

具生命的禮物——商業送禮篇

林雨益

為——節慶商業送禮。

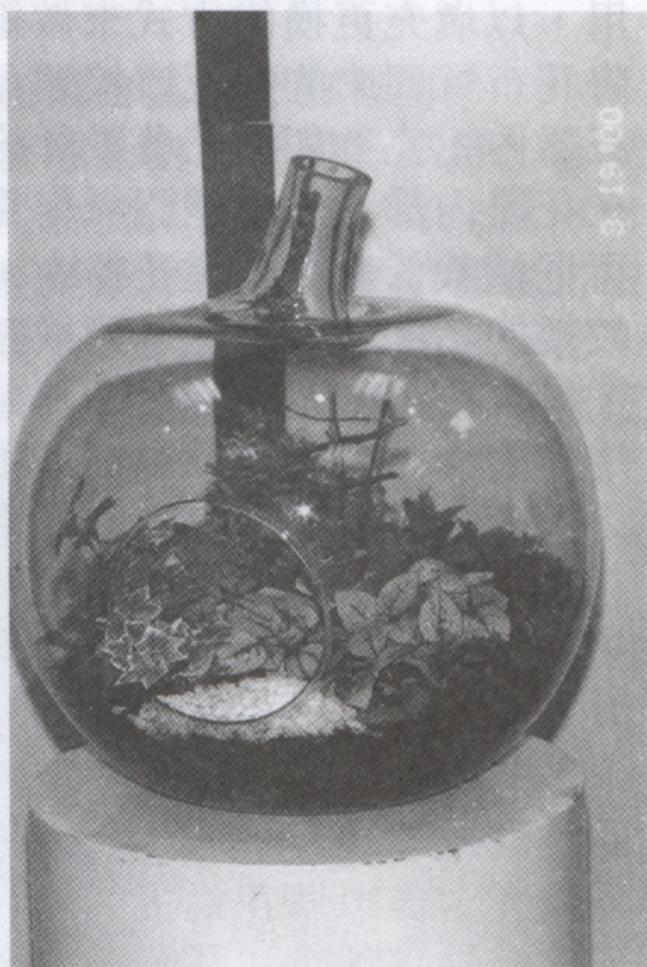
盆栽組合是一種活的創作藝術，也是一種商品。既是一種商品，就經濟觀點來看，因組合盆栽比一般花藝作品的觀賞期長，所以平均而言算是低消費的商品，因此深受消費者喜愛。而業者為滿足消費者的喜好，從學術單位的研究發展到花農的生產，皆隨流行的風潮而改變，消費市場上每年皆有新品種、新花色的出現，讓花藝界愛花、賞花者，時時有驚喜，處處有歡欣，為平靜的生活增添不少的樂趣與變化。此外，為了使消費者對產品有深刻的印象，花店業者、花藝設計者，莫不致力倡導花卉行銷，在宣傳上，無不賦予作品特殊的意義

近年來，由於經濟活動蓬勃發展，將各種資源換成有形的財貨及無形的服務以滿足人類的需求，並從中獲取適當的利潤，而商業的往來使商品互通有無，其中更包括物質上的交流，於是乎產生商業文化。



▲此為較具節慶型的商業送禮，這樣的組合盆栽一般皆集中在10月至1月初，因他代表西洋聖誕節的歡樂氣氛。

花是大自然給予人類最具生命力的禮物，從古到現今，由奢侈品到生活必需品，進而成為送禮用的商品。近年來，在花卉業者不斷促銷、推廣，舉辦各式展示會之下，新的年輕一代漸漸改以花卉作為傳情達意聯絡感情的禮品，這樣的盆栽組合，我們所賦予的特殊意義



▲玻璃盆的送禮，一般較能突顯設計者精巧的手法，因而較能創造更多的無形價值。

，例如：

象徵春臨人間、吉祥如意的松、竹、梅、柏樹、水仙、菊花、蘭花、報春花、仙客來是春節時的常客；母親節則以康乃馨代表母



▲此大作尤宜擺設在大飯店入處，用植物的季節性，告知來往旅客冬末春初的季節。

親的慈愛；而玫瑰使七夕及西洋情人節更具濃情密意；其他如發財樹（財源滾滾）、鳳梨花（好運旺旺來）、菜頭（好彩頭）更是開幕、選舉時送禮盆栽的主流。

一般說來，商業送禮組合盆栽可依價位高低來分類，中低價位者通常是造型大方，容易完成的作品，如一般的大盆栽加上一些小品組合而成的；而高價位者，則斟酌加入較具創意的技巧來作設計，使其產生更具附加價值與吸引力。但是作品不論做的多麼完美無暇，若無人願意消費，就不能算的上是好的作品，因此，一個好的商業送禮組合作品，不但要有花藝的設計理念和技巧賦予產品本身基本功能的特殊意義外，更需要加入消費者的需求導向，塑造出新的花卉消費型態或營造花卉新義或形成共

同的消費默契，以增加花卉的附加價值與市場接受度，使產品具有無法取代的特殊性，創造新價值以維持高利潤。

從古至今，花卉未曾在人類的生活中消失，甚至隨著文明的進步而更加普遍，依台灣地區來看，商業送禮的市場，以開幕、選舉、辦公室綠美化為主，再者為各式各樣的紀念日。又由於組合盆栽較一般插花作品持久，加上人們愈來愈重視周遭綠美化，以至於這樣的商業化產品就愈能讓消費大眾所接受。

總而言之，商業組合設計的確因為人類社會消費型態的演變，而逐漸自成一格，形成一門相當專業的應用設計，而設計者不只學習花藝技巧，還必須學習市場行銷學、消費心理學、資材採購成本概念等，才能勝任這項工作。



▲造型小巧可愛，如同居家溫馨的感覺，宜一般公司行號擺設，讓顧客更感親切。