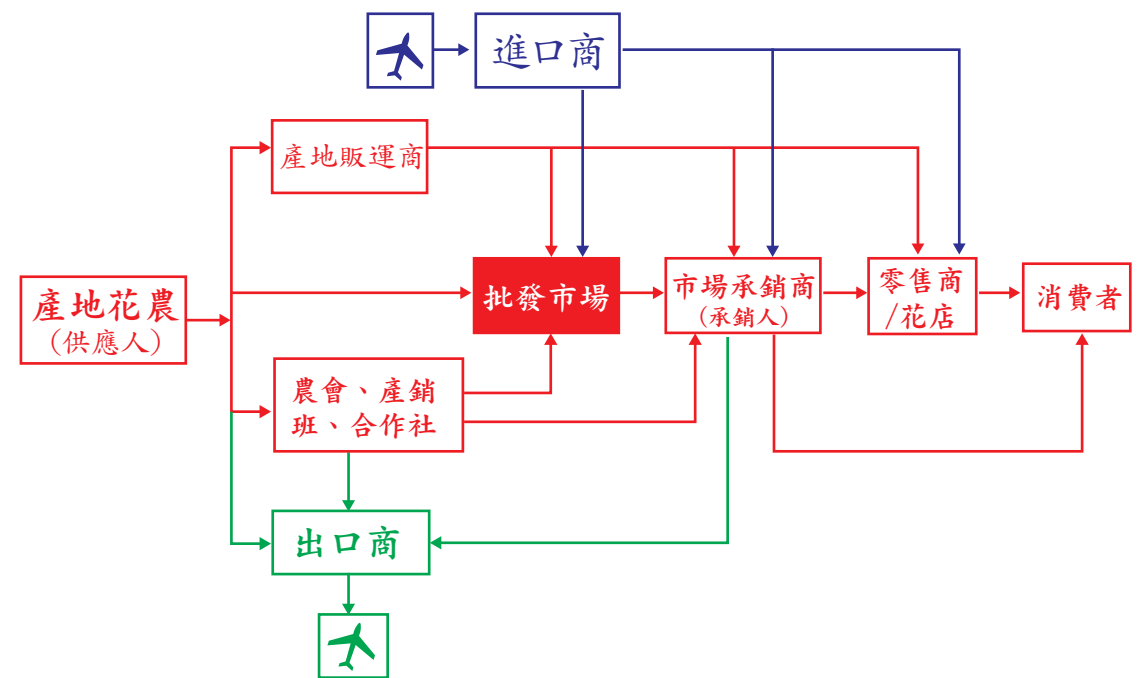


圖4. 臺灣花卉運銷通路體系流程圖。(資料來源：本研究整理)

臺灣五家花卉批發市場自 1989 年至 2016 年之間，歷年鮮切花交易額皆呈現出高度穩定的成長 (圖 5)，亦即成長幅度穩定向上、變化有限，除非因為天災地變等天然因素影響，譬如 2011 年日本 311 大地震，就明顯影響到國內連續二年產地面的花卉生產，也造成消費與採購退縮等情形。除此之外，不太會突然發生明顯劇烈的交易量價行情變化。從正面角度解讀，表示五家花卉市場所在位置，其擁有的「市場商闖」皆已成熟，各市場皆有穩定的貨源與基本的承銷會員，而跨區交易或互搶貨源情形也不復見，各批發市場皆穩健地維持一定的經營規模。此種現象更勝日本花卉批發市場 83% 的「市場經由率」(李皇照，2009)。換言之，全國各縣市供應單位高達 83% 以上比率的貨源，供應到北中南各地的批發市場，再經由市場的拍賣、預約訂貨等交易方式成交，相對臺灣透過批發市場交易的比率，明顯高出日本許多，這說明了臺灣花卉批發市場提供供銷雙方交易平台的功能，更扮演花卉快速集貨與銷售的重要角色 (張堂穆、陳根旺，2012)。

國人花卉消費行為分析

國人花卉消費行為方面，謝俊雄 (1993) 將花卉消費族群分為四大類，包含個人生活情趣、個人情感象徵、節日應景場所佈置及場所經常性點綴，不同的顧客群在花卉的需求與目的各有不同，消費意願也有差異。李皇照與楊葆茜 (1995) 以臺北市與臺中市家計單位為訪問對象，提出今後在花卉消費的推廣方面，可從國

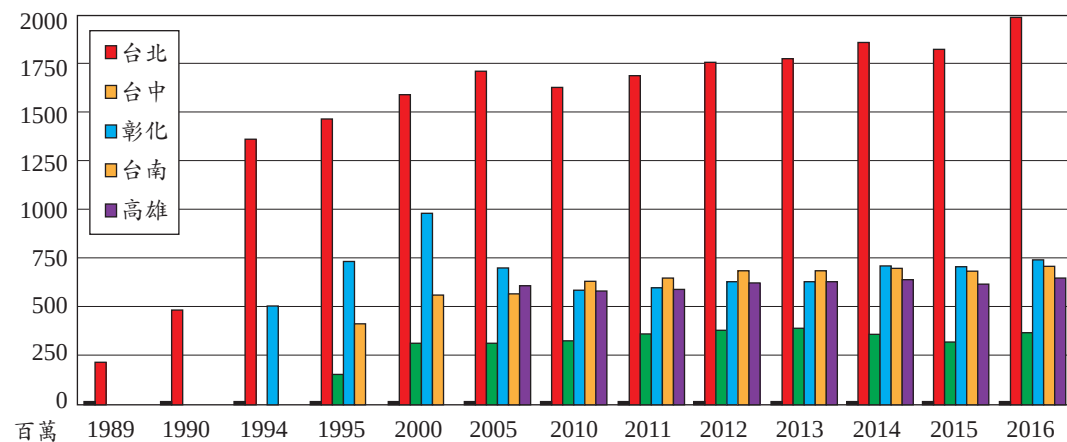


圖5. 1989–2016年臺灣五家花卉批發市場歷年鮮切花交易額成長圖。(資料來源：農產品批發市場交易行情站)

人花卉知識和環境美化意識之培養做起，設法提供有助於消費者親近或購買花卉的活動與服務，產品設計和賣場氣氛之塑造可提昇其購買意願和強化購買行動。最後是花卉送禮市場之開發與拓展，藉由送禮的層面，使消費者在接觸花卉後，進而欣賞或了解花卉，使花卉真正融入生活中。

李宗儒 (1999) 對受訪者花卉偏好及消費型態做購買行為之分析，發現消費者比較喜歡到花店及花卉零批市場購買花卉，主要原因是花卉的品種多、價格合理、顏色及耐久性等方面較佳。李皇照(2000)發現重要節日買花當作送禮，仍是目前臺灣消費者買花習性之主流，購買地點以花店最多，其次是假日花市，而菜市場亦是購買地點之一。黃麗君 (2001) 探討不同社經階層(socio-demographics)的消費者對花卉外在的顏色屬性與香味屬性的認知程度，並分析消費者對此外在屬性的評估，對其花卉商品購買意願之影響，結果顯示就受試者對花卉商品的購買意願而言，香味屬性的重要性遠甚於顏色屬性。

余正和 (2008) 以蝴蝶蘭消費者為研究的對象，探究蝴蝶蘭消費者的線上購買行為，發現蝴蝶蘭的線上購買以電話訂購、ATM 轉帳及花店親自運送為主要的購買模式，並以便利性、確保性、時間性及品質確保性為最重視的概念。朱惠英、詹慧珊 (2010) 將臺南市民區隔為知性務實、繭居自守及流行隨性等三個集群，而知性務實群購買蘭花組合式盆栽的比例較高，購買的主要動機以他用為主，消費地點的選擇，以產品多樣化為首要的考量因素。

楊舜臣、謝廷芳、陳駿季、施碧茹 (2013) 指出，花卉是流行的生活美學，也是環境綠美化的應用產業，因此，花卉的消費，可以反應出國家文明與經濟成長的程度。一個國家花卉產業的繁榮程度，通常與該國的經濟發展、國民所得以及政府對農業政策的重視程度等面向息息相關，而「國民花卉消費水準」常被視為國家經濟與文化發展程度的一項指標；因此，若是國民的花卉消費水平過低，那麼就必須特別去檢視，是否因為所處整體環境、產業情勢或消費潮流等趨勢的變化所致，必要時進行適時合宜的調整行動，以提高對花卉的重視程度。根據李皇照研究分析 (2015)，國人年平均花卉消費金額約為 30 美元，但若按國際間平均水準，在國民年所得 23,000 美元的情況下 (2016 年我國平均每人 GNI 為 23,284 美

元)，每人每一年花卉消費金額應該是介在 45-50 美元之間，所以對照國人每年的花卉消費金額，的確還有往上再成長的空間。

花卉的採購消費與使用程度，往往和該國的國民所得、消費文化及人文價值觀等因素有關；而歐美日等先進國家對其花卉產業的發展程度，又奠基在既有基礎及政府政策走向之上，並且隨著環境的變化、潮流的演進及政策的導引，這些先進國家的花卉產業，已經逐步走向專業化與高度分工的道路。再看我們國內花卉產業的發展情形，近年來同樣也是隨著國內經濟不斷地在發展，同時國民所得持續的提高，國人也是愈來愈重視居家生活品質的提昇與環境綠美化的工作，所以國人在花卉消費支出上，未來或許也將隨著所得增加，而能夠逐步建立朝向歐美日的日常用花消費習慣，及營造友善的花卉消費空間與多元的學習用花環境。

目前花卉批發市場正面臨鮮切花銷售數量逐年縮減的危機，筆者曾深入訪談 9 位業界代表（中華文心蘭產銷發展協會吳淵璋秘書長、臺灣火鶴花產業發展協會林芳珠理事長、臺灣花店協會楊添得理事長、臺灣區花卉業輸出業同業公會莊炳煌總幹事、商榮實業有限公司上條 秀美總經理、臺北市花綠小站花店協會郭慧珊理事長、愛禮花卉貿易有限公司朱旭明總經理、臺灣蘭花產銷發展協會曾俊弼秘書長、福爾摩莎園藝中心(股)公司彭福全執行長)，研究了解產業各界所希望反映與改善的工作之後，總結歸納整理出下列幾點針對花卉消費與需求的改善建議：

- 一、臺灣花卉產業規模小，市場屬淺碟規模，花卉生產必須貼近與了解市場實際的需求。
- 二、花卉生產環境與條件未有效提昇，容易受天候影響，造成花卉品質良莠不齊、供貨數量不穩定，不利市場長期穩定經營與拓展銷售規模。
- 三、農政機關應該積極輔導農民生產技術與提供專業資訊，穩定花卉出貨品質，建立自我品牌形象，帶動整體花卉產業的復甦與發展。
- 四、國內花卉消費習慣與採購行為，過度集中特定節日與民俗祭祀慶典前需求，銷售行情往往受到節前市場需求，價格波動起伏過於明顯，導致消費需求不正常，農民種植供貨市場具有高度風險，影響長期生產的意願。
- 五、花卉推廣未長期廣泛的推動，消費者採購花卉居家環境美化佈置不普及，花卉消費與用花需求不穩定，主管機關亦未提供良好的銷售管道與建立友善的銷售場所，無法落實全民性的花卉消費習慣與建立用花文化。

觀察臺北花市切盆花交易金額趨勢圖 (圖 6) 和 2007 至 2016 年臺北花市切盆花交易數量趨勢 (圖 7)，可以發現近 10 年來臺北花市經營的鮮切花及盆花交易規模，除了氣候天災影響供貨量能不穩定情況之外 (2016 年年初霸王級寒流)，其餘則呈現出穩定成長趨勢。但是在鮮切花的供貨數量上，則呈現出明顯縮減現象，10 年來數量減幅達到 8.5% 左右，至於盆花的交易量則是持續呈現成長情形，增幅達到 24%。因此，臺北花市近年來也戮力推動各項經營及行銷策略，穩定經營、促進國內花卉產業的良性發展。

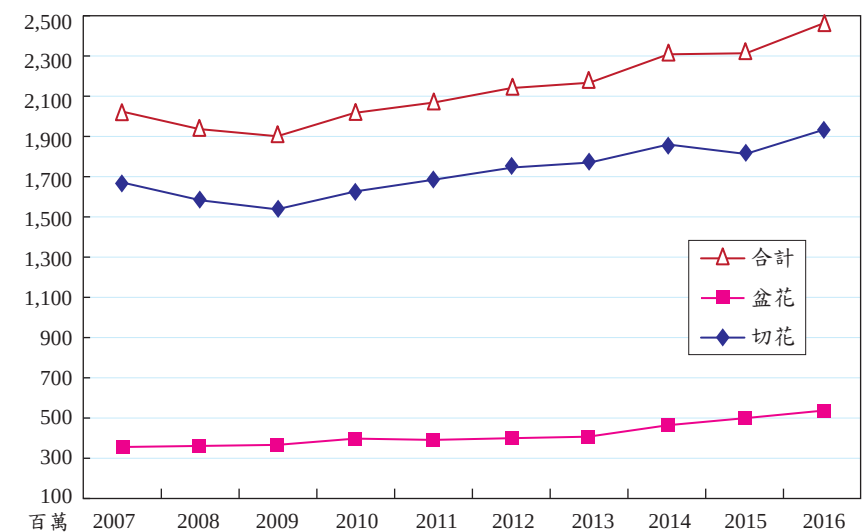


圖 6. 2007-2016 年臺北花卉批發市場切盆花交易金額趨勢圖。(資料來源：臺北花市)

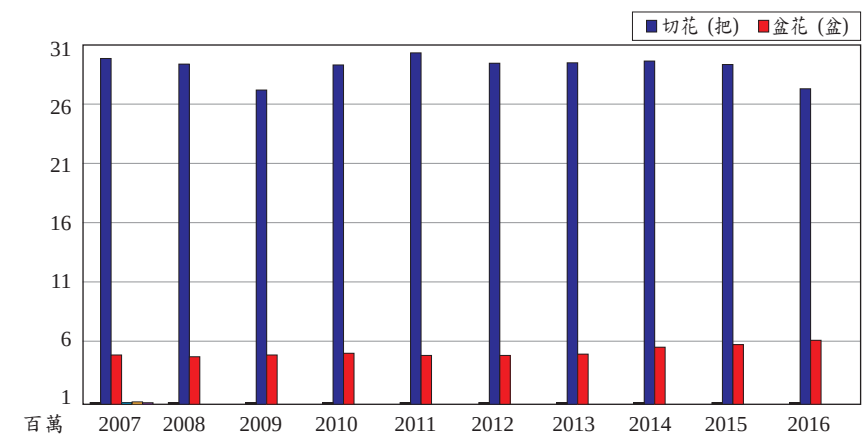


圖 7. 2007-2016 年臺北花卉批發市場切盆花交易數量趨勢圖。(資料來源：臺北花市)

六、臺北花市年度大宗花卉交易排名分析

依據臺北花市統計，截至 2017 年 5 月止，編入市場品名代號交易的切、盆花品種名稱，就多達 3,944 筆資料。以下分別針對「鮮切花」與「盆花」進行介紹。

一、鮮切花交易：

依據臺北花市 2016 年度交易金額排名統計 (表 4)，其中鮮切花類以「香水百合」(白、粉、黃色系列百合) 為最受歡迎的花種，交易額最高，達到 5 億 8 仟 8 佰餘萬元，佔了鮮切花的 29.7%，年交易量達到 393 萬餘把。次高者為玫瑰花，交易額 1.68 億元，佔比 8.5%(表 4)。分析擠身排名前十大的花卉種類，「鮮切花」的採購需求與運用範圍，大部份皆是以重點節日的花束、饋贈的花禮、居家佈置、祭祀拜拜與婚喪禮儀等為大宗。

表4. 2016年臺北花卉批發市場十大鮮切花交易排名。

名次	花種	金額 (%)	交易金額 (元)	交易量 (把)	均價 (元)
1	香水百合	29.7	588,770,540	3,934,641	150
2	玫瑰	8.5	168,783,048	1,341,383	128
3	小菊(多花菊)	7.2	142,879,820	2,163,964	62
4	大菊	5.7	113,711,005	1,183,630	93
5	洋桔梗	5.6	111,461,679	812,675	143
6	非洲菊	3.3	65,921,284	1,418,084	49
7	劍蘭	2.4	46,761,213	305,724	125
8	火鶴花	2.0	39,339,776	3,291,231	12
9	葵百合(紅)	1.9	36,908,145	292,914	124
10	康乃馨	1.8	35,269,315	552,579	61
其他	其他花卉合計	31.9	631,854,039	11,968,790	53
全部花種合計		100.0	1,981,659,864	27,265,615	75

資料來源：臺北市花卉批發市場暨臺灣國際花卉貿易中心。

二、盆花交易

整理 2016 年臺北花市的年度盆花類交易排名 (表 5) 以「蝴蝶蘭」排名第一，交易額高達新臺幣 2 億 3 仟 7 佰餘萬元，佔整體交易額 44.6%，年交易量亦高達 180 餘萬盆之多，其他各項盆花的交易排名詳如表 5。「盆栽」的採購需求與運用範圍，則以昇遷佈達、商業賀禮、會場佈置、店頭擺放及選舉造勢活動等為主。

研究分析與建議

為因應全球化市場快速的變動及花卉消費型態的轉變，國內花卉產業可以先從產地計劃生產、銷售通路、商品行銷等項目進行改善。本次筆者的研究分析以「批發市場」為中心，分別針對其上游的「生產面」，以及下游的「消費面」來提出建議方向，相關建議內容詳細說明如下。

表5. 2016年臺北花卉批發市場十大盆花交易排名。

名次	花種	百分比 (%)	交易金額 (元)	交易量 (盆)	均價 (元)
1	蝴蝶蘭	44.6	237,782,999	1,801,941	132
2	開運竹	8.7	46,426,717	500,825	93
3	金錢樹	8.5	45,260,782	276,007	164
4	福祿桐	4.1	22,046,568	53,346	413
5	多肉植物	3.0	15,965,715	479,597	33
6	聖誕紅	2.8	14,945,667	271,186	55
7	馬拉巴栗	2.8	14,881,608	182,232	82
8	香料植物	2.1	11,381,559	226,583	50
9	進財樹	1.8	9,822,420	40,829	241
10	蔓綠絨	1.5	8,017,063	39,080	205
其他	其他花卉合計	19.9	106,160,463	2,358,623	45
全部花種合計		100.0	532,691,561	6,230,249	88

資料來源：臺北市花卉批發市場暨臺灣國際花卉貿易中心。

一、改善生產面的建議：

1. 輔導產地農民計畫生產與產量管控的栽種方式：依國內現有市場消費所需，輔導產地農民調整花卉的栽培面積、生產品種、商品數量，並控管商品品質，避免因產量生產過剩，造成市場價格低迷，甚至削價競爭。
2. 結合品種研究單位重視生產技術的提升：面對花卉商品品質與價格競爭，結合農試所、改良場等品種技術研發單位，進一步與產地花農或農企業生產單位合作，以市場需求為導向，強化設施栽培系統、提供高品質花卉及提升商品競爭力，以滿足國內市場需求，促進花卉產業的升級。
3. 掌握國際流行趨勢開發花卉新興商品：國內近年來的市場消費型態，仍以追求新穎性及豐富多樣化為主要消費需求，因此，結合進口品種貿易商，引進與激勵生產花農願意嘗試栽種新的花種，藉由新商品來吸引消費者的注意，例如：2016年由大益農科公司引進日本最新的「粉紅公主」系列的聖誕紅新品系，就受到高度的矚目；福爾摩莎公司進口荷蘭新品種百合，創造話題增加市場銷售數量，也增進農民種植的動力。

二、活絡消費面的具體措施：

1. 結合批發市場預約交易掌握產銷資訊量化數據分析：透過批發市場的預約交易制度，事先掌握產地花農的出貨資訊，並結合完善的產銷資訊平台執行量化數據分析，提供及傳遞消費者的需求訊息，再與生產、銷售業者相互接軌，有利於掌握市場的脈動，並隨時微調生產與行銷的策略。
2. 推動花卉品種多樣化與商品包裝材料的多樣性：生產業者依據市場消費導向，利用植栽本身特性與栽培技術方式，豐富市場需求的多樣化商品，並結合與運用新穎獨特的包材與組合盆器，藉以提高切、盆花產品的附加價值，例如多肉植物的熊童子、馬拉巴栗的髮編、種子森林的咖啡豆及結合石頭栽種的景觀盆栽，與開運竹的一帆風順、步步高升、招財貓與螺旋等多樣化的產品型式與種類。

3. 重視花卉商品行銷與突顯優良品牌的建立：花卉產業近年來蓬勃發展，產量及品質均大幅提昇，為促進產業升級，推動建立結合季節特色產區與大量產的花卉品牌形象 (如清境百合、埔里玫瑰、新港洋桔梗、內門火鶴花、田尾菊花、永靖康乃馨、后里劍蘭、大坑文心蘭等)，目前已成為產業未來發展的趨勢。
4. 落實花卉教育與基礎紮根的觀念：為推展園藝生活化，開拓國內花卉市場，應加強從中小學童的基礎課程內，增加花卉教育與建立花卉美學的課程，培育日常用花與美化生活的美學觀念，進而將花卉應用融入日常生活，落實花綠生活與建立綠美化文化紮根教育工作。

三、重視及滿足客戶的需求

1. 以客戶需求為導向：參考日本、荷蘭市場多角化的營運模式，提供完整的切、盆花交易平台及園藝資材採購品項，不斷開發新商品供應市場，創造以滿足客戶需求為終極目標。
2. 提供客戶最佳服務：日本與荷蘭市場皆努力經營供銷端、提供最細微的服務，包括物流運送、銷售花種與資訊商情傳遞、便捷的網路交易下單等，客戶至上，以留住客戶的心；近年來大陸昆明市場亦是增加了物流運送的服務，對供銷業者亦是一大利多。

結語

本次筆者以 2002 年與 2016 年，國內批發市場主要交易花種的交易量與批發均價進行研究比較。2016 年交易量最高的是百合，過去 15 年交易量成長 35%，成交均價成長 46%。劍蘭則是成交量下降最多的花種，達 65%。主要花種改變的原因是，早期國內種植花卉都以傳統的祭祀花種為主，但隨著貿易商從國外引進許多新興培育成功的花種，消費者有機會接觸並願意採購外來的新品種，用花習慣也逐漸從傳統祭祀拜拜的花種，改變為適合居家佈置、饋贈花禮及活動佈置等多用途的花卉，但是這類花種的平均價格行情，相對較傳統的祭祀花卉來得高，同時國人用花習慣尚未全面普及。因此，造成近十年來國內採購鮮切花的消費人口數不增反減，整體鮮切花的交易數量也不斷下滑，農民種植意願降低，整體花卉市場的交易規模與未來發展性，也相對受到限制。

再根據過去研究荷蘭這個全球最大的花卉交易與生產國，觀察他們每年舉辦國際花卉商業展的目的，及分析當地高度自動化生產花卉的專業生產業者後得知，國際花卉市場已逐漸走向M型化趨勢，亦即如果供貨品質一直無法提升，則將被歸類於M型分布的左側（表示僅能勉強大量生產，賺取微薄利潤，甚至完全無上市的機會）；而M型的中間位置，則是生產品質的基本要求，只要跨越到M型分布的右邊，除了是具有維持最高品質與深獲品牌形象肯定之外，其價格亦是相對維持最高價格，同時還有機會擴大生產規模與市場銷售通路；因此，正視M型化現象，是當前產業界必須注意的課題。在前進全球花卉市場方面，臺灣正面臨一個全新的國際競爭局勢，未來之挑戰雖然嚴峻，卻也蘊藏著無限的發展機會，但不變的是，惟有設法跳脫傳統的產業結構與思維，持續與世界接軌，融入國際市場，接受競爭與挑戰，方能永續發展。

附錄：臺灣鮮切花與盆花主要產地與花種分佈

臺灣鮮切花種類多元、分布廣泛，主要生產花種以百合、玫瑰、菊花、洋桔梗、文心蘭、火鶴、康乃馨、非洲菊等為大宗，近年來因應市場需求，也從國外引進許多新興花卉品種，包括有重瓣百合、孤挺花、袋鼠花、熱帶蘭花等，主要產地分布在臺中、南投、彰化、嘉義、高雄、屏東等地，但以臺灣中部的臺中、彰化、南投等產區，擁有良好的地理位置，再搭配夏天具有獨特中高海拔不同氣候帶的優勢，種植的花卉種類最多元，相關鮮切花產地生產花種彙整如附表 1。

臺灣的盆花種類亦是豐富又多樣，尤其以蝴蝶蘭、金錢樹、開運竹、香料植物、馬拉巴栗、常春藤、仙人掌、聖誕紅、黃金葛、鳳梨花等為大宗，近年來也是因應國內市場需求，也從國外引進一些新興花卉品種，包括有粉紅公主-聖誕紅、重瓣長壽花、歐洲牽牛花、西洋杜鵑、舞蝶花-康乃馨等；各項花卉多依據氣候與地形條件而定，主要產地從北到南遍及各地，主要有宜蘭、桃園、南投、彰化、臺南、高雄與屏東等地，相關盆花產地生產花種彙整如附表 2。

附表1. 臺灣鮮切花產地與花種分佈彙整。

產 區	代表性的鮮切花種類
宜蘭地區	銀柳、孤挺花、切葉枝材、鐵砲百合、海芋
臺北地區	海芋（白、彩色）、繡球花、切葉枝材、百子蓮、鳶尾花、金花石蒜、向日葵
桃園地區	向日葵、小蒼蘭、海芋（彩色）、飛燕草、香水蓮花、鳶尾花、雞冠花
新竹地區	海芋（彩色）、玫瑰、百合
苗栗地區	香水百合、玫瑰、姬百合、劍蘭、蝴蝶蘭、文心蘭
臺中地區	香水百合、葵百合、姬百合、劍蘭、玫瑰、非洲菊、蝴蝶蘭、火鶴花、文心蘭、洋桔梗、天堂鳥、伯利恆之星
彰化地區	大小菊花、非洲菊、麒麟草、康乃馨、玫瑰、繡線、翠珠、粉孔雀、香水百合、卡斯比亞、劍蘭、茴香、天堂鳥、蝴蝶蘭、星辰花、雞冠花、向日葵
南投地區	玫瑰、香水百合、非洲菊、文心蘭、康乃馨、滿天星、袋鼠花、切葉枝材、天堂鳥、東亞蘭（虎頭蘭）、火鶴花、星辰花、洋桔梗、鐵砲百合、姬百合、麒麟草、石斛蘭、蝴蝶蘭、金魚草
雲林地區	洋桔梗、大小菊花、蝴蝶蘭、文心蘭、玫瑰、晚香玉、天堂鳥、向日葵
嘉義地區	洋桔梗、香水百合、文心蘭、康乃馨、蝴蝶蘭、夜來香、卡斯比亞、玫瑰、嘉蘭（火焰百合）、劍蘭、雞冠花、鳳梨花、晚香玉
臺南地區	蝴蝶蘭、火鶴花、洋桔梗、鳳梨花、向日葵、晚香玉、天堂鳥
高雄地區	熱帶蘭花（石斛、萬代、腎藥、千代）、火鶴、玫瑰、雞冠花、文心蘭
屏東地區	鳥蕉類、椰子類、玫瑰、火鶴花、仙丹花、石斛蘭、文心蘭、蝴蝶蘭、夜來香、雞冠花、紅薑花、切葉類、粉孔雀、野薑花、青竹
花蓮地區	柔麗絲（紅藜）、玫瑰、火鶴、野薑花
台東地區	國蘭、蝴蝶蘭、柔麗絲（紅藜）

資料來源：本研究整理。

附表2. 臺灣盆花產地與花種分佈彙整。

產 區	代表性的盆花種類
宜蘭地區	各式小品 (常春藤、毬蘭) 、聖誕紅、麗格海棠、仙客來、初雪葛、孤挺花、觀葉盆栽、球根花卉、山蘇、口紅花、金桔
臺北地區	蔓綠絨、黃金葛、觀音棕竹、多肉植物、杜鵑、繡球花、海芋、百子蓮、國蘭、茶花、杜鵑
桃園地區	各式草花、聖誕紅、常春藤、繡球花、牽牛花、桂花、荷花、草皮、長壽花、繡球花
新竹地區	檀香柏、國蘭、蝴蝶蘭、茶花、各式草花
苗栗地區	聖誕紅、仙人掌及多肉植物、大岩桐、金錢樹、翡翠木、一葉蘭、香料植物
臺中地區	蝴蝶蘭、國蘭、東亞蘭 (虎頭蘭) 、火鶴花、球根花卉、文心蘭、石斛蘭、各式草花
彰化地區	蝴蝶蘭、各式菊花、馬拉巴栗、庭園苗木、草皮、金錢樹、非洲菊、多肉植物
南投地區	聖誕紅、虎頭蘭、開運竹、香冠柏、香料植物、國蘭、玫瑰、金錢樹、蝴蝶蘭、多肉植物
雲林地區	馬拉巴栗、蝴蝶蘭、仙履蘭、各式草花、沙漠玫瑰、國蘭
嘉義地區	蝴蝶蘭、國蘭、開運竹、熱帶蘭花、文心蘭、石斛蘭、仙履蘭
臺南地區	蝴蝶蘭、火鶴花、黃金葛、粗肋草、荷花、文心蘭、熱帶蘭花、金錢樹
高雄地區	蝴蝶蘭、火鶴花、虎尾蘭、粗肋草、千年木、熱帶蘭花、觀賞鳳梨、粗肋草、金錢樹、觀果類盆栽
屏東地區	大擎鳳梨、觀賞鳳梨、火鶴花、金錢樹、馬拉巴栗、各式草花、熱帶蘭花、蝴蝶蘭、蔓綠絨、觀果類盆栽
台東地區	國蘭、蝴蝶蘭、福綠桐、金錢樹、變葉木、千年木、百合竹

資料來源：本研究整理。





觀看花藝美學——凝視臺灣花卉價值的再現

周英戀

WorldSkills Floristry TW 國際技能競賽花藝職類裁判長

摘要

本文就文獻的時間軸向來探究花卉利用在臺灣社會曾經有過的蛛絲馬跡，以及九十年代之後，從事花藝相關工作者與花藝學習者斷層的因素；就空間面向釐清花藝教育紮根的困境。以「觀看花藝美學，凝視花卉價值再現」為題，試著透過訪談參賽學生與家長，了解其參加花藝競賽的動機，並在解析花藝在近 12 年來，參與國際技能競賽 (WorldSkills) 花藝職類，且逐漸成為媒體焦點之後，從凝視的觀點出發，探討公部門、參賽學生、花藝作品、花卉業者在陳述「花卉價值」的主體位置時將如何轉換。人們屢屢在透過設計者與花藝作品觀看花卉產業豐碩與美麗的同時，再現「人與花」所建立的關係，卻也發現某種東西從一個階段到另一個階段，它在不知不覺的遺落、穿越、轉換，而且總是或多或少失去了掌握，甚至於完全的不自知！例如：花藝技職教育的奠基、民間花藝技能的養成、人們生活美學的落實、花卉價值與價格的明確判斷……。臺灣自稱花卉產業王國。產業王國的建立需要「產、官、學、訓」與文化美學認同的同心協力才能臻至圓滿。花卉之美在於透過設計之後的「花藝」呈現，完美的作品啟動了花卉價值的提升，活絡了人們生活的感官與實用功能。期盼花卉產業看到「加工製造」之後的花藝之美，給予如其他產業面向同等的各種待遇，則花卉價值即可成就花卉產業產值。

關鍵字：花藝、花藝教育、花藝美學、花卉價值、宗教供花。

前言

七十年代之前的臺灣，喜愛「插花」是一件既光榮又體面的修身養性娛樂事；七十年代之後歐、美的「花藝」¹隨著臺灣經濟蓬勃發展而進入「插花界」。欣賞花卉之美的情境逐漸被「花禮」與大量的花藝會場佈置所取代，成為三十多年來

¹ 花藝初期由美國傳入臺灣時，插花界稱之為「西洋花」，有別於日治時期留存的東洋花。

的質變與量變。於是，「花藝」用花也隨著花卉產業一起成長；逐漸的，插花和花藝形成兩股「市場」，修身養性的插花與強調裝飾氛圍的花藝，用盡各種「手段」「招攬學生」，頓時；臺灣「插花市場」成為多角頭鑽營的年代。曾幾何時，臺灣不同領域的「花藝設計師」以生命中特殊的才華，用知識鋪陳花卉在季節、在不同場域的主題呈現；用花材、技能做為工具；他（她）們用「心」「插」花，為供奉神佛、為一場婚宴、為一個特殊的節慶日、為一個人生終點的儀式…。筆者從「台北花市」看到進口乾燥花擠壓鮮切花市場的窘境，看到花店一間間的轉型，看到臺灣花店業者前往中國推銷學習證明的晦暗…。八十年代迄今在臺灣曾擁有的花卉市場熱絡情境，竟然在不知不覺中遺落、穿越、轉換，或者說逐漸失去了某些優勢。

早期的臺灣社會民間常常出現一句揶揄話——不愛讀冊，去賣花！時序進入 21 世紀，時過境遷，「插花市場」蕭條，年輕人不再按部就班學習花藝知能，開花店者也不是不愛念書，只因為愛花而開花店，卻也常常鎩羽收攤。追根究底，乃是相關知識與技能的不足；另一個因素則是科技與資訊快速進入生活領域，花卉的裝飾也因而逐漸被其他媒材所取代。

我們不氣餒的是，另一道曙光露出一絲絲的希望，12 年來，臺灣因緣際會參與國際技能競賽之一的花藝職類²，也培養一批批傑出的年輕花藝設計師。吊詭的是，我們的社會並沒有把「花藝的位置」留給這些年輕人。筆者身為國際技能競賽花藝職類臺灣的裁判長，我感到憂心忡忡，「花藝設計師」在社會認同價值體系中被認同了嗎？整個社會氛圍找到花卉價值了嗎？如果沒有，那原因是甚麼？

關鍵字釋意

² 國際技能競賽係 1950 年由西班牙發起舉辦，目前國際技能組織 (WorldSkills International) (舊稱 International Vocational Training Organization) 會員國計有 77 個國家 (地區)，秘書處設於荷蘭。該國際組織之宗旨在藉由國際技能競賽大會及研討會等活動，增進各國青年技術人員之相互觀摩、瞭解與切磋，加強國際間職業訓練與職業教育資訊與經驗之交流，進而促進各國職業訓練與職業教育之發展。國際技能競賽 (WorldSkills Competition) 每 2 年舉辦一次，由各會員國分別申請主辦，迄今已舉辦 44 屆，目前正式之競賽職類有 46 種。花藝 (Floristry) 在 2008 年臺灣首次參與第 39 屆競賽，至今已參加過 6 屆 (12 年，含 2017.10.10~21 第 44 屆阿布達比國際技能競賽)。
<http://sc.wdasec.gov.tw/home.jsp?pageno=201111010003>

一、花藝

泛指花卉的應用與裝飾。花藝，有別於插花。日治時期留存於臺灣的插花，屬於修身養性的花道（日文稱：生け花（いけばな）-生花）臺灣通稱為插花。花藝，係七十年代來自歐美體系，以利用自然界的切花、切葉、盆花作為主要媒材；包含花、葉、根、莖、果實、乾燥花…等，搭配非植生配件（例如珠寶、羽毛、貝殼、布料、皮革、金屬、水管、塑膠……等），加上巧思與設計實作，使之成為具有各種造型美的花藝作品。技巧為利用花泉（吸水海綿=oasis）、試管、保鮮管作為花材之保鮮；並以各種編織、黏貼、捆綁、包紮、鋪陳及穿刺……等技巧固定。完成的作品得以搬運，得以成為花禮、商品或藝術品者，並可裝飾於生活中之生命禮俗、歲時禮俗等相關儀禮空間、特殊節慶宴會之人體花飾與婚禮花飾等。（周英戀2007）

二、花藝教育

狹義的教育是指學校教育，根據一定的社會要求和受教育者的發展需要，有目的、有計劃、有組織的培養社會需要的人的活動。廣義的教育則是指增進人們的知識技能，影響人們思想觀念的一切社會活動。教育涵蓋教導與培育。換言之，教育就是有經驗者，要將其既有的經驗傳承給後續的人，而用以教導和培育的方法。臺灣花卉產業所行銷的「花卉利用」範圍廣泛，花藝就是花卉利用宣傳行銷最直接的「中介者」之一。花藝作品主要媒材是花卉植物。一件好的花藝作品需要專業知識的養成、技能的實踐與美學的薰陶，這些都需要透過專業知識的傳授與專業技能的經驗傳承，才得以緊密的貼近產業。當社會結構改變、建築空間配置全球化、輕食餐飲夾揉著時尚生活美學的提升之後，花藝設計已不再只為裝飾或點綴某些特定場合、環境的一門技巧，更是一門花卉裝飾文化藝術。也因此，各種專業知識的傳授與花藝技能的傳承就是最直接的花藝教育。

三、花藝美學

美學的內涵在於創意、啟發、包容與人性的彰顯。美學的形式在於技能的實踐、秩序、規律、和諧與作者生命力的涵蘊。狹義的花卉是指具有觀賞價值的草本植物。廣義的花卉除具有觀賞價值的草本植物外，還包括各種喬木、灌木、盆景、地被植物……等。不同地域環境所生產的花卉植物可營造出理性與

感性面的生活美學空間。花藝之美即是生活中感官功能的養分之一。³花藝美學是一種價值觀，是生活方式的選擇與品味展現，取決於個人感受與經驗，既滿足過去美學意義（真善美），也滿足當代禮俗與裝置的實際需求，是一種結合人文、科技、藝術、自然力所展現的生活品質與內涵。從花藝三個面向看美學的完整圖像，包含：

1. 根基：時間的軸向，常民利用花卉裝飾生活的歷史年代久遠，日治時期即有文字與圖像文獻記載。百年來，在臺灣農業發展過程中，花卉利用留下諸多的文獻與圖檔，這些都是花卉美學的底蘊。
2. 結構：空間的橫向，花藝美學空間論述有如建築的「結構」：花卉材料形塑花藝造型。藝術的自由獨立，不牽涉科學與倫理問題。沒有型就沒有自由。花藝屬於空間佔有的空間藝術；花開花落，是時間的呈現，亦是時空並列的藝術，因此花藝造型是值得用心體會及創作的藝術形式。
3. 量體：花藝美學的量體包含：知識涵蘊技能與實踐、中介者的實體呈現（花，即是信仰中介者的物件）、美學價值、寓教於樂、怡情養性、物質與精神需求的依賴等，這些都是最寶貴的量體呈現。

四、花卉價值

價值，以花卉而言，泛指人們對於花卉表現出來的積極意義和功能性。「花卉」可視為是能夠適時反映的「花藝作品」且具有「服務或金錢」等值的總額。在經濟學中，價值是商品的一個重要性質，它代表該商品在交換中能夠交換得到其他商品的多少；價值通常通過貨幣來衡量，成為價格。「花藝」有無價值，主要在於它能否引起功能所帶來情感表達或滿意度的多寡。花藝美學經濟，能帶來多少花卉產業價值？這，沒有標準答案，價值必須與人有互動才能衡量。當，具備了花藝美學的根基、結構與量體，人在其間開始互動時，花藝提供的「空間實踐」享受，隨即會在人的生活中開始產生，這種價值，就是花藝美學所衍生的經濟價值。有名的例子—臺灣花卉產業、荷蘭花卉產業、正在興起中的中國花卉產業……。雖然國家與文化皆不同，但「花藝美學」所能創造的花卉價值，確是無庸置疑的。

³ 感官，泛指接受外界刺激分布在部分身體上的感官神經，是生物體得到外界資訊的通道。以人類而言其包含視覺、聽覺、味覺、嗅覺、觸覺等五感。

五、宗教供花

不同的宗教皆有以花做為和自己信仰的「神」形成「心靈合一」的連結界面，尤其是佛教，花一直是信仰過程不可或缺的物件。以花供佛是佛教文化的一大特色，從經典中的四供養到十供養，皆可見到花與佛連結的場境。傳統佛教供花約有三種形式：以蓮花瓣或花形紙片置於圓形竹器花筥供灑散，稱為「散花」，有如佛經所形容的「天女散花」；以花皿盛置鮮花或花瓣供於佛前，稱為「皿花」或「堆花」；在瓶中插上鮮切花，即為「瓶供」。佛教供花習俗在臺灣「儒、釋、道」一統的信仰中，也扮演著非常重要的角色，尤其是約定俗成農曆初一、十五的朔望日，以及各個生命禮俗和歲時祭儀等活動，供花總是人神溝通的中介者。在佛案前供花具有教育的意義。佛教講究因果論。花是代表因。所謂「花開結子」，花是結子的因。沒有花開的過程，就沒有「結果」的收穫。佛前供花，是要提醒信奉者多播種善的因，將來才有美的果。有了代表因的「花」的提醒，人們才會常常自勉自勵，檢討自己的行為，朝著人生美好的目標前進。於是「供花儀式」成了宗教上舉足輕重的祭祀儀禮。

小結：清楚認知花藝相關的關鍵字意涵，即可輕鬆愉快的敲開花藝之門。

回首來時路——花卉利用在臺灣

一、啟蒙期

啟蒙期是臺灣花卉利用的形成期。花卉的裝飾與應用在臺灣，始於民間宗教信仰的祭祀與婚喪禮俗。日治時期 (1895-1945) 執政者以「插花 (生け花-いけばな)」做為文化教育的一環，在中學的生活美學教育中落實，也在當時的上流社會行禮如儀。在筆者的田野訪談中，瞭解插花活動是當時上層知識婦女們做為修身養性的閒暇娛樂。⁴

二、以花會友

⁴ 筆者訪談一親戚，係日治時期接受日式教育者，她談到在嘉義女中上課時有插花課程，只要是女同學都要上插花課，透過插花課程學習居家布置美化家庭；還提到在嫁妝裡，她母親還幫她準備一個花盆與劍山。

1946 年臺灣政權轉移。國民政府來臺，民間使用花卉的祭祀與禮俗活動依然。另一種「以花會友」的交際場域卻也悄悄的在上流社會夫人們的聚會中形成。戰後，臺灣人與日本人通婚者 (女性)，選擇留在臺灣；臺灣留學日本者選擇回臺灣，⁵這些經歷過學習日本插花的人士 (女性居多)，於閒暇時候，將日本的「東洋插花」教授與當時的商賈或達官夫人、千金小姐，形成另一種交際文化。最早進入臺灣的插花流派是池坊華道與小原流，後來逐漸又有草月流、日新流、松風流、未生流、映月古流……等。

1965 年國際花友會中華民國分會 (Ikebana International Taipei Chapter #105) 成立，1967 年取得正式分會資格。1969 年臺灣省插花協會成立，此協會為當今的中華插花協會；中華插花協會原名稱為中華民國插花協會。這協會的組織成員多為臺灣上層社會人士，以愛好日本各流派的東洋式插花為主軸。這時期，在臺灣的插花界流行著以「花」會友的盛況。

三、文化衝擊期

七十年代臺灣經濟急速成長，國民所得平均也逐漸增加，當時政府政策符合國際時勢的判斷，且在權威政治下有極穩定的投資環境，加上國人勤勞節儉的特性，這些條件都是良好經濟基礎的因素。當人民在物質需求有了保障之後，就會尋求精神上的慰藉。在這之前，臺灣的花卉裝飾與應用，重點仍在宗教信仰的祭神活動及民間的婚喪禮俗；以及極少數上流社會中仕女們的定期插花聯誼活動。西方花藝也就在這樣的時空環境背景下引進臺灣。

1976 年臺灣開放觀光之後，提升了國人的視野，同個年代層適時的引入美國商業花藝，並帶動歐洲人文藝術花藝的流行風潮，也喚醒一些知識份子對於「插花」文化所呈現出「民族性」的探究。七十一九十年代⁶，短短二十年，臺灣與世界花藝接軌、交流達到一個巔峰期，更是臺灣花卉產業界將花卉裝飾、應用文化，

⁵ 筆者初學池坊華道的啟蒙老師——黃董梨教授，即是在日治時期遠赴日本習醫。第二次世界大戰爆發，應家長要求回到臺南。後來在台南家專(現改為台南應用科技大學)任教插花與花卉相關的課程。

⁶ 財團法人中華花藝文教基金會於1984年成立。由當時的行政院長俞國華夫人余董梅貞為召集人，執行者為前歷史博物館館長黃永川教授，黃教授透過歷史文獻爬梳屬於中國傳統文人、宮廷內的花卉裝飾；從文獻中，再逐一以文字、文本搭配國內的花藝設計師作品，循序漸進的整理成冊、出版。藉由公部門舉辦一年一度的花展再造傳統，做為傳統再現的文獻保存。

從上流社會逐漸轉移到一般大眾消費的一大轉捩點。民間團體也相繼在此階段成立。參照內政部登記的臺灣花卉團體一覽表 (以成立日期為順序)(表 1)。登記有案的團體繁多，本文僅列出有經常性舉辦活動者。

四、商業花禮的濫觴

臺灣開放觀光之後，民眾得以自由前往不同的先進國家旅遊。在參訪過程中吸收了各種時尚美學，其中花藝的設計與應用也在這期間被大量的帶回臺灣。有日本的花藝設計、美國商業花禮、歐洲人文藝術花藝等，這些花藝的引入者大都為已經在日式插花領域深耕多年的「插花老師」。

表 1. 內政部登記的臺灣花卉團體一覽表(以成立日期為順序)

成立日期	團體名稱	類型	分類	備註
1967.5.18	國際花友會中華民國分會第 105 個分會	社會團體	國際團體	融合東西花卉文化
1969.9.21	中華插花協會	社會團體	學術文化團體	原名稱為：臺灣省插花協會；後改名為中華民國插花協會；之後又改名為中華插花協會。
1983.9.12	中華花藝設計協會	社會團體	學術文化團體	原名稱：中華民國花藝設計協會
1984.6.04	財團法人中華花藝文教基金會	財團法人	學術文化團體	許可機關：教育部中華民國 75 年 5 月 22 日台(75)社字第 21902 號函
1990.8.03	財團法人中華花藝研究推廣基金會	財團法人	學術文化團體	許可機關：行政院農業委員會七十九年五月三日(七九)農輔字第九一一八一四三A號函
2000.5.28	台灣花店協會	社會團體	經濟業務團體	全國性

資料來源：內政部網站 <https://npom.moi.gov.tw/npom/homepage/list>

西方花藝進入臺灣最明顯的例子，即是從 1981 年迄今，美國花藝學校 (America Flower Art School)⁷負責人詹姆士 (James Moretz,AIFD) 首度接受臺灣花店的邀請來臺招生上課。美國花藝學校在臺灣花店內的上課，除了課程的材料費、師資費之外，每一課程結束也分階給予學習證明。學習證明也分階有不同的金額收費；此民間教學、發給學習證明、收費，至今不殆。教學課程以介紹西方花藝的起源、功能以及如何將花卉設計成為花禮商品為主，是臺灣的花店經營趨向商品化的濫觴。1983 年該花店業者廣招熱愛花藝的設計者成立「中華民國花藝設計協會」，有別於已經在政府立案的國際花友會和中華民國插花協會。⁸因此，所謂的西式花藝設計 (當時簡稱為：西洋花)，在臺灣社會逐漸普及化的同時，也相對提升了花卉產業及其周邊行業的發展。

五、花藝技術科成立

1988 年教育部設立延教班，花藝技術科也在這個時期開設，屬於花藝技職教育的投石問路之一。⁹延教班技藝教育為協助學生，從技能學習導向教學中，發掘自我興趣與潛能，瞭解工作實際狀況，規劃未來生涯的發展。透過技職教育幫助學生從多元角度認識自我。透過職業試探教學，提供技能學習職場經驗，讓學生親身體驗技能行業的職場環境與角色。花藝技術科即是在臺灣發展花卉產業初期所規劃設計的。初期歸類在農業類群。¹⁰2001 年在「技藝教育改革方案」中設立技

⁷ 美國花藝學校(America Flower Art School)，臺灣諸多人士翻譯中文為「芝加哥花藝學院」，這完全不對也不合乎中英文的對照。America Flower Art School 是在美國芝加哥城市立案的，它是一個類似臺灣花藝業者工作室的花藝學校；翻譯成「芝加哥花藝學院」是和原英文對不起來的。然而，吊詭的是至今國人教育普及、科技資訊快速的年代，卻仍有一些人渾然不知其究竟！

⁸ 中華民國花藝設計協會的成立，源於臺灣商人和美國商業的人造花生意往來所搭建的花藝教學橋梁。花藝教學由花店執行運作，協會的基本成員則大都是由學習花藝的人士所組合。筆者在中華民國花藝設計協會成立之始，擔任成立時的相關文件撰寫人之一。猶記得當時，臺灣仍屬戒嚴時期，要成立新的人民團體需要國民黨的文工會、組工會同意。協會成立幾經波折，最後乃借重友人兄長任職國民黨黨工從中協調說明始得成立。

⁹ 延教班的設立，緣於 1968 國民教育實施之後，政府為提升國民素質，擬延長國民教育年限基礎，規劃延長以加強職業教育為主。自 1983 年 8 月起實施。計畫內容於各高職開設部分類科，提供未升學、未就業的國中畢（結）業生，不需甄試就可就讀，以習得一技之長，方便就業。花藝技術科為其中之一，設科學校為國立淡水商工職校與國立臺中高農職校。目前延長班已經更名為「實用技能班」，附設在高中職辦理的技能特別班，花藝技術科已改為園藝實用技能班。

¹⁰ 農業類群包含花藝技術科、農業技術科、園藝技術科、園景技術科、茶業科、寵物經營科、畜產加工科、烘焙食品科、食品經營科、觀光實務科…等。

藝教育資源中心，花藝技術科重新界定在家政類群中。¹¹課程有必選修及一般科目、專業及實習科目、國防通識、健康與護理之外，須含通識教育（職場經驗、技能證照、建教合作、校外實習）等，以及班會、週會和聯課活動。高職三年應修150學分。花藝技術科的成立培育出一些目前在花藝界經營有成的花藝設計師。

六、臺灣—中華花藝的新故鄉

當日式插花和花藝設計在臺灣「插花市場」「較勁」的同時，另一股「中國插花」挾著以學術為本位、以臺灣花藝師為「巧工」，急速的在臺灣興起。由當時的行政院長夫人俞董梅貞女士，也是中華蘭藝社董事長多方推動；前國立歷史博物館館長黃永川教授傾全力從中國古歷史文獻、繪畫裡，爬梳花卉應用在中國傳統文人書齋、宮廷的空間配置。這過程中結合臺灣一群熱愛東洋風格的「插花老師」，使用臺灣的工料，「插花老師」們把既已經學會了的東洋插花的工法、工序，發展出富有人文藝術涵養、花卉美學的獨特風格作品。中國歷史上記載的花卉裝飾文化，因緣際會的在臺灣重現；黃永川教授如是說：臺灣是中華花藝的新故鄉。

七、歐式花藝的引進

相較於花店業者以美國的商業花藝設計為藍本，另一群熱愛人文藝術花卉的仕女們從歐洲引進另一種花藝風格。在八十年代初期，這些花藝老師們結伴前往歐洲旅行學習花藝，也陸續引入歐洲的花藝師來臺授課。經過一段時間的薰陶，這一群熱愛歐洲花藝的仕女們共同推舉當時農委會孫明賢夫人孫沈嘉惠女士為發起人，以農委會作為許可機關，成立財團法人中華花藝研究推廣基金會。此基金會的特色，是結合全國熱愛花藝研究和推廣的同好人士，相互研究花藝之美。經常性的聘請國內外花藝界專家學者舉辦各種花藝教學、辦理展覽會、觀摩會、花藝資格檢定會、花藝競賽及花藝表演會等專業知識教育；進而結合國內教育單位推廣花藝、出版花藝刊物、書籍等。

此基金會組織成員特質大都為婦女階層，從身為「母親與女性」的角度出發，熱情洋溢的推動花藝設計連結居家生活美學。現任董事長也曾扮演「說客」，向前勞委會主委當面提出由政府認證花藝設計證照的重要性。至今該基金會仍以花藝教育為重的理念，透過定期的花藝專業研習，培育花藝師資人才，豐厚國人花藝

知識與技能積累，美化國人的心靈與生活為目標繼續朝前扮演另一股推動花藝教學的民間力量。

小結

70-90年代，是臺灣花藝界繁花盛開時期。歐美花藝的引進，人民團體的成立，置身在百年花卉情緣路徑裡，曲折也美麗。我們不能忘記陪伴著這些人民團體或是熱愛花藝的莘辛學子的幕後功臣——公部門、花卉產業以及執臺灣花卉銷售牛耳的台北花卉產銷公司。¹²

參與國際技能競賽 (WorldSkills)

透過花藝參與國際，源於臺灣民間團體花店業務的「花禮電送」聯盟連結。官方的花藝交流與競賽，為勞動部在2007年首度參與國際技能競賽迄今，接著2010年臺灣在臺北舉辦四年一次的國際園藝博覽會 (International Association of Horticultural Producers, AIPH/IAHP)；2018年國際園藝博覽會再次在臺灣臺中登場。

2007年迄今臺灣參與兩年一次的世界官方各種技能競賽——國際技能競賽 (WorldSkills)，將近50個職類，花藝為其中之一，成績斐然。此國際技能競賽，參賽者年齡規定在22歲以下，且一人一生只能參加一次。該國際組織之宗旨在藉由國際技能競賽大會及研討會等活動，增進各國青年技術人員之相互觀摩、瞭解與切磋，加強國際間職業訓練與職業教育資訊與經驗之交流，進而促進各國職業訓練與職業教育之發展。花藝競賽的題目總共有必考項目：手綁花束、新娘花飾、切花配置；選考項目：花環（非喪禮用）、室內花飾（吊飾、壁飾、立式花飾）、桌花裝飾、盆花配置、主題設計花飾、物件花飾、花珠寶、身體花飾等。競賽前，試題委外設計；試題由技能競賽經理確認，會考量選手之技能程度、時間限制，以及可用的材料與設備等。競賽會場提供的資訊包括：競賽規則技術說明書、評分計畫、試題基礎設備、材料清單、健康與安全文件、其他與競賽有關之資訊。

¹¹ 臺中市技藝教育資源中心。http://www.tcavs.tc.edu.tw/skill/2-1.asp

¹² 本次研討會，台北花卉產銷公司，另有相關文章發表，於此不贅述。

國際技能競賽標準規格如下：(資料來源：參考 2017 國際技能競賽花藝職類，技術說明書 (版本：v6.0-WSC2017))

一、工作組織與管理

1. 個人必須瞭解：

- (1) 花藝產業的範疇與特性以及如何與其他專業人士合作。
- (2) 花藝設計的設計原理與實踐要素。
- (3) 健康與安全法規、義務、文件要求與執行。
- (4) 工作組織與排定優先順序的重要性
- (5) 時間管理的重要性：執行工作時可減少浪費、節省成本的方式與花藝產業相關之永續性考量。

2. 個人必須能夠：

- (1) 具有創意、藝術、創新與運用資源的能力，表現原創性。
- (2) 擁有理論與技術專業。持續在產業上求精進、與時俱進，熟悉新的創意、風格與材料。
- (3) 展現有意願嘗試新方法、接受新改變。
- (4) 在符合健康與安全規範的條件下有效規劃、組織工作，將可用的資源做最有效的運用。

二、照顧材料與工具

1. 個人必須具備下列知識：

- (1) 瞭解花卉各種正確學名。
- (2) 瞭解盆花與切花的季節性、採收後的照顧方式與儲存條件。
- (3) 在花藝製作過程中適當的運用技巧使用工具與設備。

2. 個人必須能夠：

- (1) 以適當的方式照顧採收後的所有花材。
- (2) 為因應設計所需，將花材儲存在正確的溫度下以維持良好的狀態。
- (3) 使用正確的設備、工具；選擇適當的容器、花材、非植生材料等製作作品。

三、商業與溝通

1. 個人必須瞭解：

- (1) 透過簡要說明來建立與維持客戶信任的重要性。
- (2) 與同事和其他專業人士建立維持生產力之工作關係的重要性。
- (3) 如何解決誤解，以及不同需求間的相互衝突。
- (4) 透過簡要說明來表達對客戶有同理心的重要性。

2. 個人必須能夠：

- (1) 運用花材、花瓶、容器、配件等設計出符合商業功能的作品。
- (2) 考量不同種族內涵，挑選並使用適合的材料詮釋作品。作品風格與特色得以符合展場的實際需求。
- (3) 做足準備，確保作品安全並安穩送達展示場合。

四、花藝設計相關概念的學習

1. 個人必須瞭解：

- (1) 整體組合、色彩、創意、技巧形成的理論與實踐。
- (2) 主題詮釋的依據；花藝作品流行與趨勢。
- (3) 花藝作品切合實體環境的重要性；認知花藝文化差異的表現，例如婚禮與民俗活動。

2. 個人必須能夠：

- (1) 陳述設計原理與要素，應用在作品相關設計上。
- (2) 選擇製作中使用的花材、容器、裝飾配件、技術輔具等，設計出符合主題詮釋的花藝作品。
- (3) 作品得以反映傳統與創新，並透過設計有效運用色彩支配、對比與組合，建立出色彩位置的呈現，傳達感官訊息營造和諧感。

五、必要的花藝工作

1. 個人必須瞭解：

- (1) 如何準備、處理與使用花材。
- (2) 保持工作區域整潔的重要性，並熟稔井然有序的工作效率。

2. 個人必須能夠：

- (1) 根據實際的情況，有效地排定工作的優先順序。
- (2) 根據專案要求，創作出符合個別主題訴求的花藝作品。
- (3) 運用合適的技巧來製作物件裝飾，完成的作品得以突顯物件的主題訴求。

六、室內裝飾

1. 個人必須瞭解：
 - (1) 室內裝飾的定義，包括吊式、立式、隔屏、屏風與壁飾設計。
 - (2) 室內花藝創作作品在溫度、通風與光線相互交錯之下，符合且能詮釋主題，使之對環境產生感官功能影響。
2. 個人必須能夠：
 - (1) 使用合適的技巧(吊飾、屏風、壁飾)等，或結合數種技巧來創作室內裝飾，以支援活動或各種環境所需之情境裝飾。
 - (2) 得以創作適合活動所需的大型或複雜的作品，供節慶展示或公司展示用。

七、使用盆栽的花藝作品

1. 個人必須瞭解：
 - (1) 與盆栽組合相關的健康與安全實作方式。
 - (2) 可用於室內與室外展示的盆栽種類。
 - (3) 瞭解盆栽的正確名稱、保存方式、盆栽使用與維護管理、盆栽的季節性、環境條件對盆栽的影響。
 - (4) 如何在展示作品中使用正確的介質、容器，來讓盆栽繼續生長。
2. 個人必須能夠：
 - (1) 在適當的主題、場合與活動上，運用設計原理與美學來製作組合盆栽作為花藝創作的作品之一。
 - (2) 照顧盆栽，盡可能地延長其壽命，使其在使用前至使用時都能維持良好的狀態。

八、新娘花飾作品

1. 個人必須瞭解：

- (1) 婚禮的範圍與種類；文化與宗教考量。
- (2) 可供舉行婚禮的場地。
- (3) 詮釋與婚禮有關的主題，花藝作品得以簡要說明其影響力。

2. 個人必須能夠：

- (1) 設計與準備適合於婚禮型態、規模與特色的花藝作品，包括婚禮的大型與複雜程度高的展示作品。
- (2) 創作可以增添新娘獨特風格的花藝裝飾作品

九、特殊花藝專案任務

1. 個人必須瞭解：特殊專案任務的範圍與規模
2. 個人必須能夠：
 - (1) 對客戶詮釋溝通，定出花藝上的要求、主題、預算等。再根據客戶所給的概念來設計花藝作品。
 - (2) 創作與監督花藝專案任務的配置與裝置。
 - (3) 對過程執行品質保證管理，確保完成的專案任務可達到最優質的標準，並符合客戶對專案任務的期望與要求。
 - (4) 得以在特殊與高規格專案的高壓狀況下工作。

小結

時序進入 21 世紀，花藝由臺灣的年輕人接棒，從國內勞動部所舉辦的全國技能競賽，延續兩年一次的國際賽，屢屢締造佳績。在近 12 年來參與國際技能競賽 5 屆，得到全世界金、銀、銅、優勝第一名等殊榮，成績斐然。AIPH 國際園藝展，其中有一項花藝競賽，更是臺灣花藝界競相獻藝的舞臺。官方透過花卉利用（包含花藝）與世界接軌。從國際競賽中獲得非常寶貴的競賽規格與規則之內容指引，這些專業知識與常識，值得臺灣花卉業界與花藝界做為寶貴的借鏡，延續技職與職場教育的範本。

花藝專業知識的養成

要瞭解花藝專業知識之前，必先瞭解花卉生產的來源，因此認識園藝相關專

業知識就顯得格外的重要。園藝領域涵蓋花卉、蔬菜、果樹、園產品加工與處理、景觀造園、生物技術（遺傳、基因轉殖、育種等）。要瞭解花藝設計使用的各種花卉，那麼認識植物生長的季節、生態、花形、色彩、質感……等相關知識，是絕對必要的課程。花藝設計使用的媒材與設計的作品範圍廣泛，要成為一位全方位的花藝設計師，必須具備花卉知識、設計原理、生活美學與倫理……等相關知識。

一、認識基本園藝

園藝，即是關於花卉、蔬菜、果樹或其他植物的栽培技藝。在「中華在線詞典」中，把園藝解釋為農業生產的一個重要組成部分。指蔬菜、果樹、花卉、食用菌、觀賞樹木等的栽培和繁育的技術；又泛指與庭園有關的工作，透過園藝的活動，可以栽種各種蔬果、花卉、植物，也可以做為觀賞、美化環境之用，甚至可以進行關於植物學的科學研究。園藝分為果樹園藝、蔬菜園藝和觀賞園藝(花卉)。現代園藝產品已成為許多家庭用於補充食物營養、美化空間、淨化生活環境的生活必需品。

那什麼是生活園藝呢？指生活中任何有關於園藝的環境或事物皆屬之，其範圍相當的廣泛，不只是侷限在種植蔬果的行為。生活園藝的組成元素包含：植物本體、形態、特徵；空間中的物質：陽光、溫度、水、空氣、土壤、造景材料等；陳設影響因子包含容器、盆栽、擺設原則、光線利用、風格營造等。

1. 生活園藝場域涵蓋：

- (1) 室內：運用不同方式將園藝（組合盆栽）融入客廳、臥室、浴室、餐廳廚房中。
- (2) 陽台：陽台是室內空間的延伸，園藝的布置展示，為現代人生活增添一分逸趣。
- (3) 戶外：分為居家、社區、學校、森林及農場五大部分。

2. 生活園藝範圍涵蓋：

- (1) 食：包含蔬菜、水果、花卉。例如葉菜類和水果製做成沙拉，經由藝術擺盤，搭配花卉加工處理後的花果茶，即可達到視覺挑動味蕾進而舒緩身心壓力的功效。

- (2) 衣：人類在遠古時期即以自然植物遮蔽或裝飾身體。例如婚禮時佩戴的胸花、新娘花飾以及原住民頭飾佩戴都是屬於裝飾的一部分。
- (3) 住：現代人透過園藝栽種、花卉擺設，隨即美化環境、提升生活品質，陶冶性情。
- (4) 行：常見的園藝栽種有行道樹及分隔島花壇景觀設計，花卉植物扮演了空氣淨化、環境美化、乘涼休憩……等功能。
- (5) 育：透過園藝的學習將引發一連串的認知活動，不僅可獲得新知，更包含感官上的刺激、有助於個人身、心、靈三個層面的整合。
- (6) 樂：透過與大自然無聲的對談，親自動手從事園藝愉悅的活動，可體驗自然奧妙，可沉澱心緒、拋卻煩惱，養成生活中美學的品味。

3. 生活園藝功能：

- (1) 個人情緒功能：怡情養性、紓解生活壓力、培養興趣與治療。
- (2) 家庭生活功能：淨化居家空氣、美化居住環境、增進家人關係。
- (3) 社會互動功能：節慶氣氛營造、人際互動增進、增進環保意識。

在花卉業界的認知裡，花卉、園藝、景觀被稱為「有血緣關係」且互為一體的生存鏈。花藝，曾經被揶揄為「雕蟲小技」，但生活中近距離的花卉裝飾，卻非要精緻細膩的花藝不可，例如居家客廳的裝飾、婚宴上的新娘捧花、身體花飾的「花珠寶」設計等。這些都要利用到各種不同的花卉與質感、色彩的搭配，再透過細緻的技巧呈現。因此，要成為一位全方位的花藝設計師，首要的條件即是認識基本園藝相關知識。

二、花藝教育制度

1. 師徒制

花藝教育的養成和其他園藝、景觀相關的知識、技能教育同等重要。早期在臺灣學習插花是以「師徒制」傳授。花藝花禮引進的教學呈現多種不同的樣貌，有專精於花店經營的商品設計、有著重人文藝術為主軸的歐式教學系統。初期的花藝教育仍依循「師徒制」，有花藝經驗者傳承給想要學習花藝的人。坊間的花藝教室就在「師徒相授」中展開了。因為花藝設計的花形、色彩豐富，學習花藝的人越來越多，也帶動臺灣經濟起飛期

的各種花藝展等；尤其是雙十節的花車遊行，曾經盛況一時；民間廟宇的迎神賽會，花車裝飾更是對於所信仰的神明不可或缺的莊嚴禮敬表現。

2. 花藝教育養成

一件好的花藝作品需要專業知識的養成、技能的實踐與美學的薰陶，這些都需要透過專業知識的傳授與專業技能的經驗傳承，才得以緊密的貼近產業。

當社會結構改變、建築空間配置全球化、輕食餐飲夾揉著時尚生活美學的提升之後，花藝設計已不再只為裝飾或點綴某些特定場合、環境的一門技巧，更是一門花卉裝飾文化藝術。也因此，各種專業知識的傳授與花藝技能的傳承就是最直接的花藝教育。

目前臺灣的花藝教育養成場所除了民間「師徒制」、花店業者開班授徒、政府立案的基金會推展花藝教育諮詢。正規花藝設計教育即是規劃在政府技職教育體系下的相關設計科系，包含在園藝科系、造園景觀科系、產品工業設計系、餐飲觀光科系、學生社團、通識課程、教育推廣中心等。

花藝是一門和人文、美學、空間、設計、藝術息息相關的「專業事業」。一位全方位的花藝設計師，有必要且必須去瞭解一般能力與專業能力相互之間的重要性。分述如下：

- (1) 一般能力：包括培養關懷生命的情操、瞭解生命禮俗與歲時禮俗等相關知能。具備基本設計能力、認知花卉生長環境及習性、熟悉花卉材料與多元媒材與花器的選擇運用、熟練基本花型、花飾設計技巧等。
- (2) 專業能力：包括專業知識、專業技能、專業態度等。
 - a. 專業知識：包含物種相關的生態環境、季節性花材、花卉物種分佈、吉祥花卉意涵。瞭解生命禮俗與歲時禮俗及各種節慶活動之相關花卉裝飾意涵。認知設計內容所包含的種類，有盆花、切花、乾燥花、押花、室內園藝、商業花藝設計、慶典禮俗花藝、民俗花卉應用、身體花飾、餽贈花禮……等。
 - b. 專業技能：

設計要素：色彩、花材、花器、配件、非植生素材……等。

設計原理：平衡、韻律、比例、統一、一致性、和諧等。

設計技巧：插作、包裝、綑綁、纏繞、黏貼、鋪陳、穿刺等。

c. 專業態度：包含人文素養、多元智能、全人教育發展……等。

3. 參與全球化交流

2002年臺灣正式成為世界貿易組織 (WTO) 的成員之一。世界各地花材在自由貿易交易之下，呈現多樣交融且豐富面向。臺灣和歐美各地的花藝設計師也在國際間，以各自不同的文化面向作為花藝藝術交流的管道，更帶動臺灣花藝走向國際舞台的契機。貿易商也開始從世界各地進口不同材質的容器、配件等，促進民間團體、花卉業者舉辦各種花藝展示與競賽。

小結

花藝設計透過國際交流，行銷臺灣豐碩的花卉產業與臺灣島國花卉文化；透過競賽將臺灣花藝教育與人才的養成放諸國際公領域中，以花為媒介，以花藝設計師為親善大使，與世界各國接軌，活絡國民外交且呈現真善美的路徑。

花藝證照的認證制度

證照泛指通過認證之證明文件，可用於證明個人具有該專/職業所需的基本專門知能與技術能力，亦是個人成為專業/職業人員品質保證的機制。¹³透過證照的認證成為該行業的專業人才。專業人才必須具備專業知識和經驗之外，也需具備跨領域的知識與經驗，並能夠根據這些知識和經驗，提出符合業者需求的對策與方案。花藝是一種可以呈現出人文藝術與生活美學的作品，在製作過程需要相關專業知識與技能的訓練，因此，花藝證照認證的過程與價值積累就愈顯得慎重。然而，目前在臺灣，「花藝證照」的認證幾乎是沒有任何的章法，甚至到了「瞞天」飛揚的情境。¹⁴常見所謂的花藝證照，內容全以英文或日文敘述，沒有擁有者的中

¹³2014年4月《教育資料與研究雙月刊》第93期 頁34。

¹⁴筆者在今年4月接受一政府單位評審一花店業者投標案，內容與花藝相關。因先前投標沒得標又再投標，業者向政府單位的承辦人員強調，所聘請專業講師是有日本花藝執照的；故找了筆者前往瞭解花藝執照與投標內容是否相符合等。此一花店業者送審的學習證明是「日本某民間團體在臺灣委託花藝教學所給予的日文學習證明書」；對於標案內的設計與規劃，沒有清楚文字呈現、培訓技能沒有循序漸進的路徑，且無明確目標導向，和政府規定的目標達成有一段差距。換言之，業者所執一聘請專家是有「花藝證照」的，依照筆者經驗可能僅限於參與短期的花藝授課。對於政府規劃的會場技術人員養成或花店業者訓練所需專業知能與技能的詮釋尚有一段距離。

文名字、出生年月日、身分證字號 (護照字號)，以及中文內容敘述……等。看似荒謬，實則在臺灣花藝界行之多年；迄今仍使那些熱愛花藝者在價錢與價值的天秤衡量中，懵懂的擺盪著。

一、花藝技術士規範

2003 年秋天，筆者在一公開場合，碰到一農委會官員，當時，筆者拿著《台灣花卉園藝月刊》給這官員。月刊內有一篇筆者撰寫有關花藝技術士認證的專文。當時，這官員只冷冷的丟下一句話「讓市場取決！」官員把行銷花卉的「正道」——基本花藝教育與認證，解讀為「市場」，讓筆者為之驚訝！是的，就是「高價位行銷 (含學習證明的費用) 花藝」的商業行為，被認為是「市場」的營利方式之一。然而，筆者卻看到真正想投入這個產業的社會底層人士，因學習等經費的高昂，而望之卻步。

勞委會 (今勞動部) 在 1996 年以編號 137 規劃「花藝設計」檢定規範丙級、乙級。同一個時段啟動的農業類有園藝、造園景觀、農藝，至今超過 20 年，花藝仍未啟動實施機制。依照筆者的瞭解，全國高職園藝科教師們、花店業者都曾經連署要求勞動部辦理花藝技術士檢定，然而勞動部則依照農委會農糧署一紙公文駁回這些老師、業者的訴求。¹⁵事實上就勞動部技能檢定中心在花藝丙級、乙級的規範中，已經明確的陳述花藝和花卉產業之間連結的密切度，就商業用花的需求規範做了技能檢定的架構。也許是主管技術士單位業務負責人的「盲點與不知所為」，以致於，儘管相關教導花藝學界的教師、花店業者努力的陳情與說明，卻總以農委會農糧署一紙公文回覆；也因為其單位遲遲不辦理花藝技術士認證，以致於有些花店業者、花藝基金會自行印製、核發「證書」 (學習證明)，有些花店業者甚至誇大解讀自行印製的「證書」 (學習證明) 的功效¹⁶，跨海上演「行銷」至

¹⁵ 勞動部勞動力發展署技能檢定中心曾於中華民國 96 年 9 月 4 日，發文字號：勞中二字第 0960021904 號給筆者。主旨：有關「花藝設計」職類是否開辦技能檢定案，經函請行政院農業委員會提供意見如說明二、三，請查照。農委會於 96 年 8 月 27 日農授糧字第 0960147083 號函，稱之：「花藝設計的滿意度取決於消費者個人的偏好花材及其空間視覺效果，且花卉國人尚未視為生活必需品，本會評估目前尚無將花藝設計從業人員應納入管理法規管理及訂定一定比率之技術士證之需要。」

¹⁶ 有關「插花文憑」也有人直稱「插花證書」；六十年代在臺灣學習日本東洋流派插花，就有由日本各流派的「家元」在臺發給學習證明，並收取些微的工本費 (含臺灣和日本往來的郵資)。文中指稱的「花藝證書」不是勞動部勞動力發展署技能檢定中心所核發的國家技術士執照，而是臺灣

鄰近國家的荒謬劇。筆者日前前往鄰近國家訪問，還被一位花店業者攔路詢問「你們臺灣那個花藝證書是假的吧？」

政府核發技術士的取得過程，需要經過全國性的學科與術科公開考試，學、術科同時 60 分及格始得發證。花藝丙級技能規範與標準含括認識植物、認識花卉的生長和開花季節、花卉色彩的體系及配色原則與應用、組合盆栽、花卉文化與花藝、資材種類與使用、設計原理和要素、基本花形、花飾設計、乾燥花與人造花的設計、職業道德、環境保護等。花藝學科 450 題選擇題，包含專業知識與技能、安全衛生、職業道德等。術科有五個實作項目。乙級技能規範與標準含括室內綠化應用、切花與盆栽處理、花卉包裝設計、東西方花卉文化應用、節慶與會場布置、時尚花藝、櫥窗設計與花店經營、營業登記與職業道德和環境保護。¹⁷政府核發技術士的證照收費有一全國性的統一適用規範。¹⁸

二、技術士認證的效力

為何勞動部所核發的技術士如此的被依賴也青睞？學力=學歷。這是一條通往技職教育與技能開展最公開、公正、公平的路徑。因為技能檢定有該職類最基本的專業學術理論、生活與工作態度、環保與安全衛生等相關的架構做為學習、認知與測驗；還有符合該職等連結業界需求的技能鑑別度。諸多的行業需要專業證照的相輔相成才得以營業。當人們在透過政府的公信力所取得的職業技能能力證明 (證照) 時，可按照我國法規得以比照學歷的認證。換言之，學力=學歷。在華人社會重文憑輕技能所造成的偏頗社會價值觀之下，認為「唯有讀書高」的觀念需要一條正確的路徑引導；試想，即便「讀書，讀到研究所、博士，畢業了」，還

坊間學習「插花」或是「花藝」告一個段落後，由花藝老師、花店業者與國外花藝學校 (類似臺灣有立案的補習班) 合作所發給的學習證明，依不同階段收取不同的「證書費用」。另一種是民間成立財團法人，由教育部或農委會直接核准成立基金會，設立教育部門諮詢也執行花藝教學活動，課程結束後由基金會發給課程結業證書。

¹⁷ 筆者是花藝技術士的規劃委員之一，丙級技術士的術科包含：胸花、手綁花束、切花、花禮籃、新娘捧花。花藝乙級術科包含：手綁花束、切花配置、新娘捧花、桌花設計、主題設計。

¹⁸ 按照全國技術士技能檢定規費收費標準包含如下：報名簡章及書表費，每份新臺幣五十元。報名資格審查費，每人每次新臺幣一百五十元。學科測試費，每人每次新臺幣一百二十元。技術士證照費 (如身分證大小)，每件新臺幣一百六十元。換補發費用，亦同。技術士證書費 (如 A4 大小之懸掛式)，每件新臺幣四百元。換補發費用，亦同。不同職類的報檢人繳款金額亦不同，例如：園藝丙級新台幣 2,800；農藝丙級 2,200；造園景觀丙級 3,300；造園景觀乙級 4,770。

技檢中心網站：<http://www.wdasec.gov.tw/wdasecch/file/2016102906.pdf>

是要投入職場；倘若沒有一技之長，那麼，職場需求之於沒有一技之長，還是僅能遙望，高學歷並不等於高收入的職業。

在東南亞幾個發展國家當中，臺灣的技職技能檢定制度是最值得學習，也最驕傲的。截至此刻為止，技能檢定職類總共有 139 種，取得技術士證照的有七百萬人次，而且還不斷的在累積中。

依據「自學進修學力鑑定考試辦法」第五條：參加職業學校、專科學校畢業程度學力鑑定考試應考資格如下：「一、取得丙級技術士證或相當於丙級技術士證之資格後，具有三年以上之工作經驗；取得乙級以上技術士證或相當於乙級以上技術士證之資格後，具有一年以上之工作經驗，得應職業學校畢業程度之學力鑑定考。二、取得乙級以上技術士證或相當於乙級以上技術士證之資格後，具有二年以上相關工作經驗，得應專科學校畢業程度之學力鑑定考試。」前項各款有關相當於技術士證之資格認定事宜，由教育部會同行政院勞動部及各發照機關共同研商辦理。

此政策乃是 1996 年吳京先生任教育部長時，為推動落實常態編班、高中職多元入學方案、提升技職教育尊嚴等，建立「三條國道系統」，透過普通、技職、終身三條教育國道，藉以暢通升學管道，紓解升學壓力，讓學習更快樂。

小結

十年樹木，百年樹人。花藝設計是一門專業技能，唯有透過教育的養成使相關知識與知能內化之後，才能如流水行雲般的設計出符合人們生活居家裝飾、社會各個層面功能需求，以及行銷臺灣花卉產業等精湛的花藝作品。社會經濟與產業的進步與時推進，農委會於 96 年 8 月 27 日農授糧字第 0960147083 號的公文駁回花藝技術士認證的理由已然不存在。按照勞動部技能檢定中心所言，技術士證照的開發需要事業單位的授意。於此需要釐清的是農糧署所經管的花卉產業是產品，花藝屬於加工之後的商品或藝術品。農糧署目前的職責內並沒有「花卉加工」。如何抽絲剝繭，理出「花藝的事業單位」究竟歸屬於哪個部門，或是由農糧署把「花卉加工」納入管理法規管理，訂定一定比率的技術士之需要，提高臺灣花藝設計的能量，將花藝技能發展成為職涯中一條清晰的路徑。

花藝美學的形塑

生活美學是一種生活方式的選擇，也是生活品味的展現。雖然每個人選擇的內容和展現的方式不同，但都是一種價值，而價值的高低和社經地位並不成正比，完全取決於個人的感受力和經驗。把花卉帶進生活裡，隨時感受花帶來的生活美學。花藝之美涵蓋「文化、花卉、創意、製作、藝術」，這五個面向的施行並無順序差別，但卻有整體性。把這五面向融入花藝美學中去建立一個審美對象的審美狀態。這個審美對象是一件花藝作品，它的花、形、色襯映著敘述的客體(例如婚禮)，那麼，花藝就是任何時刻都能引起人們愉快的感官之美！

一、審美經驗與價值

審美態度的不同會造成審美經驗的差異：例如欣賞一件花藝作品、喝一杯花茶、在清晨的花園裡聞花香、聽鳥鳴，是一種優雅生活之美；相對於需要用錢買花的生活經驗，三五天之後……眼看著花謝了的「浪費」心情寫照。這兩者之間存在著審美態度與價值的相互影響，而審美態度乃是決定這兩者之間的彼此消長。面對一朵花、一棵樹、一座花園……一件花藝作品的心境，是一種審美現象，是一種心靈需求的滿足、是一種超越功利、超越價錢的文化價值實踐。

美是生命裡可以留下來的東西，是記憶，是感謝，是很多的懷念，是發現自己的存在。臺灣缺乏這樣的一個過程——藝術家把自己重新置放到傳統產業裡，去做生活美學的提高。最好的比喻即是，花藝設計師有把自己「最愛的位置-被稱為花藝師」放在傳統「花卉產業」上，去做花藝生活美學的提升嗎？美的教育並不同於美術教育，美的教育放在每一個環節上皆成立。諸如數學本身是一種美，是一種秩序的發現。體育課絕對是個美學教育，古希臘人從運動裡發現身體的平衡和和諧，瞭解肌肉，對身體的自信，發展出和諧的美。換言之，從植物的生態、形株、色澤…進而進入創作的排列組合過程，花藝遂為具有美學功能的作品；設計者在讚美聲中獲得了自信，這就是絕對的美。

二、刻板的社會價值

回首「插花與花藝」在臺灣的發展過程，從庶民生活層面、民間團體的成立、農政單位的花卉推廣、國際花博的展覽，民間花藝競賽、國際技能競賽……

花藝的參與可說是每每「無役不與」。然而，從全國技能競賽、國際技能競賽獲獎的年輕人，要在花藝的領域發展，卻得不到應有的社會重視與社會給予的「花藝師」位置。筆者訪談這些孩子的家長，問起為何鼓勵孩子參與勞動部舉行的花藝競賽，大部分家長的動機是透過競賽得到名次，可以推甄到科技大學繼續就讀；真正希望小孩投入花藝職場者僅佔少數，因為從事「花店經營」工作，社會地位不高。

再繼續探究原因，為何社會地位不高？因為整個社會不重視「技術」，依然沉溺在「惟有讀書高」的虛幻過往。一般社會大眾的認知，一直停留在只要一張桌子、兩個水桶就可以在市場擺攤賣花的刻板印象，並未隨著社會、經濟、文化、時尚的向前推移而改變——花卉需要透過「設計」才能成為「商品」、成為商品之後，再成為有價值的花藝作品。¹⁹追根究柢，乃是在花藝教育與花藝美學這一環扣上被忽略了。人類為了知識而教育，為了能力而學習，為了真理而學習和教育；如果這追求教育涵化基本人格與生活美學的內在價值被忽視，那花卉相關的研究、品種改良、經濟作物的形塑、花卉行銷、花藝禮讚……，不都等於「霧裡看花——霧茫茫」了嗎？

小結

花很美，美在自然的流露；花藝設計很吸引人，因為透過藝術涵化過程形塑作品。但為何從事花藝設計師這個行業，卻讓擁有熱情與花藝技能的設計者裹足不前呢？讓有心栽培技能新秀的單位疑惑呢？因為這些後起之秀經過花藝教育與花藝美學的養成，期待在專業立足的「位置」不被社會重視。在相關單位注重生產同時，期待民眾正向用花的普及能量增加；然而，坊間卻存在著某些花店業者似乎依然沉溺在價格至上，淺碟式的授課之後的上課證明費用之收取。社會專業角色的認同在於身分的辨識，當身分找到對的「位置」，那個被「位置」形塑的花藝設計師才真正是美麗的代言者，也是生活美學的象徵，是提升花卉價值的推手。試問，那，我們將如何給予呢？

¹⁹ 臺灣雲門舞集成立於1973年，剛好是臺灣經濟起飛期。當時的舞者之一臺北藝術大學舞蹈系主任鄭淑姬教授，在接受筆者訪談「專業技能如何成就專業領域……」時，談到學舞的初期，常被人問起「妳是跳舞的……？」那種不屑與輕挑的眼光，幾乎讓她想放棄。後來林懷民教授定調學習舞蹈者，本身就是「舞者」。40多年來，舞蹈的學理課程一貫教學，從國中到博士班課程，而且已經發展到全民藉著舞蹈運動健身。

花卉價值的提升

一、產品≠商品

10年前農委會農糧署的官員如是說：「花藝設計的滿意度取決於消費者個人的偏好花材及其空間視覺效果。」沒錯！花卉之美所呈現的滿意度的確因人而異。但是把花卉解讀為「且花卉國人尚未視為生活必需品」，那試問，開闢花卉生產區所為何來？我們今天在這裡舉辦「花現新生活」研討會，不就是要輔導花農栽種美麗的花卉，行銷花卉給人民提供精神食糧嗎？「本會評估目前尚無將花藝設計從業人員應納入管理法規管理及訂定一定比率之技術士證之需要」，²⁰那再試問，生產了花卉，只為了把一枝一枝的花或一把一把的花賣給消費者嗎？消費者是否也需要透過「一個動作」過程來呈現花卉之美呢？花卉產業生產的花是「產品」，需要經過「加工」設計的過程才能成為商品，尤其是切花，必須經過設計加工製作成為有功能性的產品。²¹換言之，沒有設計人員的知能養成與實踐，何來花卉加工(花藝為農產品加工之一)商品？

二、產品「加工」創造價值

在農委會農糧署的網站上，²²標示著「重大政策」，其中之一包含「設置花卉集團專區」。從政策目的到措施內容共515個字。完全沒有「花卉加工」敘述，只聚焦在花卉生產。花農生產的花卉需要加工嗎？當然要。花卉沒有經過加工過程，如何成為花藝品，如何提升價值？就好比菜農生產蔬菜，蔬菜沒有經過加工怎能成為食品一般；一把波菜30元，經過烹調(中餐技術士認證)之後一盤賣150元；一塊布料300元，經過服裝設計師加工(服裝技術士認證)成為既時尚又流行的衣服，賣價可能高達上萬元。這就是設計再加工之後的價值。

在農委會農糧署「認識本屬內重要施政措施」的網站上，²³第十三點為

²⁰ 詳見註15。

²¹ 臺中市長林佳龍的夫人廖婉如在2014-06-14和市長一起出席公開活動，接受訪問時，提到林佳龍比較浪漫，會常送她花……，兩人在美國結婚的前一晚，臨時跑到超市買第二天要結婚的捧花及領帶，結果買不到捧花，第二天她拿著一束切花去公證結婚，留下很有趣的回憶。
<http://www.peoplenews.tw/news/1d0a2316-39fe-489d-9304-d0a9eed48b3>

²² http://www.afa.gov.tw/Policy_index.aspx?CatID=4

²³ <http://www.afa.gov.tw/aboutus.aspx?CatID=25>

輔導農產加工：「為提升農產品附加價值……發展地方特色高品質農產加工品，等多元行銷通路。…另輔導農民團體自主辦理標章驗證制度……。輔導農民團體以產地原料釀酒(調酒師技術士認證)，結合休閒旅遊，營造具農村特色之酒莊，藉由辦理農村酒莊及酒品評鑑，以提升製酒品質，並推薦參加世界酒類評鑑，使農村美酒成為高價值之農業精品。」

當我們深入了解農委會農糧署的業務屬性之後，再比對「農糧署於 96 年 8 月 27 日農授糧字第 0960147083 號函，稱之：「花藝設計的滿意度取決於消費者的個人偏好花材及其空間視覺效果，且花卉國人尚未視為生活必需品，本會評估目前尚無將花藝設計從業人員應納入管理法規管理及訂定一定比率之技術士證之需要。」。這是多麼的自相矛盾呀！除非農糧署放任花卉產業「自生自滅」，否則沒有理由擅自發布「且花卉國人尚未視為生活必需品」之說詞，這樣的「遠遠相拒拒「花卉加工」的「花藝」認證之請求於千里之外。10 年前農糧署發給勞動部技檢中心的公文內容，至今讀來，對於稍具有生活文化、品味、美學常識的國人、花店工作者，真是「情何以堪」！對於農委會內前端開發花卉新品種；末端行銷花卉產品的公部門人員，倘若深入瞭解真相，那已經不只是「情何以堪」可以面對吧！時序來到 2017 年的此時此刻，希冀相關業務人員思維已經和時代接軌。

三、花藝所屬哪個事業單位？

每個行業都有所屬的事業單位。花卉是農作物，其事業單位是農委會農糧署。在農糧署網站上花卉的記載：「重大政策」中有一項「設置花卉集團專區」以市場導向計畫產銷體系，推行現代化生產設施設備，強化節能高效設施栽培，導入科技研發成果，建構穩定之花卉產銷供應鏈。」另一項「重要施政措施」第十一、農產品批發市場管理，記載著「台灣地區有六處花卉批發市場，年交易量切花約 7,000 萬把，盆花約 750 萬盆，為農產運銷之重要通路。……提高批發市場營運效率及服務品質。」第十三、輔導農產加工為提升農產品附加價值……。此兩項僅提到產地生鮮蔬果截切產品與輔導農民團體以產地原料釀酒之「園產品加工」。在 97 年度第 22 屆優秀農業人員得獎中，獲獎者朱建鏞教授以「農業推廣類」從事花卉繁殖育種研究、協助花卉產業發展為得獎事蹟。

從農糧署網站上所呈現的花卉生產現況，僅有生產，沒有「加工」，也難怪

當勞動部技檢中心去函要求農糧署就「花藝設計」技術士提出需求時，農糧署官員給與如文中「註 15」的內容回覆。花藝，是花卉經過「設計再加工」而成的商品也是藝術品。農糧署不是「花藝」的事業單位，如何陳述或說明花藝的重要性呢？也因此，就現今的時空而言，農委會農糧署 96 年 8 月 27 日農授糧字第 0960147083 號函所述內容與權責，就有待商討甚或釐清角色扮演的空間。

那麼「花藝」究竟要歸屬於哪個事業單位呢？本文中曾提到教育部初期規劃延教班花藝技術科時，歸類在農業類群。2001 年在「技藝教育改革方案」中，花藝設計重新界定在家政群中，²⁴在中華民國行業標準分類中屬於技術服務業，則事業單位應該歸屬為經濟部²⁵。

小結

臺灣在戰後 30 年間歷經筭路藍縷的民生困頓期，在這時期「用花、賞花」是民生奢侈品。文獻記載自 1860 年代即有零星栽培供民間祭祀之用，由於早期非屬民生必需產業，成長緩慢。從 1978 年至 2008 年台灣花卉種植面積 30 年來成長 9.5 倍²⁶ (陳文德，2009)，花卉栽種是農產品。在園產品加工項目中，有關「花藝」的部分也的確找不到相對應的行業類別；然而在實際生活中，花店賣花也製作花束，這行業確實存在於人類生存環境裡。當我們循著產業生產的產品路徑——花卉栽培，找到「產品的歸宿——技能養成認證，所創作出來的花藝作品，其價值才得以被肯定。

結論

在園藝品項中的「花卉」，不只是花卉，它從被研發之始，就是一個新生命，一個芽點、成長、茁壯、開花、結果、落葉、萎凋……再透過種子重新另一個生命的旅程。這是一個美麗的生命循環。每個人可以取其所好，就植物生命過程中的某一部分加以利用，例如：芽菜食用、摘果子；或是取其長大之後的木質莖作為建材或是藝術品雕刻等。然而，當我們主題扣在「花卉產品」如何成為「商品

²⁴ 教育部最早期把家政科系歸類為農業類群。

²⁵ 2000 年 5 月 28 日台灣花店協會成立登記分類為經濟業務團體。

²⁶ 應該是含外銷花卉吧？

或是藝術品」時，這當中的實際功能就會遭到「現實社會」的挑戰。所謂現實社會就是價值觀的體認。

本文試著引用法國心理學者雅各·拉岡 (Jacques-Marie-Émile Lacan) 理論中的凝視觀點做結論。何謂「凝視」？拉岡如是說：「我們透過觀看與再現而與事物建立的關係之間，從一個階段到另一個階段之中，某種東西遺落、穿越、轉換，而且總是或多或少失去掌握」。花卉利用功能在臺灣超越幾百年的歷史，從祭祀、修身養性、花禮商品、花藝藝術品……這當中環環相扣，而真正扣著的是花卉產業的源頭。但我們百思不解，時代的洪流引領時尚生活直逼浪頭，但，為何花卉的行銷產量、利用面向碰到困境？為何放眼此時此刻的台北花市有大量的攤位改賣乾燥花？為何花店被迫收攤？是哪一個階段遺落了「某些什麼」嗎？

宋·朱熹《觀書有感》：「問渠哪得清如許，謂有源頭活水來。」花卉新品種的開發、展示……即是花卉產業所承載花卉功能的源頭；花卉利用的再教育，即是汲取新知、注入新的思想活水……。也誠如朱熹所比喻「讚美一個人學問或藝術的成就，自有其深厚的淵源。」這淵源就是活水，比喻事物發展的源泉和動力。是一種新的思想、鮮活的知識、廣泛的包容，方能才思不斷，新水長流……。再從另一個面向來探究，公部門和花卉使用者之間如何進行轉換？「觀看」和「凝視」之間最大的差別在於，觀看是來自於主體—公部門與花卉產業；凝視則來自於被觀看的客體—花藝作品與使用者。換言之，當「公部門」看著「花藝作品」，其實「花卉產業」也正在凝視著「使用者」，只是「使用者」不知道罷了。花卉產業不懂為何「民眾不用花」？使用者不知道「插花市場」為何會萎縮？

為何民眾不用花？為何「插花市場」萎縮？這過程有公部門、研究者、生產者、批發商、花店業者、花藝老師、民眾……；在階段與階段橫渡中，是社會觀念扭曲？是生活習慣迂腐？是生活價值的喪失？是教育的疏忽？是專業證照的迷失？是市場管理不當？是花藝市場被操弄？是經濟萎靡不振？……。

在尋找花卉產業連結花藝「鏈」價值的同時，筆者從時間軸與空間面交織穿梭中逐漸浮出那遺落、穿越、轉換的「東西」。於此，理出了一個頭緒。

1. 花藝技能教育的忽略

沒有循序漸進的知識、技能、美學教育或是「知、情、意」的鍛鍊，就沒有基礎花藝的型塑，沒有基礎花型的養成，就談不上自由創作的喜悅，沒有創作的喜悅何來花藝作品的產生，更遑論以花藝創作做為商品或藝術品。也因此，生活美學的建立，社會價值觀的涵化也付之闕如。當「用花美化居家或心靈」這個行為，沒有被大眾或社會普遍接受時，「花」的意象在社會認同度就會傾向薄弱，也相對影響生活用花習慣。

2. 公部門沒有釐清掌管業務的權責

「花藝」或說「花店業者」找不到相對應的事業單位。

3. 國家證照沒有落實

於是，失去周知民眾擁有專業技能的價值宣傳。失去周知花店業者的行業信心「國家證照即是從事花店專業的敲門磚」。國家證照的執行就如同儀式進行，儀式會產生社會外溢效果。相對的一般的花藝活動就類似表演，屬於短暫的感官功能滿足。

4. 國家認證「曖昧不明」

導致民間有些花店業者虛張聲勢、漫天喊價「花藝證書」的功效；平民化的花店望之生畏，只好自生自滅。

5. 學力=學歷的觀念沒有落實

學力=學歷，是政府跨部會非常重要的一項法規。在常民生活中，民眾不知道政府的德政，不知道國家證照即是另一張技能學力的畢業證書。

我們期待透過文字相互交織爬梳，得以繼續觀看臺灣百年來花藝所涵蘊的生活美學；也殷切的看到政府在重視通識教育的全人發展中，花藝設計已然交棒給年輕的一代。十年樹木，百年樹人。期許花藝技職教育的奠基、民間花藝技能的養成、人們生活美學的落實、花卉價值與價格的明確判斷，透過設計之後的「花藝」呈現，完美的作品啟動了花卉經濟價值的提升，活絡了人們生活的感官與實用功能。

參考書目與網站

約翰·伯格John Berger，2010，《觀看的方式Ways of Seeing》，譯者：吳莉君，麥田出版

內政部網站<https://npo.moi.gov.tw/npom/homepage/list>

臺中市技藝教育資源中心。<http://www.tcavs.tc.edu.tw/skill/2-1.asp>

民報，2014〈廖婉如看林佳龍 像保溫盒〉

<http://www.peoplenews.tw/news/1d0a2316-39fe-489d-9304-d0a9eed48b3>

勞動部勞動力發展署技檢中心網站：

<http://www.wdasec.gov.tw/wdasecch/file/2016102906.pdf>

行政院農委會農糧署網站：http://www.afa.gov.tw/Policy_index.aspx?CatID=4





組合盆栽生活應用

張滋佳

社團法人中華盆花發展協會理事長

生活美學

美，常常是一種智慧，而非知識。

在現實社會中，我們常常要求孩子分數考高一點，賽跑跑快一點，用分數、數字來衡量競爭的結果。

「美，卻是看不見的競爭力。」

美，使一個人的生命充滿聽覺、視覺、嗅覺、味覺等各種不同心靈感受的庫存。

“美”是一種分享

美其實是一種分享。美是世界上最奇特的一種財富，越分享，就擁有越多。

大自然中，從來不會有一朵花去模仿另一朵花，每一朵花對自己存在的狀態非常有自信。

美是獨一無二的，每個人都被賦予美的特質，是無可模仿的。當我們努力做自己，懂的平淡，我們會更懂“美”是生命的現在，過去和未來。

打開你的感官去感受：視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺而後享受感覺和感動。

美的形式原理

1. 形式又稱為「構成」。
2. 是指物的形狀、結構，是探討一切事物的形狀和結構原理。

3. 美的形式原理可歸納成十項形式原理，包括秩序、反覆、漸變、律動、對稱、均衡、調和、對比、比例、統一。

組合盆栽是指將許多樣植物經由設計鋪陳種植於一個容器內，或是將數種作品組合擺放在一起，呈現出植物本身特有的質感、色澤、層次感、自然情趣、庭園景觀及線條變化的園藝創作作品。

組合盆栽的功能

現代工商業社會，單種品項切花與盆花的欣賞已不僅是單種植栽擺設，就能滿足消費者的需求，而是廣泛應用植物特性，將各類屬性相近的植栽組合作為設計素材，因應不同節慶、送禮、空間營造、會場佈置、商場、櫥窗設計、辦公室綠美化或社交應用等需求，製作成各種樣式的組合盆栽。

其表現的多樣，除了增加視覺享受，更能提升商品的價值。隨著各種造型不同的飾品及節慶可選擇的配件愈來愈多，組合盆栽的呈現更形多元，有草花組合、情境式組合、環保盆栽組合、觀葉植物組合、鮮花與盆花的組合等等。

組合盆栽是透過以植物的原始面貌，經過設計呈現植物的優點，提升盆栽的價值感，因此在製作的過程中，植栽的生長勢、設計搭配與必要的裝飾還有容器尺寸與其穩定性、材質、洗鹽、保養、防腐及介質對於容器的需求，應著重組合作品適用性及安定性，避免造成消費者困擾，是構成組合盆栽美景的重要因素。在植栽的選擇上，需考慮植栽的大小、形狀、顏色、代表性、相容性等因素，可供選擇的種類繁多，通常以商業生產之觀賞植物為首要選擇。

設計搭配則是要能掌握植物的特性，賦予主題、營造出特有的風格，以使得作品更具吸引力。因此製作組合盆栽時，設計者本身如果對各類植物能具基本認識，則有助於營造成功的作品。有時會有一些飾件裝飾在盆栽上，如玩偶、枯木、彩石、貝殼、緞帶、昆蟲等等。

配件運用時，不宜讓觀賞者將其目光僅投於其上，更不可喧賓奪主，若用得巧妙時，能收畫龍點睛之效。一般在使用的方式上，飾品主要是用來呈現盆栽的設計、突顯其風格；或是輔助表現植栽所沒有的特色與光澤，因此在運用上，須考量組合盆栽整體設計。

組合盆栽的設計

最常見到的表現方式，有下列所述的幾點：

1. 情境設計：賦予其主題故事，營造出庭園景觀、綠色森林、熱帶叢林、海邊一隅等景色，這些畫面的呈現都需由設計者巧手慧心佈置。
2. 園藝設計：依據植栽大小、特性、單品單植或多品混合種植，也可利用修剪植栽達成造型設計。
3. 花藝設計：要讓組合盆栽看起來更有立體感，則可由花藝手法加以發揮，如可用苔藤、蛇木板等材料，利用加框、綑綁、編織等加工後，讓盆栽朝立體空間發展，不僅僅只侷限在平面利用的方式。
4. 綠雕設計：因受限於植栽大小與空間的伸展，組合盆栽的綠雕方式與一般常見將樹木修剪出特殊造型的方法不大一樣。設計者可善用鐵絲網做造型、亦可自行編出所要的形狀，最後再植入具匍匐性且易繁殖的植物。
5. 商業花卉禮盒設計：花盆組合盆栽符合現代、時代宅配之時空背景的需求，創造出精巧方便攜帶，表達花卉花禮特殊贈送的主題，創造出禮物的即時性效果。





食用花卉的浪漫與實際

余世芳

財團法人豐年社特約記者

前言

筆者雖非頂天彎腰於田間植花的花農，亦非持勺烹煮的掌廚大師，卻因雜誌專題報導所需¹，而能有幸向行政院農業委員會農業試驗所花卉研究中心主任謝廷芳博士請益，得以一窺「食用花卉」堂奧。本文即是就專訪謝廷芳博士內容並綜合相關資料而寫。

食花，是時尚亦是傳統

近幾年「食花」可說已成一股潮流，時而可見在西式蛋糕與餅乾上錯落有致地佈滿新鮮花瓣，或是在西式套餐的前菜沙拉與主菜中亦能一嚐鮮花的味道。更不用說，簡餐店、咖啡館，甚至手搖杯店的菜單上，幾乎都可見到花草茶的選項。行政院農業委員會農業試驗所花卉研究中心主任謝廷芳博士提到臺灣目前興起的這般食用花卉飲食現象，可說是受到西方料理方式的影響。

不過「食花」可不是西方國家獨有的飲食習慣。依據最早的文字記載，2,300多年前的戰國時代，屈原在其撰寫的抒情長詩《離騷》中，已提到他「夕餐秋菊之落英」，那是他藉著在日落黃昏時刻咀嚼秋菊初開的花瓣，以表達其一生心懷壯志卻不願同流合污的節氣。千年傳統，淵遠流長下，食花，可以有某種象徵意義的行為，如代表潔身自愛的菊花；也可以是出於養身治病的目的而做為食療上的食材，如能去溼消暑的荷花；更可以是滿足味蕾的美食佳餚，如所謂的鮮花名菜桂花丸子、芋花燒茄子等。

與屈原有關的「吃」不只是菊花，還有每年端午節應景的粽子，而既然提到

¹ 鄉間小路，2016年4月號，財團法人豐年社出版。

粽子，很難不聯想到內灣與雙溪的野薑花粽。野薑花與南瓜花、金針花都是過往臺灣農村常見的農家菜，謝廷芳博士回想他小時候，就曾拿野薑花生食或裹粉後炸來吃，鄉間可見的洛神花，則是取其花萼製成蜜餞，南瓜花則是與絲瓜拌炒，在過往物資較缺乏的年代，「只能說當時是因繁就簡，路邊有什麼可以拿來吃就拿來食用。」雖說窮則變、變則通，「食花」也因此而豐富了平民百姓餐桌上的味道。

而這樣「食花」的創意其實不少，即使是以觀賞為主的花卉，都能在巧思下入菜。就謝廷芳博士所知與所見中，雲林縣虎尾鎮曾種植過大量面積的夜來香，當地農民的作法是花芽冒出後即立刻摘下，而化身為可食用的名菜「晚香玉筍」；至於曇花一現總是令人惋惜，可在曇花盛開之際就採摘下來，經過汆燙或炒就能食用；而人人都愛的火鍋，更能與香水蓮花搭配成絕佳的視覺饗宴，在蒸騰的熱氣中看著鍋中仍含苞待放的香水蓮花隨著水溫而緩緩綻放。

並非萬花皆可食

雖說早前是路邊有什麼花可吃就拿來做菜，但可不代表真的是萬花皆可食。這朵花，能不能吃？謝廷芳博士說這都是經驗法則，首先要通過的就是「不危害人體」這個重要關卡，因此他不鼓勵大家隨手摘野花來食用，一來難以完全確認是否有害人體，二來更有噴灑過殺蟲劑的疑慮。

而話說回來，除了「什麼花可以吃」的問題之外，還牽涉到「什麼是可食用花卉」的定義。謝廷芳博士認為有廣義與狹義兩種，前者是將花的根、莖、葉皆納入可食花卉的範圍之內，如百合可食用的不是它的花器，而是其地下莖的鱗片，或如花草茶中常見的薄荷、迷迭香與鼠尾草等。那麼，經過先人長年累月嚐百花的經驗傳承下來，依據謝廷芳博士提供的數據，可食用的花卉粗估約有97個科，100多個屬，180多種，而日常生活中較常食用的就有50餘種。

因此，以廣泛的定義來看，這些主要種植在基隆市的金銀花、魚腥草、埃及野麻嬰；新竹市的桂花；苗栗縣的杭菊與紫蘇；新竹縣的仙草；南投縣的食用玫瑰、桂花與金線蓮；彰化縣的茉莉花；雲林縣的夜來香；嘉義縣的野薑花與桂花；

臺南市的香水蓮水；屏東縣的食用玫瑰；宜蘭縣的香水蓮水與野薑花；花蓮縣的薰衣草、仙草與金針；臺東縣的杭菊、洛神花與金針；澎湖縣的風茹草等，是目前臺灣有栽培且提供市場販售的花草類農產品。

不過，若「食用花卉」是狹義地僅指「取花朵來直接食用的花卉植物」，據行政院農業委員會農糧署 2015 年的調查統計，全臺總裁培面積只有 107.5 公頃，謝廷芳博士指出這只佔了所有花卉產業種植面積 12,843 公頃不到 1% 的比率，若再與有機作物面積 6 千公頃相比，可以看得出臺灣食用花卉的產業規模真的很小²。

如此小的產業規模，在過去的確無法得到太多關注的目光，直到 2011 年市售杭菊農藥超標引發的食安問題，這才讓消費大眾與相關政府單位注意到，日常飲用的花草茶，並沒有經過一個比較可靠的驗證機制就在市場販售，而如蓮花、玫瑰等花卉，過去亦是習慣將其視為觀賞植物，而忽略了它們可拿來食用的性質。

「牽涉到吃的事，問題就大了。」謝廷芳博士談到這起事件甚至讓監察院介入調查，對於食用花卉產業必然造成衝擊，但他強調「事實上，這也是一個好現象」，因為對食品安全的重視，才能讓食用花卉的種植納入食用蔬果的體系中加以規範，而農政單位亦能進行輔導，協助農民施行安全用藥，進而轉型為無農藥栽培、甚至有機種植。

「只要是吃的，勢必要納入蔬果管制系統中。」堅守這個大原則之下，謝廷芳博士指出依據目前訂定的「農產品生產及驗證管理法」，臺灣生產的食用花卉可依照農產品品質安全驗證機制，進行有機、產銷履歷及優良農產品的驗證。他進一步說明，臺灣食用花卉目前以申請有機驗證為主，包括香水蓮花有機驗證面積約 11 公頃、食用玫瑰則有 16 公頃，其餘則屬各有機農場的零星栽培；而臺南市六甲區花卉產銷班第 4 班通過香水蓮花產銷履歷驗證面積已有 0.39 公頃。

總的來說，臺灣食花歷史也算久遠，然而食用花卉產業的發展與規範尚在起

步階段。對此，謝廷芳博士提出他的建議，首要是建構食用安全機制，接著針對市場需求選定發展品項，一方面強化食用花卉的功能性，並配合飲食文化的提倡與推廣，臺灣食用花卉產業的前景是可樂觀期待，對生產者與消費者雙方而言都是有益的。

食用花卉二三事

Q1：大部分的可食用花卉是為了用餐時賞心悅目而運用在料理中嗎？

Ans：花卉的確主要是做為觀賞植物，但若是從千百種花卉中挑選出做為可食用的花卉，首要條件是對身體無害，而能經常使用於飲食中，則一定有某種程度的功能性，如其所蘊含的營養價值。依據資料顯示，其實大部分食用花卉的花瓣富含黃酮、蛋白質、糖類、氨基酸及維生素 A、B、C、E 和多種微量元素。且因為人人都可在自家自行栽種，西方甚至稱呼這些可食花卉是「窮人的醫生」。

Q2：如何挑選適合自己身體狀況的食用花卉？

Ans：食用花卉雖說對身體無害，且具有高營養價值與保健功能，但跟所有蔬果一樣，過量或不適當的食用反而會造成身體的負擔。比如說，需要舒緩情緒、順利入眠以養足精神時，就不宜飲用可幫助提神醒腦的薄荷茶。而依據傳統中藥學，蔬果可分寒、涼、溫、熱等 4 性，如具有消暑退火保健功效的洛神花，因性屬寒涼，就不宜在夜晚飲用，且最好搭配紅棗一起沖泡中和涼性。

Q3：可食用的玫瑰品種有哪些？目前臺灣栽種的食用玫瑰品種是什麼？

Ans：所有品種的玫瑰花都可食用，區隔僅在於是出於觀賞或食用的目的來栽種。而目前臺灣食用玫瑰品種有自國外引進的（蜜妮）山形玫瑰、雙喜玫瑰、無刺玫瑰、白薔薇、西洋薔薇及大馬士革，另有臺灣花農自行選種培育出耐熱且能四季生產的玫瑰品種「粉美滿」與「大花 2 號」、「大花 3 號」等。國外引進的食用玫瑰品種主要分佈在南投縣，「粉美滿」等國內選種則主要栽種在屏東縣。

² 參考表 1。

Q4：食用花卉種植與蔬果栽培使用的農藥是否有很大的不同，而造成用藥管制上的困難？

Ans：基本上，若是防治同一種病蟲害，是可以延伸過來使用。也就是說，當食用花卉納入蔬果類別的用藥管制，政府的作法是「農藥延伸使用」，譬如玫瑰屬於薔薇科，若其他薔薇科作物（如梅、桃等）有同樣的病蟲害，就可以它們可允許使用的農藥延伸到玫瑰來，並訂定出農藥殘留容許量。而標準訂定之後，當農民用農藥來施行栽培管理，就必須遵守這套規定。只要檢驗後符合標準，可拿到吉園圃或生產履歷的標章，消費者吃起來就比較安全。

Q5：食用花卉的種植是否一定依賴農藥的使用？

Ans：依據現有研發的投入，是用非農藥的方式去防治這些病蟲害。如玫瑰的病蟲害不下 3、40 種，可是真正引起比較嚴重的、會造成產量損失的其實沒有幾種，以蟲害而言約有 5、6 種，而這是可以用非農藥的方式來解決。其實食用花卉多是用於鮮食時，才會強調作物外觀需漂亮沒有瑕疵，而這就如吃有機蔬果一樣，消費者若可接受外觀的瑕疵，食用花卉的有機種植將更易推廣。

Q6：如何選購安全無虞的食用花卉及其加工品？

Ans：食用花卉加工品的安全性，關鍵在於生產源頭的安全能否確保。若農民採用的是慣行農法，目前檢測農藥殘留的儀器已可分析 311 種農藥，而在農政單位輔導與農民自主要求下，多已努力取得有機或產銷履歷的驗證。消費者在購買食用花卉時，應選擇向取得有機或產銷履歷認證，或能提供農藥殘留檢測報告資料的生產者購買透過消費端引導生產端，共同建構安全的食用花卉產業。

表 1. 2015 年各縣（市）食用花卉種植情形及農政單位輔導措施

單位：公頃													輔導措施
項目別	臺北市	臺南市	苗栗縣	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	屏東縣	花蓮縣	宜蘭縣	臺東縣	合計	
香水蓮花		10-11							6.0	5.0		22	1. 輔導成立產銷班。
食用玫瑰					2.4			15.0				17.4	2. 輔導有機栽種及驗證。
野薑花							0.5			0.4		0.9	3. 訂定產銷履歷，輔導農民參與驗證。
桂花	1.0				1.0		2.0					4.0	輔導自創品牌及有機栽培種植。
夜來香						4.0						4.0	1. 輔導成立產銷班。 2. 輔導有機栽種及驗證。
杭菊			17.0								9.0	26.0	1. 輔導取得產地團體標章及組織產銷班。 2. 輔導改善田間栽培設施，防止倒伏感染，減少用藥。 3. 輔導有機栽種及驗證。 4. 輔導整合性防治，共同購買核准藥劑，進行共同防治。
茉莉花				28.0								28.0	輔導有機栽培。
薰衣草									5.2			5.2	1. 輔導成立產銷班。 2. 輔導有機栽種。
合計	1.0	10-11	17.0	28.0	3.4	4.0	2.5	15.0	11.2	5.0	9.0	107.5	

行政院農業委員會農糧署提供



居家簡約花卉裝飾及保養

林慧玲、邱健誠

國立中興大學園藝學系

隨著物質生活的富足，民眾對於精神層面的追求也逐漸增加，用以填補心靈的空白，或架起人際交流的橋樑。花卉自古以來即常被運用於此，如婚喪喜慶、傳情致意、居家美化等，國外更有以住家花草打理作為主人器量之評判標準。時至今日，透過栽種花草以療癒心靈的園藝治療法亦逐漸風行，進一步由日常生活跨足醫療領域。前述不論何者，都說明了花卉對於精神生活的重要性。

然而不論是切花或盆花，花卉畢竟是生命，需要妥善的照顧才能維持生機和豔麗，也才能達到其在精神層面的功能。惟精於此道的「綠手指」並不多見，擁有大規模花園甚至專人養護的家庭更屬少數，因此如何經營及維護居家簡約風格的花卉利用，便成為重要的議題。

切花系統

一般家庭中常見的切花種類多樣，有插在花瓶中的、親友贈送的花束、甚至自己插花，其共通的特點是壽命短，特別是花材保鮮處理不當時更易枯萎。造成切花花材枯萎的因素有四：水分、養分、微生物及乙烯，因此損耗的原因及保鮮的方向可分為：

一、水分

1. 損耗原因：自採收時起，水分即停止供應，但蒸散損失並未停止，因此會逐漸缺水乾枯。
2. 保鮮方向：可分為提供水分(將花插入水中)及減少失水(減少蒸散)兩個方向。
 - a. 提供水分：只要將花莖插入水中，植體就會自動吸水，但仍有些因素會影響吸水能力。
 - (i) 切口斜切或打碎，可增加吸水面積。

- (ii) 失水過久，莖部會形成氣栓妨礙吸水，應在採收後立刻插入水中。
- (iii) 切口有異物堵塞，也會妨礙吸水，可在水中重新剪切。
- (iv) 浸入深水中，以高水壓促進吸水，同時葉片浸水亦可吸水。
- (v) 切口以熱水或火燙過使之碳化，可使水分自由上升。

b. 減少失水：蒸散作用無可避免，但有許多因素可降低其速率。

- (i) 降低溫度。
- (ii) 避免強光及強風。
- (iii) 綜合前述，若自己採收，應於清晨或傍晚執行。
- (iv) 除去多餘的葉片。
- (v) 逆水處理(採收後以水淋洗)。

二、養分

1. 損耗原因：與水分相同，自採收時起即停止供應，但隨著生理作用進行會逐漸耗盡。
2. 保鮮方向：可分為提供養分(水中加入糖液)及減少耗氧(減少呼吸)兩個方向。
 - a. 提供養分：在水中加糖，可使切花直接吸收作為養分。
 - (i) 約 5-7%蔗糖，依作物別而定。
 - b. 減少耗氧：呼吸消耗是必然的，但仍可降低其速率。
 - (i) 降低溫度。

三、微生物

1. 損耗原因：微生物會透過切口及水中的養分繁殖，進而堵塞切花吸水管，或引起腐爛。
2. 保鮮方向：應儘量減少微生物繁殖，其方法有：
 - a. 降低溫度。
 - b. 在水中添加漂白水等殺菌劑。
 - c. 若是自己採收，刀具應保持清潔。

四、乙烯

1. 損耗原因：乙烯會促進植體老化，對部分花卉更會造成無法開花。
2. 保鮮方向：應避免接觸乙烯，其方法有：
 - a. 避免生成：使用可抑制乙烯生成的保鮮劑。
 - b. 避免接觸：避免放置在會產生乙烯的物品旁邊，如蘋果等水果、燃燒的線香等。
 - c. 積極排除：保持環境通風。

五、簡單保鮮溶液之配製

1. 汽水稀釋液：如雪碧、黑松、七喜等汽水，稀釋5倍可增加玫瑰花瓶插壽命。
2. 插花水中加入糖、醋、酒精、漂白水、鹽亦可達殺菌保鮮之效果。

盆花系統

有別於切花，盆花是完整的個體，生存所需功能完備，只要環境條件良好，即可擁有相對較長且穩定的觀賞壽命。然而環境需求依作物別仍有極大差異，概略可分為三個方向，栽培時應多加留意。

一、光線

光是植物獲得能量的重要來源，缺乏光照形同斷糧，因此栽培時首要注意光線是否充足(但又不可過量)。而植物的需光量依作物而定，通常與原生環境或生長型態有關，可以此作粗略判定：

1. 高需光量：

大型樹木、草花等，通常可見於直射陽光下者，對光的需求量較高，耐曬但不耐蔭，切勿長期放於室內。
2. 中需光量：

部分蘭花、低矮樹種等，常見於樹蔭下、牆邊等有部分遮蔭的地方，不耐強光直射，但也不耐室內低光，適合栽種於陽臺、窗邊、樹蔭處等地。
3. 耐蔭型：

通常以觀葉植物為主，可在極低光照的室內長期存活，但忌諱強光直射，適合栽種於缺乏陽光的房間或走廊。

二、水分

凡是生物都離不開水，但水也非多多益善，該澆多少水、多久澆一次常常是新手最大的問題，而澆太多或太少也往往是最後植物死亡的主因。但經驗再豐富的老手也無法精準指示澆水的頻率，因為需水量的多寡除了與物種有關，也必需參考所處環境條件來調整，故可參考兩個方向來評估澆水量：

1. 植物體

植物體本身是否缺水，是最重要的問題，因此必須知道缺水的症狀方可挽救，其表現概略有：

- a. 新梢、較薄葉片等柔嫩部位軟弱無力。
- b. 葉片大量乾枯、皺縮、掉落。
- c. 具貯存功能的器官明顯乾縮。

然而當缺水症狀顯現，通常已缺水相當長的時間，對植物而言相當不利，最好在此之前就補足水分。而植物體是否容易缺水，亦可由其外觀特性判斷：

- a. 葉面有革質、蠟質等特性者，較不易缺水。
- b. 葉片較小、數量少者，較不易缺水。
- c. 有貯存器官者，較不易缺水。

2. 介質中

植物吸水與動物喝水不同，是緩慢而連續的過程，在被吸收之前，水會留存於介質中，因此介質含水量即決定了植物未來尚可取用多少水分。但含水量過多或過少均會造成不利狀況：

- a. 含水量過多
 - (i) 易造成根部窒息死亡(特別是肉質型根系)，並連帶造成無法吸水而產生植體缺水的假象。
 - (ii) 長期積水會改變介質型態及微生物相，變成不利植物生長的環境。
 - (iii) 頻繁淋洗易使部分養分流失。
- b. 含水量過少
 - (i) 植物欠缺可用水分。
 - (ii) 可能有鹽分蓄積的問題。

因此應依植物需水性來選擇介質種類，其就保水能力可概略區分為：

- a. 保水力強：水苔、黏質土
- b. 保水力中：泥炭土、壤土
- c. 保水力弱：椰纖、真珠石、蛇木、砂土

三、養分

相對於陽光提供的能量，此處的養分特指植物所需的必要元素，如氮(N)、磷(P)、鉀(K)等，是用於組成植物體的基本材料，也是施肥所要補充的物質。一般觀葉盆栽須多補充氮肥，使葉色亮綠，而開花期則多補充磷、鉀肥，以增加開花數及延長花期。

花卉裝飾

在能妥善延長花卉的壽命之後，便需要正確裝飾以提升其觀賞價值。花卉裝飾可分為兩大範圍：一個是鮮花的利用與裝飾，包括插花、花束、人體花飾、婚禮插花、會場佈置、教堂、節慶等，均可利用新鮮的切葉或切花加以美化綠化。再配合中國、日本、歐美及荷蘭等不同流派的插花意境及技巧，即可表現出不同風格的裝置藝術。儘管流派及技巧表現有所差異，但美學原理及設計原則是不變的法則，初學花藝設計者只要依循前述原理原則，如配色、比例、對比、平衡、律動、重複、漸層等，均可達到美化綠化之裝飾效果。此外，近年來由於組合盆栽之推廣，亦使該項裝飾藝術大受歡迎，其觀賞期限可長達數月，配合適當盆器之組合，可達到比鮮花佈置更突出的效果。

除了利用新鮮植物材料裝飾外，另一範圍是花卉之加工，包括乾燥花、壓花、永生花、葉脈及造花藝術，亦可達到美化環境之效果，並可使鮮花之觀賞期限更加延長。但如何保有鮮花之顏色及形質，是製作技術成功之關鍵要素。

本文介紹利用鮮花及乾燥花進行居家簡約佈置裝飾，並介紹各種花藝設計及花材之保養及保鮮方式，結合花藝設計之原理原則，以達綠化、美化、自然、生動之視覺效果。

花藝設計美學原理原則

一、視覺(造型學)上的點、線、面、體：

1. 點的形象：

點有大小、形狀、色彩及質感，且具有位置及方向。相對比較細小的形象，會較具點的視覺形象。形狀較簡單、集中、無稜或角、無方向性，亦較能顯示點的特性，如圓的點。

代表性花材：滿天星、麒麟花、星辰花、深山櫻。

2. 線的形象：

線有長短、粗細及形狀，且具有位置及方向。相對比較其長短和粗細不成比例者，較具有線的形象。

代表性花材：春蘭葉、熊草、太蘭、新西蘭葉。

3. 面的形象：

面有長寬二個向度，具有形狀、位置及方向，在平面上所有非點、非線的形象就是面。面是由邊線圍構而成，邊緣是概念的線，其形狀及關係決定了面的形象。

代表花材：八角金盤、蓬萊蕉、白玉萬年青、綠朱蕉、山蘇。

4. 體的形象：

體是具有三向度的實物，也是真正存在的形象，其隨觀察者所在的位置不同，而有不同的意象(image)。

代表花材：玫瑰、百合、蘭花、康乃馨。

二、美的原理

1. 調和(harmony)：

組合元素間有相當程度的一致性，且不互相排斥者，就是調和。若性質相差甚遠或相較強烈，便會產生對比。以色彩而言，黃和橙色會產生調和效果，而黃和紫色就是對比。調和本是音樂用語，把它用到視覺藝術上，會產生統一化、秩序化和優美化的效果，而讓人產生溫和平靜的感覺，是較能為大眾所接受的品味。

調和通常又和比例、律動、均衡、統一等具有密切的關係。當構成元素間的比例一致時，才能達到調和。而當構成的元素過於相似時便產生反覆，造成律動。就均衡和統一來看也是一種調和，反過來說，為了達到調和，各元素間的統一仍是必要的，均衡也是如此。

2. 對比(contrast)：

將相對的兩元素互相比較之下，產生強者更強弱者更弱的現象，稱為對比。產生對比的性質非常的多，舉凡形狀、色彩、質感、面積、明暗、方向等。一般常見的對比關係有：大小、黑白、強弱、粗細、疏密、高低、遠近、寒暖、堅軟、直曲、濃淡、動靜、銳鈍、輕慢、明暗、厚薄、長短，當此二種關係同時出現時，使產生對比現象，顯示清晰明確的強力關係。

對比在構圖上，通常與比例和對稱具有密切的關係，如果二者的差距過大時，則易被一方所統一，而失去對比的效果。所以適當比例是產生對比美的必要條件。而對稱的形式由於兩者面積大略一致，所以經常跟對比相互配合或交互出現。

3. 反覆(repetition)：

在視覺設計中，不斷使用同一形象的表現方式，就是反覆。當同一元素反覆出現時，就會顯示出和諧的美感。每一反覆的基本元素，都像旋律中的一個拍子。若此一基本形象面積大而數量少時，則具有簡潔而有力的效果。若面積小而數量多時，則會顯示出一片由細小分子構成，具有均勻分佈的質感效果。

4. 律動(rhythm)：

律動原為音樂、舞蹈、戲劇、詩詞等具有時間性重覆的藝術，經由聽覺或視覺感受到美的形式。在視覺上，是以單元形狀的反覆、交替、漸變所構成，使觀賞者產生抑揚頓挫的律動感，亦可稱為韻律或節奏。在視覺上，要表現出律動的效果，其最基本的方法有兩種，即反覆和漸變(gradation)。而這兩種方法，又可與規則及不規則或週期性的現象交互運用，當然可以發展出無限多的組合。

簡約居家布置方法

一、自製環保回收再製花器：

花器是用來容納、襯托花卉用的器具，因此只要是可供攀附、懸掛、盛裝等的物品均可用來製作花器。如木器、鐵器、寶特瓶、原木等皆可。



圖 1. 使用回收材質製作花器(上左：樹皮、枝條等。上右：枯木、圓木柱。下左：塑膠盆及空心磚。下右：金屬架。)(薛茜懷老師提供)

二、簡約設計：

1. 幾何設計：

利用簡單的基本形狀，如方型、圓形等來構圖，將花卉佈置成一定的形狀。簡單的構型不難達成，又可表現出素雅大方的美感。

- 圓形之應用：圓形有圓潤、和諧的意涵，可與尖銳的枝桠調和，使構圖趨於圓融。
- 心形之運用：心形是愛的象徵，但即使不用於傳情，心形仍是極具美感的基本圖形。



圖 2. 自製花器應用：先以乾燥花用的海綿塑形，外覆珍珠貝殼砂（左、右上：心形構圖。右下：星形構圖。）。

2. 極簡風：

用最簡單的材料、構圖、手法，呈現出與眾不同的巧思。



圖 3. 用簡單的鋁線或鐵絲線條，展現別出心裁的風貌。



圖 4. 現成的花器，幾乎不需要加工，即可完成簡約的花藝佈置（上左：竹筷、木片。上右：竹筒。下：竹籃）。

三、其它應用：插花、壓花、胸花等應用方式，最大限度展現花的美感。



圖 5. 插花作品，利用花器作成環形設計，四面八方皆可觀賞。且以眾多的花朵及水果堆疊，營造出豐盛的立體感。



圖 6. 左：壓花，花中有畫，畫中有花。右：乾燥立體胸花，芳容常伴，艷麗隨身。

結語

人類利用花卉美化生活由來已久，應用手法有的奇思妙想，有的樸素大方，顯示花卉的美不限於行家之手，而是人人都可以展現。利用隨手可得之素材及花器，營造簡約及素雅的風格，是你我都觸手可及的事。不需要太多繁瑣的美學理論，也不必大老遠出門賞花，家裡的每個角落都可以是你和花朵的完美舞台。當清晨有綠葉陪著你向朝陽 Say Hi，下班回家是鮮花用撲面的芬芳給你熱情擁抱，你也許就會發現，原來美就在生活中的不知不覺間……。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

花卉生活應用研討會專刊./ 賴思倫,鍾淨惠,謝廷芳 主編. -- 初版.
-- 臺中市:農委會農試所, 2017.10
面; 19*26 公分. -- (農業試驗所特刊; 第 204 號)
ISBN 9789860538878 (平裝)

106

書 名：花卉生活應用研討會專刊
發行人：陳駿季
編輯：賴思倫、鍾淨惠、謝廷芳
作者：陳根旺、周英戀、張滋佳、余世芳、林慧玲、邱健誠(按文章順序)
出版機關：行政院農業委員會農業試驗所
地 址：臺中市霧峰區萬豐里中正路 189 號
網 址：<http://www.tari.gov.tw>
電 話：(04) 23302301
出版年月：2017 年 10 月
版 次：初版
農試所出版品 2017 年 005 號
展售門市：1. 國家書店 / 104 臺北市松江路 209 號 1 樓 (02)25180207
國家網路書店 <http://www.govbooks.com.tw>
2. 五南文化廣場 / 400 臺中市中山路 6 號 (04)22260330
定 價：新台幣 150 元(平裝)
承印者：學安文化事業有限公司
地 址：臺中市南區仁和二街 78 號
電 話：(04) 22861600

ISBN: 9789860538878 (平裝)
GPN: 1010601740
版權所有、轉載須經本所同意