

國產花卉產業動態與韌性發展

范國慶、郭文捷

農業部農糧署

kuoching@mail.afa.gov.tw

wckuo@mail.afa.gov.tw

摘 要

臺灣花卉產業自1960年代發展外銷至今，2024年年產值達183.6億元、面積13,926公頃，外銷值65.38億元，屬高單位產值之外銷型產業，出口涵蓋美國、日本等70餘國。近年國內花卉產業面臨人力老化、缺工與極端氣候等挑戰，影響整體產業的擴張規模，加上外銷市場集中，當地市場的變化亦直接牽動產業發展布局。整體而言，除自有品種尚待充實、供應量與品質穩定性不足、國際競爭壓力升高外，內銷需求與國民用花文化亦有待補強。本文綜整產業現況，並針對政府六大供應鏈韌性發展策略進行說明，包括：厚實育種量能、穩定供應量質、優化市場交易、強化行銷通路、形塑國際形象及深耕用花文化，輔導產業在育種、內銷與外銷端建立更具彈性與應變能力之供應體系。展望未來，花卉不僅是農業生產的成果，更是綠色生活與美感教育的延伸象徵，期許臺灣花卉產業韌性發展、永續經營。

關鍵字：花卉產業、政府輔導措施

前 言

花卉不僅是農產品，更代表了文化、美學及生活方式。臺灣花卉自1960年代起，憑藉地理氣候與技術優勢，由地方作物轉型為外銷型產業，切花逐步立足日本市場，蝴蝶蘭更成為全球知名品牌，奠定臺灣在國際花卉供應鏈中的重要地位。然而近年國內面臨極端氣候、缺工等問題外，全球通膨、匯率低迷亦將產業推向微利時代，加上近期美國關稅政策的變動，突顯了外銷集中帶來的風險。在此變局中，強化產業整體供應鏈韌性已成為關鍵命題。本文將剖析臺灣花卉產業現況、面臨挑戰與政府輔導作為，期望攜手產業韌性發展、永續經營。

國產花卉產業動態

一、國內生產情形

(一) 產值及面積

我國2024年花卉年產值183.6億元新臺幣(以下幣值相同)，以切花類之67.9億元(37%)為首，其次為蘭花類62.7億元(34.1%)、苗圃類42.8億元(23.3%)及盆花類9.9億元(5.4%)等；2024年種植面積13,926公頃，以苗圃類9,261公頃(66.5%)為大宗，其次為切花類2,717公頃(19.5%)、盆花類1,168公頃(8.4%)、蘭花714公頃(5.1%)等。花卉產業單位面積產值131.8萬元/公頃，蘭花類更高達877.7萬元/公頃，相較蔬菜(64.9萬元/公頃)及果樹(59.4萬元/公頃)，屬資本及技術密集、高單位產值之農產業。



表一、2024年臺灣重要花卉產值、面積與主要產地。

品項		產值 (萬臺幣)	面積 (公頃)	主要產地 (公頃)
切 花 類	百 合	217,523	378	臺中市(184)、南投縣(169)
	菊 花	120,927	563	彰化縣(532)
	文心蘭	56,771	256	臺中市(119)、屏東縣(56)、雲林縣(32)、嘉義縣(12)
	玫 瑰	47,018	157	南投縣(75)、臺中市(29)、屏東縣(21)
	火鶴花	38,643	145	臺南市(53)、高雄市(39)、屏東縣(18)、南投縣(17)
	非洲菊	33,687	53	彰化縣(33)、南投縣(9)、臺中市(8)
	洋桔梗	28,702	73	彰化縣(25)、雲林縣(17)、臺南市(12)、嘉義縣(11)
	唐菖蒲	12,609	94	臺中市(61)、嘉義縣(12)
	其他切花	122,748	998	屏東縣(266)、彰化縣(195)、宜蘭縣(156)
	小 計	678,628	2,717	
蘭花類		626,674	714	臺南市(191)、嘉義縣(145)、屏東縣(98)、南投縣(88)
苗圃類		428,280	9,261	彰化縣(4002)、南投縣(1049)、臺中市(771)
盆花類		98,882	1,168	彰化縣(531)、桃園市(111)、嘉義縣(105)
種籽類		1,282	22	嘉義縣(22)
球根類		22	1	雲林縣、新竹縣零星種植
玉蘭花		2,004	43	屏東縣(35)
合 計		1,835,772	13,926	

(二) 國內生產趨勢

我國花卉產業近10年（2015–2024）種植面積平均維持約14,000公頃，其中苗圃類與盆花類面積逐年增加，蘭花類則相對穩定，惟切花面積由3,267公頃降至2,717公頃，減幅達16.8%。造成面積下滑的原因，除人力老化、缺工及土地取得困難等結構性問題外，亦受到極端氣候與外幣匯率走弱等外部環境因素影響，進一步限制產業擴張動能。然近10年切花總產值仍成長4.4%，主要受惠於高單價百合種植面

積與產值提升，有效支撐整體切花產業規模。相對而言，菊花、唐菖蒲等傳統切花品項則逐漸式微，除受限於本土品種老化、缺乏耐熱新品種外，其主要用途集中於祭祀與喪葬，需求型態趨於定型，近年更因越南等國進口花卉價格具競爭力，導致市場逐步被取代。

二、進出口情形

(一) 出口

2024年花卉外銷量18,941公噸，較2023年19,070公噸減少0.7%，外銷

值65.38億元，較2023年66.12億元減少1.1%。查花卉產業之外銷值/總產值比例為35.6%，遠高於果樹(5.7%)、蔬菜(4.9%)，屬外銷型產業。

花卉外銷品項以蝴蝶蘭為大宗，外銷值占比高達75.9%，其次為文心蘭(6.9%)、蘭科植物瓶苗(6.7%)、蕙蘭類(2.7%)、馬拉巴栗(1.9%)、火鶴(1.7%)、洋桔梗(0.7%)；其中，蘭花類整體占花卉外銷值逾九成，尤以蝴蝶蘭約占七成，為我國花卉外銷的旗艦品項。

花卉外銷國家則以美國為大宗，外銷值占比達32.3%，其次為日本(30%)、越南(8.8%)及荷蘭(6.1%)等70餘國，其

中切花9成輸日、蝴蝶蘭4成輸美，整體出口結構偏重美、日等單一市場。此一集中現象除使產業易受當地景氣波動影響外，也受匯率、檢疫與經貿政策等因素牽動。例如，2022年出口美國蝴蝶蘭因介質夾帶雜草導致退櫃之檢疫事件，以及2025年美國關稅政策調整，皆對輸美業者之經營體質與出口韌性帶來實質考驗。此外，輸日切花因極端氣候等因素量質不穩，造成市場客訴及價格波動等問題，長期亦將影響臺灣品牌整體商譽。綜上顯示，在目標市場集中之風險下，除須穩定供貨並積極開拓外銷市場外，維持我國花卉商品品質更是當務之急。

表二、2024年臺灣花卉出口情形。

類別	出口量(公噸)			出口值(萬臺幣)			主要外銷國家 (2024年)
	2024年	2023年	成長率 (%)	2024年	2023年	成長率 (%)	
整體花卉	18,941	19,070	-0.7	653,836	661,203	-1.1	美國(31%)、日本(29%)、越南(9%)、荷蘭(6%)、加拿大(6%)
蝴蝶蘭	11,912	12,358	-3.6	493,839	496,331	-0.5	美國(40%)、日本(25%)、越南(11%)、加拿大(7%)、澳大利亞(5%)
文心蘭	1,190	1,388	-14.3	45,205	45,245	-0.1	日本(91%)
蘭花瓶苗	275	308	-10.7	44,449	44,120	0.7	荷蘭(60%)、越南(16%)、巴西(6%)、印尼(5%)、美國(4%)、大韓民國(2%)
蕙蘭	323	350	-7.6	153,56	17,849	-14.0	大韓民國(99%)
馬拉巴栗	2,460	2,048	20.1	13,527	12,473	8.5	荷蘭(55%)、美國(17%)、日本(16%)及加拿大(11%)
火鶴花	211	212	-0.6	12,938	11,141	16.1	日本(87%)及澳大利亞(6%)
洋桔梗	141	174	-18.6	4,082	4,624	-11.7	日本(91%)

* 蕙蘭(東洋蘭、國蘭)

(二) 進口

2024年花卉進口量8,284公噸，較2023年8,954公噸減少7.5%，進口值9.4億元，較2023年9.7億元減少4.0%。主

要進口品項以國內無產製之百合鱗莖(進口值4.9億元)及唐菖蒲球莖(進口值0.15億元)為大宗，荷蘭、智利為主要進口國；此外，近10年(2015-2024)乾燥



花(永生花)等花卉乾燥類製品進口量由11公噸增加至25公噸，增幅達127%；其他花束用或裝飾用之切花及花蕾進口量由53公噸增加至136公噸，增幅達

157%。綜觀進口花卉種類日益多元，兼具新穎性與品質優勢，對國產花卉在市場上的使用空間形成排擠效應。

表三、2024年臺灣花卉進口情形。

進口地區	進口值 (萬臺幣)	占比(%)	品 項
荷蘭	49,425	52.6	百合鱗莖、唐菖蒲球莖
智利	12,244	13.0	其他水苔、百合鱗莖
日本	8,245	8.8	其他活植物、草花種子
泰國	5,528	5.9	石斛蘭切花
中國	3,866	4.1	草花種子、其他水苔
哥倫比亞	3,049	3.2	康乃馨切花、玫瑰切花
美國	1,946	2.1	草花種子
紐西蘭	1,783	1.9	百合鱗莖、其他水苔
越南	1,642	1.7	菊花切花、康乃馨切花
厄瓜多	1,486	1.6	玫瑰切花、其他花束用或裝飾用切花
大韓民國	908	1.0	其他活植物（多肉植物）
馬來西亞	563	0.6	菊花切花
坦尚尼亞	394	0.4	草花種子
其他	2,810	3.0	草花種子、其他花束或裝飾用切花、枝葉、其他切花、活植物等
合計	93,887	100.0	

三、國內需求情形

內銷市場依花卉依型態及用途分類大致分為切花類、盆花類及苗圃類三大項。

(一) 切花類：品項如百合、菊花、火鶴花、洋桔梗、文心蘭、電信蘭、銀柳等，主要用途含節日、祭祀、喪葬及喬遷致喜之花禮贈送等商業用花。近10年來國內

花卉批發市場切花總交易量從2015年7,016萬把下降至2024年5,621萬把，總成交金額除疫期間外，皆超過40億元，呈現量減價揚趨勢。

(二) 盆花類：盆花(包含觀葉植物)如蝴蝶蘭、聖誕紅、長壽花、朱槿、粗肋草及現正風靡的雨林植物等，用於美化室內外空間，蝴蝶蘭更常做商業組盆用

途。主要由產地直送零售端(花店、園藝店)，不足3成透過批發市場交易。批發市場近10年由2015年655萬盆成長至2019年911萬盆，2024年又下降至711萬盆，總交易金額由5億多成長至6-7億元間。

- (三) 苗圃類：以一、二年生草花為主，包括百日草、一串紅等，另包含庭園苗木等，主要用於公共工程、景觀布置、道路綠化等場合。

查2023年國人年均花卉消費額為1,089元，相較於美國、瑞士、丹麥和英國等歐美國家的6,809元、4,820元、3,910元和3,707元，以及鄰近國家日本的1,146元，國人對於花卉的消費意識與歐美國家¹相比尚屬不足，國民之用花習慣顯然仍有許多成長的空間。

產業韌性發展輔導措施

綜整花卉產業現況，國內生產遭遇面臨人力老化、缺工與極端氣候等挑戰，影響整體產業的擴張規模，加上外銷市場集中，當地市場的變化亦直接牽動產業發展布局。整體而言，除自有品種尚待充實、供應量與品質穩定性不足、國際競爭壓力升高外，內銷需求與國民用花文化亦有待補強。為強化我國花卉產業供應鏈韌性，針對前開挑戰，政府就厚實育種量能、穩定供應量質、優化交易市場、強化行銷通路、提升國際形象及深耕用花文化等六大輔導策略依序說明，期能維持產業規模，永續花卉產業發展。

一、厚實育種量能

花卉注重新奇多元，品種為永續發展之基石，建立友善的育種、引種環境，持續投入研發量能，為產業持續灌注活水開拓市場外，並強化面對極端氣候之品種韌性。

入研發量能，為產業持續灌注活水開拓市場外，並強化面對極端氣候之品種韌性。

- (一) 協助投入育種量能：輔導學研單位投入花卉育種，因應氣候變遷，育成適合國內夏季生產且具市場性之耐候切花/盆花品種；開發具提升生產效益(如具低投入、省工節能等)、擴大銷售動能(如具市場價值、新穎性等)之新品種。
- (二) 辦理新品種評鑑、設置示範園：藉由品種展示，就其品質、外觀特性進行客觀評價，提供育種者技術交流平台，促進良性競爭，並協助掌握市場趨勢，以精準育種目標；通過品種示範園，除可對新品種進行評估及收集生理、市場數據外，亦可推動新品種引進、推廣和市場化，促進產業發展。
- (三) 開拓蝴蝶蘭自然花色切花品項：我國蝴蝶蘭切花外銷以白花品種為大宗，藉由多元色花品種瓶插壽命測試與評鑑推廣，豐富蝴蝶蘭切花外銷品項，持續擴大日本、澳大利亞及中東之外銷市場需求。
- (四) 推動新品種保護制度、保護育種者權利
 - 1.截至2025年5月，國內已通過取得植物品種權的花卉計1,315件，占全部品種權件數80%，其中以蘭花類811件最多。
 - 2.品種權為屬地主義，透過農業雙邊協商，2019年與歐盟簽署相互採認蝴蝶蘭品種檢定報告書協議，並於2023年續約；2021年與越南、2024年與日本簽署相互採認檢定報告合作備忘錄，減省品種權申請費用及時間，提供業者國際布局的有力協助。

¹ International Association of Horticultural Producers (AIPH) INTERNATIONAL STATISTICS FLOWERS AND PLANTS 2024 (72:15)



二、穩定供應量質

穩定的供貨與品質為維持產業競爭力之基本要件，透過完善生產、採後、運輸等環節之設施(備)、管理及技術，並充實產業人力資源，以提升臺灣花卉產業供應韌性。

- (一) 輔導建置生產、採後、冷鏈設施(備)：鼓勵業者投入生產設施及設備，建置智慧化及自動化系統，整體提升花卉生產品質，並降低人力成本；完善冷鏈物流體系，優化花卉生產至採收後處理及拍賣市場，提升經營效能及商品到貨品質。
- (二) 導入系統性管理：輔導花卉輸出業同業公會2018年訂定「外銷切花切葉系統性管理作業規範」，辦理外銷系統性規範驗證作業，協助生產者及包裝場進行蟲相監測、落實工作紀錄，並委託第三方認證，降低檢疫風險，提升商品品質。截至2025年5月計輔導通過48家生產者及26家包裝場。有害生物檢出率由2018年20%逐年下降，至2021年迄今為未檢出。
- (三) 籌組產業技術服務團：由學研單位或公會邀集專家學者籌組蘭花、盆花等技術服務團進行產業服務，透過跨領域專家，及時、機動、高效協助產業解決問題，提升產能與品質。
- (四) 永續產業人力資源：因應人口老化、缺工等因素，農業部積極向勞動部爭取，2020年8月開放蘭花產業引進外籍移工，並於2023年6月開放全花卉品項，以維持產業規模，截至2025年5月計協助核發413件資格審認函；輔導產業團體辦理人才培訓、組織培養技術、及相關講習會，使產業人才不斷層。
- (五) 推展花卉品質管理制度：為增強國內消

費信心，提振花卉消費，輔導台灣區花卉發展協會(簡稱花協)推動，納入產銷履歷制度精神，針對花卉產業特殊性，建立執行標準及檢核機制。2024年並完成切花品質管理技術手冊，包含百合、玫瑰、洋桔梗、菊花、非洲菊、火鶴花、文心蘭、萬代蘭及腎藥蘭等9大國內重要切花，協助業者提升切花品質，2025年並將擴增電信蘭、康乃馨、蝴蝶蘭及唐菖蒲等4重要切花、切葉品項。

三、優化市場交易

批發市場為國內花卉交易之重要樞紐，完善批發市場的軟硬體建置，供應品質穩定的花卉商品，並穩定交易秩序及提升交易效率，以強化交易體系韌性。

- (一) 完善批發市場冷鏈系統：近年來在農業部的冷鏈政策下，逐步完善於各市場之拍賣卸理貨場域及承銷暫存區之冷鏈場域，穩定拍賣花卉品質。
- (二) 更新拍賣市場交易系統：各拍賣市場皆已建置超過20年，各項電腦拍賣設施皆老舊，輔導市場更新交易系統，減低拍賣等待時間，有利市場交易順暢。

四、強化行銷通路

除市場及花店等傳統購花管道外，政府近年積極輔導拓展花卉販售通路及創新異業結合，增加消費者對花卉的接觸機會，並跨域拓展商場消費族群，增加商業用花，強化國內需求韌性。

(一) 建立便利購花管道

- 1. 引領消費新趨勢：因應COVID-19疫情，為振興花卉消費，農糧署積極開拓花卉新興零售實體通路，自2020年起輔導花卉輸出業同業公會、台北花市及花協等花卉產業團體與楓康、家

樂福、全聯通路合作，於超市門市設置花卉展售點，普及民衆購花管道，便利民衆買花妝點居家，其中楓康、家樂福已由業界接手經營，並帶動UNIQLO、無印良品、Costco等鮮花設櫃風潮。

2. 建立示範通路：輔導花協2020-2024年於雙北、桃園、新竹、苗栗及臺中全聯門市展店試銷計300家門市，2025年將秉優化營運效能之推動策略，聚焦經營120家銷售績優門市，建立商業模式外，並規劃作為花卉品質示範通路，帶頭提升國民用花信心。

(二) 超商創新聯名：選定臺北市中山區全家便利商店100家門市示範，以小花束搭配咖啡開發新式伴手禮，吸引年輕客群，並同步上架線上通路。

(三) 開發異業結合增加業務用花：為拓展花卉用途，輔導花卉產業團體與科技、餐飲、旅宿、宗教、運動等跨業別合作，營造出各種花卉多元應用情境。

1. 科技：與中部科學園區美光、友達等企業合作，於廠區設置攤位販售國產花卉。
2. 餐飲、旅宿：與春水堂、旅館商業同業公會合作，於商業空間推廣布置，並發展店中店模式推廣花卉應用。
3. 宗教：結合媽祖誕辰、浴佛節、天主教活動等宗教慶典，推動宗教用花商業應用模式。
4. 運動：與國內職業棒球、全國中等學校運動會等運動賽事合作，推動選手授獎贈花。
5. 建築業：於所屬社區大廳辦理生活示範用花展示，並帶動辦理花卉DIY活動，提升企業形象、凝聚居民向心力。

五、形塑國際形象

高外銷占比之花卉產業，營造其國際形象亦是推廣策略重點，透過輔導大型花卉布展，提供臺灣花卉全球行銷平臺，持續擴大並分散外銷市場，鞏固出口供應韌性。

(一) 辦理花卉品種推介會：為介接育種者、消費者及商業應用之平台，媒介品種推廣應用，於2021年起輔導辦理臺灣花卉品種推介會，展覽除有切花區、盆花區、蘭花區、學研專區、產業專區協助品種展示，媒合國內外買家外，辦理育種講座，協助育種者分享與交流，並設有花卉應用區，提高民衆對於花卉認知和興趣，進而實踐生活應用。此外，透過親子活動進行花卉教育，讓孩童能接觸花、認識花、愛上花。

(二) 舉辦國際性蘭花產業展覽：臺灣國際蘭展自2005年籌辦至今，已成為國際三大蘭展之一，繼2024年輔導與世界蘭展同時舉辦後，續於2025年與亞太蘭展結合辦理，計有來自全球34個國家參與，外賓及買家人數489人，參觀人次達36.2萬人，預估未來3至5年內外銷訂單114.3億元，另創造現場蘭花零售金額2,614萬元，充分形塑我國為全球優質花卉生產基地之印象，於國際供應鏈上創造更多契機。

六、深耕用花文化

花卉反映生活美學，創造幸福美好的生活氛圍，國人的用花行為，反映國家整體文化素養與生活態度。深耕全民花卉美育、建立民衆生活日常用花習慣，提升長期、常態之花卉文化思想韌性，為花卉產業發展當務之急。

(一) 建構國產花卉校園推廣體系：透過教師



培訓，讓老師先行接觸瞭解花卉，與同儕交流創新，培育種子教師；徵集創意教案，規劃建立基本花卉教育課程，給予不同年齡層不同之教學策略，培養下一代懂花、知花、用花及愛花。

- (二) 推動校園花卉推廣課程：利用DIY體驗課程，讓學校孩童增加認識國產花卉機會，教導如何挑選和照顧花，同時介紹特色品種、產地資訊及倡導尊重植物品種權觀念，扎根校園花育，提高學子對臺灣花卉的認同感和喜愛度。
- (三) 推動社區綠手指活動：針對社區民衆、公司員工、社團會員等成年人辦理園藝課程，推動生活用花。教導民衆園藝基本常識及組合盆栽DIY，美化居家及辦公場域，帶動花卉日常消費。

七、因應美國關稅花卉產業支持措施

川普政府2025年4月宣布對全球課徵基準關稅10%，並研議加徵對等關稅，直接衝擊我輸美花卉，尤以輸美占比4成之蝴蝶蘭產業首當其衝，其關稅成本除將轉嫁買賣雙方及美國消費者外，長期價揚可能導致美國消費市場萎縮。為維護蝴蝶蘭產業並鞏固其輸美競爭力，結合前述六大策略，農業部針對具輸美實績或處於供應鏈中之農民、農民團體及農企業，提供金融支持、提升產業競爭力及開拓國內外市場等三大支持措施，以短、中、長期策略協助加強輸美供應鏈韌性。

- (一) 金融支持：提供五大農業貸款加碼利息補貼。
- (二) 提升產業競爭力
 - 1. 優化硬體設施(備)：完善冷鏈體系及強化生產基地設施(備)，提升到貨品質及經營效能。
 - 2. 支援技術、鞏固產業鏈：提供品種特

性檢測、技術診斷服務，優化接力栽培，維持海外競爭力。

- (三) 開拓國內外市場：擴大國內外行銷，建立便利購花管道、公共場域布展跨域行銷及花卉啓蒙課程，並辦理大型國際花展，提供海外行銷及拓銷獎勵，拓展新興高端市場。

結 語

品種是花卉產業的根本基石，穩定的產量與品質則是撐起產業競爭力的骨幹。而真正具備韌性的花卉產業，必須有健康均衡的產銷結構，方能在變動激烈的全球局勢中穩健前行。面對極端氣候、勞動力老化與國際貿易政策（如美國潛在關稅風險）等挑戰，政府將持續強化對生產端的支持，協助育種者進行品種創新、透過軟硬體協助穩定量質、提升經營效率並永續人力資源，奠定長期競爭根基外，在消費端，則持續以建立全球行銷平臺、拓展國內通路等兩大主軸，分散市場、打造長期且穩定的內外銷需求，並深耕全民用花文化。未來，花卉不僅是農業生產的成果，更是臺灣綠色生活與美感教育的延伸象徵，期許臺灣花卉產業韌性發展、永續經營。

參考文獻

- 1. 吳國政、陳立儀. 2020. 臺灣花卉產業概況與輔導措施. 2020臺灣花卉產業研發前瞻與國際布局研討會論文輯臺中區農業改良場特刊 142:1-9.
- 2. 郭文捷、李思茹、賴筱茹、張瓊御、蘇登照. 2024. 台灣花卉產業概況及輔導措施. 113年盆花產業發展趨勢研討會桃園區農業改良場特刊 65:135-146.

Taiwan's Floriculture Industry: Trends and Resilience Strategies

Kuo-Ching Fan, Wen-Chieh Kuo

Agriculture and Food Agency, Ministry of Agriculture

kuoching@mail.afa.gov.tw; wckuo@mail.afa.gov.tw

Abstract

Beginning in the 1960s, Taiwan's floriculture industry has grown into an export-driven sector. By 2024, it achieved an annual production value of NT\$18.36 billion with a cultivation area of 13,926 hectares and export revenues totaling NT\$6.538 billion. As a high-value, export-oriented sector, Taiwan exports floral products to over 70 countries, including the United States and Japan. In recent years, the industry has faced mounting challenges, including an aging workforce, labor shortages, and increasingly extreme weather, all of which have constrained its expansion. Moreover, the concentration of export markets has made the industry highly sensitive to external fluctuations. Other challenges include insufficient proprietary varieties, unstable supply and quality, intensifying international competition, and a lack of strong domestic demand and flower consumption culture. This article summarizes the current state of the industry and explains six key strategies initiated by the government to enhance supply chain resilience: strengthening breeding capacity, stabilizing supply and quality, optimizing market transactions, expanding marketing channels, building a global brand image, and promoting nationwide flower use. These efforts aim to support the industry in building a more flexible and responsive supply system across breeding, domestic sales, and exports. Looking ahead, floriculture is not only a reflection of agricultural productivity but also an embodiment of green living and aesthetic education. Taiwan aspires to guide its floriculture industry toward greater resilience, adaptability, and long-term sustainability.

Key words: Floriculture industry, Government support measures

