



臺灣切花產業 立足國際市場之評析

福爾摩莎園藝中心股份有限公司 彭福全

前言

花與生活，開啟了切花產業的發展，不論是出生慶賀、生日祝福、情人的追求、寺廟的祈福、清明掃墓、畢業祝賀、會場佈置、餐廳旅館美化、住家妝點…等，切花都是必要的選擇；然而她美麗的身影，高貴氣質，優雅呈現，是經過無數有耐心的育種家、管理細心的種苗生產專家、切花生產專業職人、市場運銷業者，共同努力之下的成果。接下來～讓我們一起回顧臺灣的切花產業發展，看看目前面對的問題，想想未來的挑戰。

臺灣切花產業的萌芽期 1960 年~1979 年

從菊花、劍蘭、玫瑰開始了商業生產的初始，花農從農藝作物或蔬菜轉作切花，自己繁殖種苗、也自己種植切花，農民還自己販售。1971 年生產面積達 234 公頃，開始外銷香港；1973 年能源危機後，日本人也到臺灣來採購菊花。

這是一個臺灣切花產業奠基的時代、一切都是自己摸索，當時會說日文的種子行，靠提供日本的種子公司生產的自交系的種子及簡單的栽培資料，開啟了切花生產的時期。

臺灣切花產業的成長期 1980 年~1999 年

1980 年到 1999 年這 20 年當中，生產面積從 898 公頃增加到 3,352 公頃，成長了 2.7 倍；產值從 3.3 億增加到 13.8 億，成長了 3.1 倍。

由於切花進口商進口許多新興花卉，帶動了臺灣切花產業新的轉變，不只是菊花、劍蘭及玫瑰；市場上充滿著各式各樣的新花種、新品種、種類繁多。如鬱金香、非洲菊、水仙百合、小蒼蘭、百合花、火鶴花及各類蘭屬…等。然而並非每項新興花卉都能持續發展，新興切花的產值是菊花、百合、火鶴、玫瑰、劍蘭、洋桔梗開始嶄露頭角。

臺灣進口業者每年前往參觀荷蘭園藝資材展，從中選購新花種、引進品種及資材，加快了臺灣切花產業與國際接軌的重要關鍵。只是臺灣花卉產業、此時還未有智慧財產權保護的觀念，影響了後續新品種採購與是否能同步的關卡。這個時期也是臺灣花卉產

業、學習成長活動的與盛年代，經常有研討會的舉行、觀摩會的舉辦，甚至有由專家學者組成的產業輔導團隊，進入產業、走進花園，直接給予現場的健檢與指導，也舉辦國際花卉展暨國際研討會，當時的產業充滿著活力，應該可說是臺灣切花產業的黃金年代吧！

臺灣切花產業的成熟期 2000 年~2019 年

這個階段～臺灣切花的品質與數量，已經滿足了臺灣市場的需求，具有進軍提供海外市場的服務條件。在臺灣區花卉輸出公會 - 老理事長李仍亮老先生的帶領之下及農業試驗所黃肇家博士等重要研究人員的協助下，讓臺灣切花可以突破海運運輸的瓶頸，以冷藏貨櫃輸入日本，大大提升競爭力與獲利率。

當時李理事長帶領著輸出業者，前往日本推廣臺灣切花不遺餘力，奠定了臺灣目前文心蘭、火鶴花在日本市場幾乎完全佔有，更奠定了臺灣切花在日本市場的良好基礎。因此，後續的洋桔梗、蝴蝶蘭切花也都能迅速地在日本市場佔有最重要的地位。

2000 年開始，日本花卉的消費開始下滑，花店的家數也開始縮減，進口種球、種苗的數量也同時減少，而臺灣切花出口日本的數量、仍不斷的攀升，是由於日本人口結構老化的影響、退休的切花生產人數多於新進或接班的人數，此時日本產業已經走向後成熟期。

從日本切花產業的狀況，我們了解到一個國家的產業如果只依賴國內的市場，必須面對人口結構老化的衝擊，在數十年的成長期之後就面臨產業衰退的挑戰，值得我們深思啊！

臺灣切花產業的挑戰期 2020 年~

從 1980 年切花產業的成長期到 2020 年，經歷了 40 年，目前已經走到了第二代接班的時期。由於臺灣的切花生產者，在過去 40 年辛勤經營當中除蝴蝶蘭切花業者之外，因為種種原因而沒有走向企業化的經營。因此，第二代接班的意願並不熱絡，又加上沒有引進機械設備也沒有投資設施，仍然處在勞力密集的經營模式，又加上勞力取得不易的情況之下，更讓接班意願望之怯步。

這幾年來全球暖化造成的氣候異常，切花生產面對了質量不穩定度、天候風險嚴峻的挑戰。我們的重要切花市場日本，花卉消費也開始有了改變。截至目前花店與通路的銷售並駕齊驅、各佔 35% 與 36%，日本經濟發展的困境，也深深影響著切花的消費。

年輕世代的生活習慣與文化，挑戰花卉消費的未來發展前景。看臺灣與日本花卉消費市場的發展趨勢差異不大，值得關注並提出長遠及有效的解決方案。

臺灣切花產業發展的十字路口

在花卉產業工作這段時間，經常有一個想法浮現在腦海「臺灣花卉產業怎麼會走到這？」，「未來又要走向何處？」，「產業的發展是沿著過去的路、一直走下去」，「還是依循著環境的改變、消費行為的不同、商業模式的創新、科技的研發，走向轉型升級、價值創新」，但務實來看、眼前產業的現況，我們不得不承認的事實，就是除了蝴蝶蘭外、其他花卉都是屬於低資本投入、高勞力密集，靠天吃飯的產業。再看看我們的供應鏈，許多切花的品種來自於荷蘭、日本、美國、以色列，種苗及種球也是來自於臺灣以外的其他國家。

臺灣生產的切花、可說九成以上，進入了臺灣的五個拍賣市場，這種單一的通路、回顧過去30年來至今，都沒有什麼改變。這種一成不變的產業供應鏈，讓我們擔心的是，新的商業模式以及消費行為的改變，如果切花產業沒有即時的轉型、提升服務的量能，未來整個產業會面臨非常重大的挑戰與考驗。

我猜想～這是臺中區農業改良場舉辦這次的研討會，邀請產業的先進，一起回想過去、看看現在、探索未來的目的吧！

臺灣切花立足國際市場的瓶頸

臺灣切花目前具有國際競爭力的項目，如火鶴花、文心蘭、蝴蝶蘭切花，一直以來都以日本為目標市場，因為在臺灣生產這些切花具有氣候條件的優勢，而地理位置更贏得了運輸的競爭力，海運運輸更是我們獨霸日本市場的關鍵因素之一。

但是火鶴切花逐年萎縮、文心蘭已經觸頂、僅蝴蝶蘭切花逐年成長。探究原因不難發現，火鶴花長久以來以生產導向思維，供應鏈成員能以「國際市場作為長期經營規劃」的探討有限，僅就海外市場與臺灣市場的價格好壞作為出貨的安排，沒有清楚發展的目標與定位，二代接班意願不高、是目前火鶴切花產業的瓶頸；文心蘭切花除面臨上述問題外，品種開發的持續性、多元性不足，也限制了持續發展的機會。

目前尚未看見具有前瞻性的項目及探究臺灣切花進入國際市場發展的規劃；很期待透過本次研討會能形成共識，產、官、學、研密切合作、以貼近目標市場、整合供應鏈的資源、進行現有切花作物的國際競爭力盤點，作為持續拓展國際市場為目標的發展規劃；同時快速進行臺灣切花產業發展新項目開發的計劃，但希望要以市場導向的思維來進行。

臺灣切花立足國際市場的準備

所有產業的發展，人才是一個關鍵的因素。談到這個命題就想到荷蘭花卉產業有亮眼的發展，產業人才的培育、學校教育與產業接軌，學生走進產業、課程規劃跟上新商業模式、貼近市場需求的研究、運用科技技術打造高效即時的供應鏈、重視產業永續、著眼國際市場經營人才培育，才能有如此的成果。

荷蘭花卉產業發展定位更以人類生存面臨的挑戰，天然資源沒有節制的使用、甚至浪費而開發的精準耕作、作為產業發展定位與人類責任。如此的高度與長遠的目標其實是臺灣這個島國在思考切花產業發展時的重要核心理念。

所有產業的發展、找到明確的定位，是產業發展規劃的第一步。臺灣切花產業也不例外，我們是要從切花的育種，還是種苗的生產供應，或者是切花商品的生產，或者是開發切花國際交易平台...等等方向，作為臺灣切花產業發展的定位呢？也期待透過這一次的研討會及在座先進前輩們的睿智、共同找到清楚明確的發展定位。

產業的發展需要完整的產業資源整合，產、官、學、研合作、擬定具國際市場競爭的清楚目標，依據目標設定並展開年度計劃，更需要有百分百的執行力來推動，計劃年限以計劃完成目標所需時間為依據。目前切花產業的產官學研資源運用效益有限，會是未來產業發展很大隱憂，尤其是各切花項目社團組織，更需要擔任起永續發展的責任，協會領導人要登高望遠、帶領產業看見即將面對的問題與挑戰，共同找出發展的途徑，並帶領二代接班，一起走向學習成長的道路。

大家可能會問到底臺灣切花產業要在世界地圖上、還是亞洲地圖上找到自己的定位呢？在研討會當天，一起來聽聽大家意見～我們共同努力來找答案，敬請期待！

參考文獻

1. 林德福、劉昭吟. 2004. 越界產銷網絡中農業區域的新挑戰 -- 以臺灣花卉產業發展為例. 國立臺灣大學建築與城鄉研究學報 11:35-53.
2. 行政院農業委員會 農業統計資料查詢
<https://agrstat.coa.gov.tw/sdweb/public/inquiry/InquireAdvance.aspx>