

台灣花卉產業競爭力分析

台灣花卉就生產層面來看，整體的栽種環境其實並不輸給其他國家，不過台灣花農在栽種方面靠的大多是經驗，在品質上較不穩定，如今面對世界花卉產業經營結構的改變，花卉產業正處於轉捩點時，台灣不可能置身事外、離群索居。未來，台灣花卉產業必須持續發展，整合國內農業生物技術相關既有的人力與物力，落實於產業上的應用；另一方面，需加強具本土代表性、具產業發展潛力的資源與技術之研究，以提升我國花卉的國際競爭力。

柳暗花明·蛻變中的花卉產業

國內花卉生產基地以中部的彰化、南投、台中和南台灣的台南為主。但由於地域性的消費能力和使用習慣不同，台灣花卉產業景氣跟地區性的經濟狀況息息相關。在大都會外的地方，花卉價格屬中上，特級花卉貨源有限。而台北、高雄等大都會區，金字塔頂端消費族群多，花農有更高的意願將高品質的花卉送到該區域。而和國外的用花習慣相比，台灣民眾對花卉的需求大多以文化因素（升遷、開幕）、傳統習俗如年節祭祀，平日則少有購花作為贈禮的習慣。亦由於華人傳統習俗眾多，在創意和巧思上結合了開運風水的特性，更決定了台灣花卉產品流通全球海外華人市場。像是金錢樹、開運竹、鳳梨花等組合盆栽，某些奇花卉草一時蔚為風尚。



世界各國的莫不在大型蘭展中爭佔先機 - 1

旗艦產品·「台灣阿嬤」翱翔國際

根據荷蘭花卉協會資料預估，全球2014年切花和盆花的預估消費市場在將達到400億美金以上。切花和盆的銷售量亦預估在未來的10年會增長30%以上。目前台灣外銷花卉主要銷售給亞洲市場，其中日本約占有所有花卉外銷總額的50%以上。亞洲區以外的國際市場，由於美國、荷蘭的競爭情況下，再加上近年來熱帶花卉更已在非洲開始有了生產基地，鄰近台灣的東南亞的馬來西亞、泰國更是熱帶花卉直接帶給台灣威脅。由於全球高成長率的誘因，爭食花卉大餅勢必要求新求變。其實，近十數年來默默已為台灣作花卉外交的蘭花產業，已成為



現今政府大力輔導的產業項目之一。

全球蝴蝶蘭市場每年消費超過 2 億株，貿易額超過 3 億美元。在國內每年約有 800 萬新台幣的內銷市場，依需求導向可分為年節市場和種苗銷售。國內已有成熟的技術因應各市場的需求蝴蝶蘭。

台灣原產的蝴蝶蘭有兩種，其中桃紅蝴蝶蘭（*Phalaenopsis equestris*），在台灣僅產於小蘭嶼，另一則為曾奪國際蘭展冠軍的台灣蝴蝶蘭（*Phalaenopsis amabilis*）。至 94 年為止花卉及其種苗占了新台幣 20 億，是所



有農產品出口值之 2%。根據農委會海關進出口管理局的統計，94 年的蝴蝶蘭花苗和切花品種出口值較的 93 年上揚 180% 和 270%。在出口量方面該段期間出口量為 3 千萬盆，較同期之 93 年成長 4%，而在批發價格上和去年相比亦上漲了 9.5%。

列強環伺·台灣競爭力在那裡？

然而，台灣真的滿足於現狀了嗎？花卉產業的成長還有多少空間呢？除了蘭花產業，台灣過往的成熟的菊花、文心蘭產業，近年來面臨東南亞、中國大陸等對手的低價競爭，其中，台商花卉企業落戶對岸的廣東，由於天然環境適



花卉產業如蘭花品種在世界各國發展一枝獨秀

宜，經十數年的蓬勃發展，目前已有數百家台灣花卉企業紮根。韓國菊花產業更是摩拳擦掌準備出擊日本市場，泰國石斛蘭、萬代蘭、文心蘭等切花對台灣花卉直接帶來衝擊。亞洲區域外的荷蘭除了直接空運切花，更與日本建立合作農場，生產球根與盆花。打價格戰終非東南亞等國對手，以量取勝更非中國大陸之敵。荷蘭每公頃溫室利潤為台灣的 6 倍，作業僅需 3 - 5 人，而台灣每公頃需要 25 人，回顧台灣問題之徵結點在於單位面積的生產量和支付成本過高。

三方合作・營造台灣第一品牌

企業界的反應一般來說都較敏銳。近幾年亦有感於形勢比人強，再不思考轉型，恐怕會追不上市場的腳步。去年發生的中韓蝴蝶蘭貿易糾紛，由於中國的低價競爭已導致韓國花農血本無歸，故不得不採取激進的手段來阻撓中國花苗進口。由於台灣花卉出口對象單一，為避免貿易糾紛和開拓多元化的銷售對



世界各國的莫不在大型蘭展中爭佔先機 - 2

象，目前策略如開發海外生產基地、技術聯盟，才有永續長存的競爭能力。台灣在花卉生技的基礎研究充實豐厚，而學術，是帶給花卉產業創新、價值重塑的希望所在。台灣發展蝴蝶蘭生技，除了依靠本身高生物環境歧異度的大自然因子之外，民營企業傳統農家的生產模式更非長遠的打算。花卉是民生必需外的奢侈產品，世界的市場亦集中在全球巨人經濟體系當中。行政院「2008－國家發展重點計畫」當中，預計在 6 年內投資 200 億全力打造台灣成為花卉中心，在政府的大力扶持下，計畫在屏東設置「農業生物科技園區」，在彰化縣和台南縣設立兩個地方主導型園區，分別是「國家花卉園區」和「台灣蘭花生化技術園區」。可見政府已做好產、學、研合作的決心與規劃，協助花農改良花卉生產技術與運銷技術，並整合零散花農，開拓外銷管道。產業時局千變萬化，台灣已到了將原有的產和銷制度中轉型成企業化模式經營、借助生技力量開創品牌，建立技術門檻，才有達到真正花開全球的一天。🌱



台灣蘭花組織培養技術已臻成熟