

外銷新寵兒～火鶴高雄3號及新品種發表會

文·圖／黃雅玲



西班牙品牌LOEWE 發表2023春夏女裝時裝秀系列，火鶴花展現重要角色。
資料來源：https://www.loewe.com/int/zh_TW/stories-collection/ss23-women-runway.html

近年火鶴花元素時常伴隨著時尚流行的腳步，西班牙品牌LOEWE(2023)春夏巴黎時裝周以火鶴花苞片融入女裝品牌服飾及配件，瞬間讓火鶴花成為全球鎂光燈注目的焦點。早年臺灣火鶴花種苗大都仰賴國外進口，種植成本高，因此本場自民國94年開始進行火鶴花種原蒐集及雜交育種工作，希望藉由新品種研發優勢，提升產業的國際競爭力。

112年火鶴花全臺栽培面積約141公頃，切花總產量1,381萬支，內銷交易量742萬支，外銷交易量639萬支，出口國以日本為主，其次為澳大利亞、新加坡、美國、香港、杜拜…等國家，因此火鶴花是臺灣重要三大外銷切花之一，深受國內外消費市場喜愛。臺灣種植火鶴花種苗大部分來自荷蘭，由於受植物品種權保護，花農需付出較高的種苗成本；另一方面，來自國外的商業品種適合溫室生產，臺灣使用簡易水平網室栽培常因氣候環境變化差異，造成品質及產量皆不穩定的現況，因此為保有內外銷產業的競爭軟實力，育成適合種植的自有品種更顯重要。

本場火鶴花新品種研發工作已將近20年，今(113)年已完成4個切花新品種的植物品種權申請案，其中‘高雄3號～紅鈴’表現極為亮眼，切花產量占國內花卉拍賣市場第1位，約占市場20.9%，外銷占比約7.5%；‘高雄4號～紅星’已取得國內花卉拍賣市場代號，開始進入拍賣市場銷售中；‘高雄5號～維納斯’及‘高雄6號～蒙娜麗莎’切花也進入量產階段。隨著國產火鶴花新品種陸續上市，並以非專屬授權移轉花農生產，未來希望持續這股研發能量，並藉由品種研發角度、新興市場的開發及擴展行銷通路，整合出火鶴花產業最佳的發展模式，提升該產業未來的競爭優勢及續航力。—「火鶴之美，耀眼全球；從臺灣出發，綻放無限可能！」



國產火鶴花花藝設計 (陳奕廷 攝)



本場育成的切花火鶴新品種(右至左)‘高雄3號～紅鈴’、‘高雄4號～紅星’、‘高雄5號～維納斯’及‘高雄6號～蒙娜麗莎’ (陳奕廷 攝)



火鶴花‘高雄3號～紅鈴’(右)及‘高雄4號～紅星’(左)外銷日本包裝



火鶴花‘高雄3號～紅鈴’切花產量已占國內花卉拍賣市場第1位



火鶴花‘高雄3號～紅鈴’在日本uniqlo上市



國產火鶴一讚！(陳奕廷 攝)