

# 臺灣花卉產業概況 與輔導措施

農糧署作物生產組 陳立儀、吳國政

## 摘要

近 10 (2010~2019) 年臺灣花卉產業呈現不同的發展趨勢：切花類種植面積減少 617 公頃；苗圃類與盆花類分別增加 1,498 公頃及 281 公頃。內銷方面，臺北、臺中、彰化、臺南、高雄 5 大花卉批發市場近 10 年交易量，從最高 2015 年 7,016 萬把，降至 2019 年 6,442 萬把，需求萎縮。花卉產業遭遇問題概分為生產面之質量不穩與人力短缺，消費需求面之內需低迷及外銷待突破等 4 項課題，農政單位業投入改善，並針對未來國際趨勢提出對應策略，如推動智慧農業、突破外銷瓶頸、擴大內銷需求等作為，為未來花卉產業尋求更穩定與長遠的發展。

關鍵字：花卉產業輔導、花卉內需市場

## 前言

日治時代，花卉作物一般屬高價產品，非民生必需，農糧產業發展的重心擺在糧食跟蔬果作物上。進入 1970 年代後，社會步向繁榮，人民生活水準提高，對花卉的需求逐漸增加，相關產業團體應運而生，臺灣區花卉發展協會、臺灣區花卉輸出業同業公會、中華花藝研究推廣基金會、臺北市花綠小站花店協會等單位先後成立，協助花卉產業鏈之同好與工作者整合生產、外銷、應用及銷售等環節，另農政單位於 1988 年至 2003 年陸續輔導建立臺北花卉市場、彰化花卉市場、臺南市綜合農產品市場、臺中花卉市場及高雄花卉市場等 5 處花卉批發市場，完善產銷功能，花卉產業鏈至此完整。

2020 年特殊嚴重傳染性肺炎 (COVID-19) 疫情自年初開始蔓延，國際疫情至 8 月底仍未見趨緩，對比 2003 年嚴重急性呼吸道症候群疫情 (SARS)，及 2011 年 311 東日本大震災，此次疫情對花卉產業之負面影響時間將更加久遠。本文將從臺灣花卉產業概況、近年農糧署花卉輔導作為及因應疫情推動花卉振興措施等簡要說明，提供花卉產業發展下一步之思考方向。

## 臺灣花卉產業概況

### 一、花卉生產情形

1978年首次公布花卉種植面積為1,241公頃，隨後每年以5%至25%成長比例快速增加至9,089公頃。1990年代起，貿易自由化、關稅保護傘解除，新興外銷花卉國家競爭、家庭組成與消費型態轉變、經濟成長趨緩等因素，花卉生產進入緩步成長階段，每年種植面積成長率降至個位

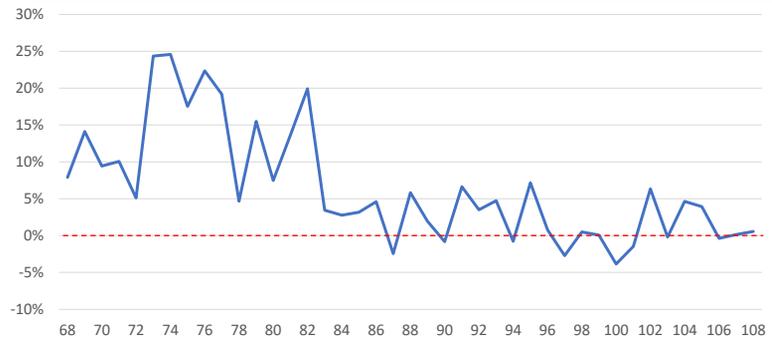


圖 1、1979 年至 2019 年臺灣花卉種植面積成長率

資料來源：農業統計年報

數，某些年別出現負成長(圖 1)。花卉年產值呈持續成長趨勢，1984年產值 12.2 億元新臺幣，2001年突破百億元(117.4 億元)，2019年 182.9 億元，為歷史新高。

從種植面積分析花卉產業演變趨勢，按農業統計年報將花卉概分為切花類、苗圃類、盆花類、球根類及種籽類，前 3 類占比最高，1978 年 1,241 公頃花卉種植面積中，切花類為 778 公頃，占比 62.6%，其次為苗圃類 361 公頃，占比 29%，球根類、種籽類及盆花類占比均不到 5%。切花類在 2000 年達到高峰，該年種植面積首次突破 5,000 公頃，往後逐年下降至 2019 年 3,038 公頃，僅占該年花卉種植面積 21%(圖 2)。菊花、唐菖蒲、夜來香、天堂鳥等過往多主要用於祭祀、民俗慶典上的傳統用花，1990 年代後生活型態轉變，居家空間隨家庭人口組成縮小，神明廳漸退出家庭空間，又花卉種類增加，提供消費者不同的選擇，以及外銷不利等因素，需求減少。以菊花為例，1996 年至 2019 年批發市場年交易量從 1,564 萬把降至 1,073 萬把；外銷也從 1989 年 4,256 公噸，降至 2019 年 24 公噸(圖 3)，種植面積亦持續下降。取而代之是文心蘭、百合、洋桔梗、火鶴及新興切花等崛起，近年該等作物種植面積文心蘭及百合持平，洋桔梗與火鶴呈衰退趨勢(表 1)。

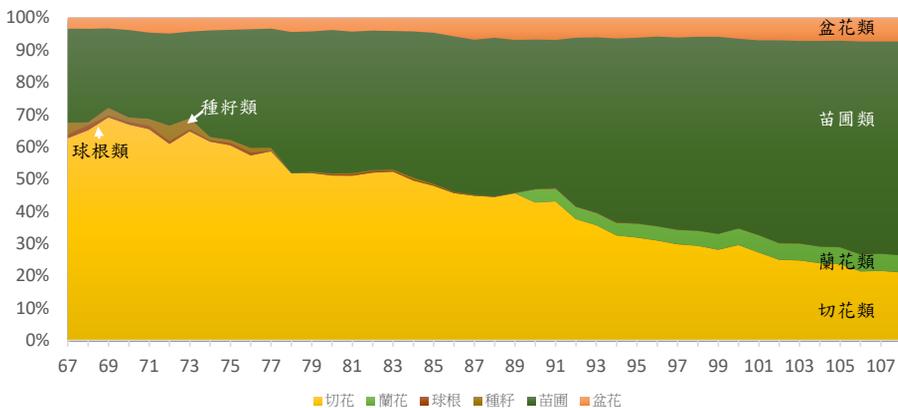


圖 2、1978 年至 2019 年不同類別花卉種植面積演變情形

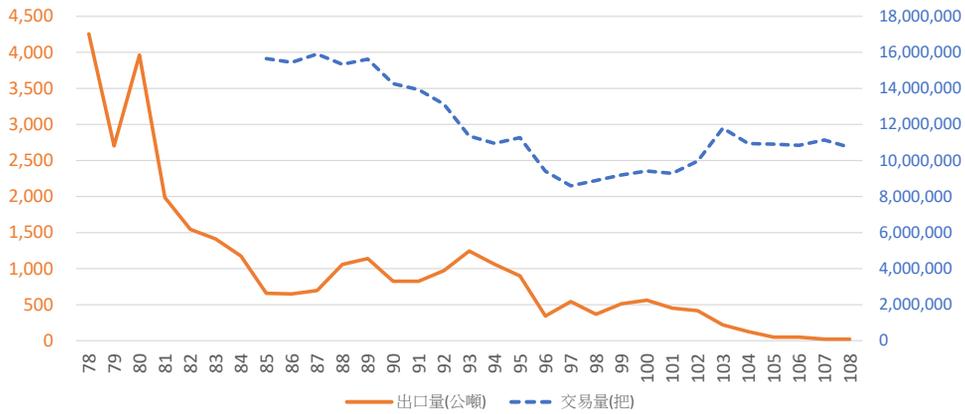


圖 3、歷年菊花批發市場交易量與出口量變化  
資料來源：批發市場交易行情站、農委會出口統計資料

表 1、文心蘭等新興切花種植面積調查表

單位：公頃

年別	文心蘭	洋桔梗	香石竹	百合	火鶴花	非洲菊	其他切花
1995	未統計	45	80	155	94	41	1,048
1996		44	96	219	91	45	975
1997		54	107	315	97	52	1,044
1998		52	107	345	110	59	1,026
1999		55	101	245	129	59	1,261
2000		129	136	335	122	50	1,354
2001		78	77	343	117	58	1,383
2002		81	88	340	131	62	1,686
2003		56	95	350	137	61	1,585
2004		89	80	339	130	63	1,594
2005		64	76	297	142	63	1,379
2006		65	86	271	150	63	1,628
2007		59	79	345	160	81	1,601
2008		58	129	331	189	82	1,534
2009	213	54	115	337	196	78	1,642
2010	207	76	98	287	209	77	1,483
2011	217	101	75	370	215	81	1,493
2012	243	130	67	307	193	77	1,340
2013	249	114	58	290	198	69	1,318
2014	261	121	57	303	189	70	1,265
2015	261	105	48	322	183	74	1,326
2016	266	102	45	347	177	64	1,480
2017	249	69	45	325	175	65	1,232
2018	247	91	41	343	161	68	1,271
2019	237	91	43	352	161	64	1,003

資料來源：農業統計年報

註：其他切花指菊花、夜來香、大理花、香石竹、玫瑰、滿天星、天堂鳥以外之新興切花

苗圃類及盆花類應用在都市綠美化、花壇等場所，2001 年政府推行周休二日，國內旅遊興盛，觀光旅遊場所、休閒農場如雨後春筍般出現；公園與都市林綠美化的工程數增加，加上民眾漸培養出居家及辦公場所綠意佈置的興趣，苗木及盆花的需求增加。苗圃類 2000 年種植面積 5,201 公頃，正式超越切花類 5,007 公頃，隨後持續上升，2019 年達到 9,546 公頃，為歷史新高，同年盆花類 1,056 公頃，維持在高峰。

蘭花類包含蝴蝶蘭、小花蕙蘭、嘉德利亞蘭及熱帶蘭花等，2001 年種植面積計 444 公頃，2019 年成長至 761 公頃；2009 年增加調查文心蘭 (213 公頃)，2019 年為 237 公頃。蘭花為我國農業重點發展項目，2001 年成立臺灣蘭花產銷發展協會，結合國內蘭花產業從生產至銷售業者，推動產業蓬勃發展。為解決蘭花產業用地與建立上中下游供應鏈群聚加乘效益，農委會輔導臺南市政府 (原臺南縣政府) 建立臺灣蘭花生物科技園區，2004 年底正式開幕，另 2005 年起每年輔導臺南市政府於園區內舉辦臺灣國際蘭展，吸引廣大國際買家到臺灣下訂單，成為國際知名蘭花產業盛事。惟受美、日等國際市場低迷及荷蘭自動化生產、中國大陸與東南亞國家低勞力成本競爭及缺乏長程戰略規劃等因素影響，近 3(2017~2019) 年蘭花類 (不含切花用文心蘭) 種植面積平均年成長率僅 0.7%，呈現飽和狀態。

## 二、花卉進出口

2019 年花卉產值 182.9 億元新臺幣，外銷值 67.6 億元，外銷 / 產值比例 36.9%，對比蔬菜 6.1% 及果樹產業 10.7%，花卉產業外銷比例相當高。進一步按品項分類，全年出口值以蝴蝶蘭占比 68.4% 最高，其次為文心蘭 9.4%、火鶴 1.8%、洋桔梗 1.4%、其他切花 0.7% 及其他花卉產品 18.4%。日本及美國為我國花卉主要出口國家，出口值合計 60.7%，其餘國家均未超過 10% (表 2)。花卉外銷偏重單一市場，文心蘭、洋桔梗、火鶴、唐菖蒲等切花品項逾 90% 出口至日本，蝴蝶蘭逾 64% 出口集中美國及日本，小花蕙蘭 (國蘭類) 更是完全依賴韓國市場 (99%)。花卉外銷過度集中單一市場易致供應調節缺乏彈性，不易因應市場劇變，2011 年 311 東日本大震災造成日本部分港口及批發市場受損，花卉產品無法即時輸日，農政單位雖採取輔導轉口其他國家、辦理活動消化外銷花卉等因應措施，仍無法完全彌補日本市場造成的缺口，花農及貿易商損失嚴重。

表 2、2019 年花卉外銷情形

出口地區	出口量 (公噸)	占比 (%)	出口值 (千元新臺幣)	占比 (%)
日本	6,104	23.60	2,209,953	32.67
美國	6,268	24.24	1,900,170	28.07
越南	2,498	9.66	534,671	7.89
荷蘭	1,545	5.97	477,392	7.05
韓國	838	3.24	301,228	4.46
加拿大	837	3.24	241,943	3.57
澳大利亞	508	1.96	234,146	3.46
新加坡	587	2.27	95,757	1.42
中國大陸	4,540	17.56	56,039	0.83
其他	2,134	8.25	715,907	10.58
合計	25,859	100	6,767,205	100

資料來源：農委會貿易統計資料

進口部分，多由荷蘭及智利等國進口百合、唐菖蒲、玫瑰等球根(莖)或種苗品項，供後續切花生產用；另切花如石斛蘭、菊花、康乃馨及玫瑰等亦少量進口(表3)。

表3、2019年花卉進口情形

進口地區	進口量(公噸)	占比(%)	進口值(千元新臺幣)	占比(%)
荷蘭	5,258	53.77	313,637	43.35
智利	1,173	12.0	132,898	18.47
其他	1,392	14.2	130,565	18.13
日本	930	9.51	71,040	9.69
越南	567	5.8	8,699	1.21
泰國	458	4.68	66,085	9.15
合計	9,778	100	722,925	100

資料來源：農委會貿易統計資料

### 三、內需消費

2019年切花類產量6,693萬打，該年5處批發市場國產切花交易量6,047萬把，反映國內花卉多透過批發市場取得。1997年至2007年花卉批發市場切花年交易量均超過7,000萬把，2013年至2015年間也曾連續3年超過7,000萬把，惟2016年以後每年交易量下滑至6,435萬把到6,578萬把之間。花卉非大部分國人之生活必需品，切花類傳統的應用場合與時機，如畢業典禮、探病、特殊節日等使用切花的消費模式逐漸被其他贈禮方式取代，有說法認為花卉消費與經濟表現掛勾，從切花年交易量成長率及經濟成長率對比，兩者間確有相當程度之關聯性(圖4)。2018年統計國人年花卉消費僅926元，其他先進國家美國3,071元、德國3,812元、日本1,341元、瑞士4,907元等，顯示國人的花卉消費仍有很大的成長空間(圖5)。



圖4、花卉批發市場交易量成長率與經濟成長率變化

資料來源：農業統計年報、批發市場交易行情站

註：2016年花卉災損7.69億元新臺幣、被害面積1,492公頃

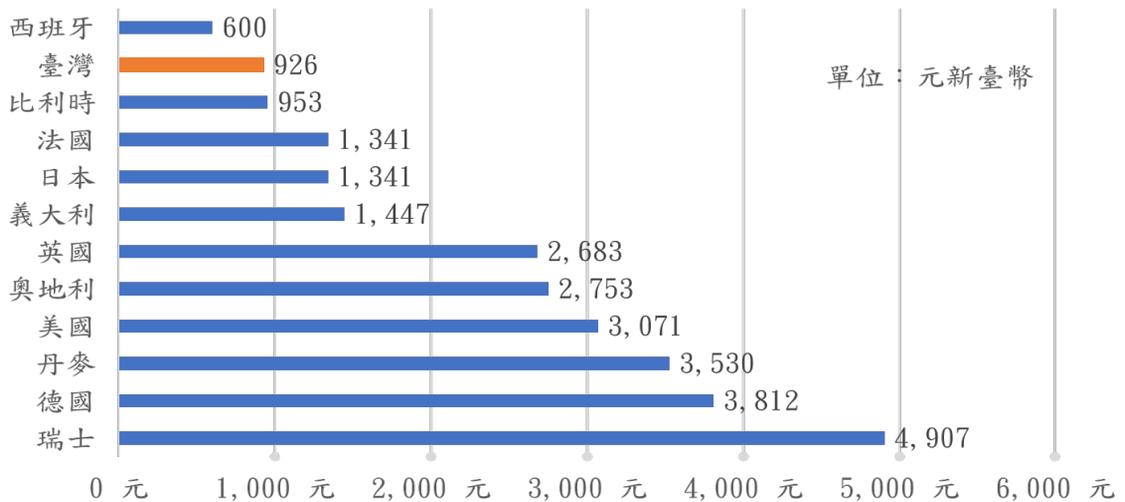


圖 5、臺灣與其他國家民眾年花卉消費金額對比

註 1、國外花卉年消費額來自 AIPH 2019 年統計年報，以 2018 年歐元平均匯率換算成新臺幣

註 2、2018 年臺灣人均花卉消費推估： $(\text{產值} + \text{進口值} - \text{出口值}) * 2 / \text{該年期中人口數}$  (李皇照教授提供)

另一方面，觀葉植物、仙人掌及多肉植物等盆花類具療育、容易照顧、種類花樣多與好搭配等特性，民間興起種植熱潮，近 5(2015~2019) 年花卉批發市場年交易量從 655 萬盆持續成長至 911 萬盆，仙人掌及多肉植物等近 5 年交易量雖持續成長 (29 萬盆增至 73 萬盆)，均價卻不斷下探 (每盆 35 元降至 22.1 元)，當前市場需求顯已過飽和，生產端及消費端皆須尋找新的突破口。

## 輔導作為

農政單位以協助花卉產業永續經營為目標，推動建構高競爭力花卉產業、保障花農收益、擴大消費需求之重點項目，從生產端至需求端引導產業升級，優化產業鏈與帶動周遭產業共榮，期將花卉生產供應與消費需求持續形成正向循環。茲就農糧署近年辦理工作簡要說明如下：

### 一、協助開發、審查新品種與爭取縮短取得國外品種權時間

- (一) 花卉注重新穎性與獨特性，且流行性短，持續開發新品種有助於維持市場競爭力。截至 2020 年 8 月，國內已通過取植物品種權的花卉計 1,045 件，占全部品種權件數 80%，其中以蘭花類 (蝴蝶蘭及朵麗蝶蘭) 631 件最多，其次為菊花、非洲菊、長壽花等草本花卉 232 件，木本花卉 141 件及球根花卉 41 件。

(二) 植物品種權為「屬地主義」，歐盟為臺灣主要外銷市場之一，我國蝴蝶蘭新品種申請歐盟品種權因耗時及費用高，2019年我國與歐盟簽署互相採認蝴蝶蘭品種性狀檢定報告書，取得臺灣品種權者之案件，申請歐盟蝴蝶蘭品種權時，併附我方檢定報告書等檢定流程，可大幅縮短檢定時間約1年，有效帶動雙邊的花卉貿易發展。另外積極與越南簽署相互採認所有植物品種檢定報告書協議，擴大國際市場商機。

二、盤點花卉產業技術缺口，輔導學研單位導入科技研發成果應用至產業；輔導產業創新，開發具市場競爭力產品

- (一) 品種選育及育種：分析未來市場需求，提出對應之花卉品種選育、開發符合產業需求之特殊花型、花色、具香氣、多梗及多倍體之蘭花育種親本。
- (二) 生產及採後處理技術：研發減緩花瓣老化、乙烯抑制、抗氧化等切花保鮮及採後處理技術。改進花卉生產、產期調節與營養管理技術、建立新興花卉量產模式、盆花耐逆性、球根花卉促成栽培、生活園藝應用技術研發等。
- (三) 組織培養技術開發及應用：熱帶蘭花及重要花卉健康種苗繁殖、量產、品質驗證及檢測技術之開發建立具潛力新興熱帶觀賞作物種苗快速繁殖體系。
- (四) 推動智慧農業，引導業界參與：2017年農委會擇定蘭花等10項產業/領域為示範項目，由農業試驗場所及學研單位就其現行產業基礎上，以智慧生產及數位服務為推動主軸，協助產業導入省工省力機械設備、人機輔具等，並結合導入資通訊技術(ICT)、物聯網(IoT)、巨量數據(Big Data)分析、區塊鏈(Block Chain)等跨領域技術，協助產業提升經營效率及減少勞力需求之經營模式。此外，農糧署鼓勵業界提出創新可行作法，以改善該公司生產瓶頸，截至2020年計輔導6家蘭花業者參與智慧農業業界參與計畫。

三、建立臺灣蘭花商業品種服務中心：2017年起農委會輔導臺南市政府於臺灣蘭花生物科技園區，建立臺灣蘭花商業品種服務中心，委託臺灣蘭花產銷發展協會執行管理。該中心服務項目包含認證標章、生理檢測、海外試種、蘭花行銷、新品種展示、海運儲運測試、市場資訊研習析蒐集、智慧財產權全球佈局等，為臺灣蘭花在育種跟品種推廣上保有領先地位，協助產業站穩品種多樣性之核心價值，讓臺灣成為全球蘭花品種研發與種苗供應中心，引領品種流行趨勢，形塑臺灣蘭花的國家品牌。

四、輔導建置生產設施與設備：2007年於主要花卉產區試辦外銷專區，提供專區內生產設施及設備補助計畫，2010年正式推動花卉集團產區(原名為花卉生產專區)，輔導各直轄市、縣(市)政府擇定具競爭力花卉，建立引種、示範量產到自行育種之市場導向計畫產銷體系，補助集團產區內花農設置溫網室設施與生產設備，累計輔導臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、臺南市、屏東縣等地計16處542公頃之集團產區，生產聚落已然形成。2017年起朝全面提升花卉品質及花農經營成效，開放一般產區花農申請生產設施及設備補助。

五、訂定輸澳大利亞切花切葉系統性規範：澳大利亞為我國花卉外銷之新興市場，該國於 2018 年 3 月 1 日起實施新輸入規定，由輸出國擇一方式（認可之系統性管理作業、或輸出前採溴化甲烷燻蒸處理、或採澳方認可之方式）處理輸入至該國之切花切葉產品，並於輸出前經動植物防疫檢疫局確認無罹染有害生物，且加註系統性管理之生產者與包裝場名稱或處理方式於輸出植物檢疫證明書後，始得輸往澳洲。我國採用系統性管理作業以因應澳方要求，由農糧署輔導臺灣區花卉輸出業同業公會邀集專家學者訂定規範，由生產者及包裝場依循，自主管理操作，確保產製及包裝過程無病蟲害感染風險，並經第 3 方驗證通過，即可申請為輸澳之生產者或包裝場。截至 2020 年 8 月計 15 家包裝場業者通過驗證，取得輸澳資格，輸出品項包括蝴蝶蘭、萬代蘭、文心蘭、腎藥蘭、火鶴及千代蘭等切花。

六、其他輔導項目：花卉產業種類繁多，具高度流行性，各種類規模普遍不大。為鼓勵產業投入開發新產品，農糧署持續輔導花卉產業公會與農民團體辦理外銷或新興花卉種類之新品種示範觀察示範團、花卉評鑑活動、新興觀賞植物推廣活動等項目，並建立專家服務系統（技術服務團），強化技術診斷服務能力、辦理人才培訓課程等工作。

## 因應疫情推動花卉振興措施

2020 年嚴重特殊傳染性肺炎對花卉產業衝擊直接且快速，國際疫情蔓延，交通航運、經濟活動停滯，外銷訂單銳減。3 月至 5 月花卉出口量 4,644 公噸，較去（2019）年同期出口量減少 4 成（3,382 公噸），難以消化的訂單紛紛銷回國內市場；另受疫情影響，相關用花活動紛紛延期或縮小規模，又 4 月至 6 月為花卉主要產季，量增情形進一步加劇花卉產銷問題，臺北花卉批發市場 3 月至 5 月花卉每把均價 54.5 元，較去年同期減少 17.3 元，衝擊花農生計。

農委會因應疫情推出多項花卉紓困與振興方案，協助花農及相關從業人員度過當前難關，並以代位消費方式積極消化盛產及外銷規格花卉，協助產銷穩定。此外，農糧署推動「建立便利購花管道」、「推廣新型態用花」及「培養用花習慣」3 大振興措施，從開拓花卉應用需求極大化的方向著手，期為後疫情時代花卉內需市場發展，帶來新的契機，推動做法說明如下：

一、建立便利購花管道：輔導花卉產業團體與全聯、家樂福及楓康超市合作，推動實體通路賣花，自 4 月試辦以來，已在臺北市、新北市、桃園市、新竹縣市、臺中市、南投縣、彰化縣等地逾 80 家門市設點。零售通路賣花係以未經加值處理之花卉素材為主，與經由花店業者巧手包裝成組合花束的產品定位不同，藉由便利的購花管道，簡單且平價的花材，增進民眾消費意願，擴大民生用花的基本盤，並養成消費習慣後能向上提升對花店花卉商品的消費需求。

- 二、推廣新型態用花透過贈花、示範、競賽等方式，開發推廣各式的用花場合與用花時機，引導不同行業與國人家庭建立花卉消費模式。已執行項目包含提倡藥局建立常態佈置用花模式、宣傳使用花禮盒餽贈心意模式、推廣廟宇參拜用花、推廣休閒旅遊產業用花模式、辦理餐桌花藝設計競賽，宣傳以花卉妝點餐桌，以及協助花農在自己的社群媒體建立網購平台行銷花束，鼓勵經營個人品牌及產銷一條龍的模式等。
- 三、培養用花習慣：用花習慣需透過養成培育，營造日常生活充滿花的情境，自然而然的習慣有花的存在，透過校園花育活動讓學生實際參與、認識與接觸花卉，可將花卉美育融入生活培養，引起學生及家長消費意願，有助擴大國內市場需求。本次校園花卉教育活動由地方政府與花卉產業公協會共同參與，於臺北市、新北市、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣及花蓮縣等 13 縣市，辦理 4,100 場次，共超過 500 所學校、逾 15 萬人次學生參與。本次活動回收逾 5,300 份家長問卷中，9 成以上家長認為對子女美感養成有幫助，近 7 成表示有助提升接觸植物的興趣，可對未來花卉消費埋下良好的基礎。

## 結語

近年花卉產業受外部競爭與內在挑戰情形逐漸加大，農政單位的花卉政策持續在創新育種、維持與增進品質、建立穩定供應、優化經營效率等生產面提升花卉產品競爭力；爭取臺灣花卉在國外曝光機會，持續開拓新興市場，與擴大內銷市場等消費需求面向下扎根，多管齊下穩固花卉產業的根基。

本次疫情導致花卉內外銷同時受創，造成的衝擊讓我們重新審視當今花卉產業結構，能否因應後疫情時代的市場環境變化，持續站穩腳步。糧食、蔬果作物為維持民生之必需，穩定產銷及確保食安為重中之重；花卉產業規模小、種類多、應用不同，產業較無一般農糧作物需擔憂壟斷市場之情形，發展應更有彈性。花農長期以小農合作或單打獨鬥方式打國際賽，力量難以集中，面對未來市場環境，或應積極思考整合為國際性大型花卉種苗、生產與貿易組織之可行性，建立完整分工機制，各司其職，走向自主運作，帶領臺灣花卉產業向前邁進，形成國際間不容忽視的產業巨人。

開拓內需市場有助增加花卉產品消化之緩衝能力，本次花卉振興措施與花卉產業團體及地方政府合作，嘗試將花卉使用導入宗教、醫療、休閒旅遊、教育、日常生活、零售業等不同領域，未來將持續探索更多花卉應用層面，追求花卉產業發展之無限可能性。