



臺灣火鶴花產業現況 及外銷潛力分析

◎文·圖／黃雅玲

前言

切花及盆花火鶴同時具有色彩多樣化、可周年開花、容易包裝處理及耐貯運等優良特性，是極具外銷潛力的花卉。切



圖1. 火鶴切花廣泛地利用在花藝設計



圖2. 火鶴花為臺灣重要的外銷切花



圖3. 臺灣盆花火鶴生產

產業現況

早期火鶴花主要生產國家包括夏威夷、荷蘭、模里西斯及臺灣，近年來東南

亞國家亦興起栽培，包括馬來西亞、泰國、越南、韓國、日本、中國大陸、印度及斯里蘭卡，尤其越南、印度及斯里蘭卡，本身生產火鶴花主要栽培介質～椰塊，大幅降低生產成本，但種苗來源多為自行留種，設施相對簡陋，生產品質較不穩定。臺灣中南部由於氣候條件適宜，近年來成為主要的生產地區，目前全臺種植面積約200餘公頃，主要產區包括台中后里、南投埔里、臺南六甲及柳營、高雄內門、杉林及旗山、屏東新埤、萬巒、萬丹及鹽

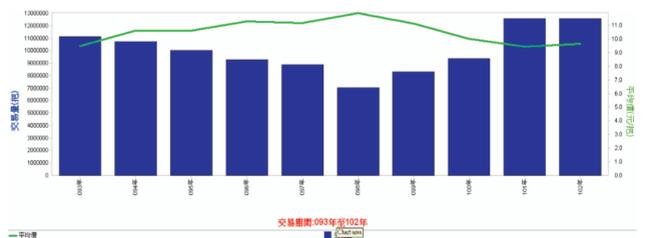


圖4. 火鶴切花10年間年交易量及平均價 (93~102年)

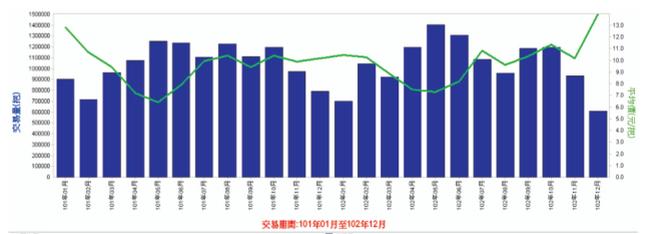


圖5. 火鶴切花月交易量及平均價 (101~102年)

(資料來源：農委會農產品交易行情站)

埔等地。根據農委會農產品交易行情站資料來源，切花火鶴10年間(93~102年)的交易量及平均價走勢(圖4)，近2年來交易量大幅提高，平均價則受影響微幅下降，102年內銷市場交易量為1,254萬支，每支花平均價格為9.6元，

日本外銷量為1,152萬支，總值為2,829千美元；盆花則目前以內銷為主，102年內銷市場交易量約為10萬盆，每盆價格為64.4元，因此目前臺灣火鶴花產值約在2億元左右。另外，由近兩年(101及102年)切花月交易量及平均價可看出(圖5)，每年冬季間有量少價高的趨勢，夏季則量多而價跌，因此，提高冬季切花產量、穩定夏季切花品質及拓展外銷市場，為扶植該產業的研究重點。

臺灣火鶴外銷競爭力分析

臺灣切花火鶴外銷的潛力評估，之前曾經試銷美國、英國、俄羅斯、杜拜，但這些地區因地理位置遙遠，且需考慮運輸成本，目前仍屬評估階段；新興市場則為泰國及越南等東南亞國家，收入增加後日益重視生活品質，高品質花卉有極大的發展空間；澳洲及紐西蘭則是下一個明星市場，如何隨著蝴蝶蘭產業脈動，進入該市場值得後續觀察。中國市場主要以盆花為主，因人民所得增加，生活用花需求逐漸增加，因無花卉批發市場，目前開始擴展網路宅配通路，每天穩定供應切花及盆花等商品，讓通路商訂購，未來臺灣產品也能建立網路訂貨模式，提高市場的銷售量。日本仍是臺灣的主力市場，尤其高品質且包裝精美的臺灣火鶴切花，甚受日本人喜愛，如何繼續保有此優勢，是將來需努力的方向(圖6)。



圖6. 日本園藝店販賣來自臺灣的火鶴切花

以下為臺灣火鶴外銷競爭力分析：

- **優勢：**栽培技術及氣候條件，造就臺灣火鶴花的產量及品質皆相當穩定，另一方面，日本花卉消費量為亞洲之冠，主要花卉自東南亞進口，航程距離臺灣最近，因此成為臺灣外銷的主力市場，尤其近年來油價上漲，溫帶地區種植火鶴花所需燃油成本高，造成冬季對外銷花卉需求殷切。
- **劣勢：**荷蘭擁有大部分品種的植物品種權，臺灣需育成自我品種突破此困境，在積極消費習慣尚未建立前，生產面積以維持原狀為主，待其他市場開發後，面積得以增加，以穩定內外銷市場的產量及價格。另一方面，病蟲害的防治仍是火鶴花未來要面對的一大難題，是否能藉由荷蘭的盆植設施栽培模式，突破此一困境，值得後續加以評估。
- **機會：**除了育成自我品種，希望能由早期傳統的網室栽培，逐步提升為設施栽培，提高夏季切花品質及冬季切花產量。另一方面，持續參加國際花展及辦理推廣活動，擴大行銷通路，提高國際能見度，並推廣火鶴花的居家利用。
- **威脅：**花卉有持續的亮點及故事性，才能帶動整個產業的發展，臺灣未來應依色系，選擇適合種植的優勢品種，生產高品質切花，和其他國家做區隔，尤其在鄰近國家的越南及馬來西亞也投入火鶴花的生產之際。

結語

自有優勢新品種的研發及栽培設施的提升，可維繫火鶴花周年的產量及品質，將是火鶴花保有市場競爭力的重要指標；新興市場的開發及擴展行銷通路，則可提升該產業的續航力。我想，從事花卉研發及推廣者共同努力的終極目標～「讓使用與購買臺灣花卉成為一種潮流與習慣」。