



農業政策評論

Agricultural Policy Review

第七卷 第一期 中華民國 112 年 7 月

臺灣 中華民國

【產業實務】

COVID-19 疫情與台灣花卉出口變化.....1

社團法人臺灣農村經濟學會
農業科技研究院農業政策研究中心
聯合發行

COVID-19 疫情與台灣花卉出口變化

李皇照¹

摘要

COVID-19 疫病大流行影響了花卉產業的產銷活動，尤其衝擊花卉國際貿易的物流順暢，也改變了消費者行為，以及商業經營者的運作模式。本文利用國際貿易中心 (International Trade Center, ITC) 資料庫數據，收集 2017~2022 年台灣花卉貿易資料，探討 COVID-19 對台灣花卉外銷之出口影響。資料指出 COVID-19 疫情對台灣活植物出口的衝擊是短期的，並未衍生出長期效應，顯示台灣活植物外銷因應緊急危機事件具備市場韌性；然而，切花於疫情爆發後第二、三年，出口金額仍未恢復疫情前水準。本研究也計算台灣活植物和切花外銷之特定貿易指標，解析其在研擬台灣花卉外銷全球市場佈局和拓展出口策略之意涵，也提出永續台灣花卉外銷出口建議。掌握 COVID-19 疫情危機後，國際花卉市場新常態，順勢解決當前國產花卉外銷出口瓶頸，創造有利台灣花卉外銷新契機；國產外銷花卉品項和出口市場的過度集中，尤須嚴肅正視面對，積極推動花卉出口產品和外銷目標市場之多元化，乃是強化國產花卉產業韌性最有效法門。

關鍵詞：COVID-19、花卉出口、貿易指標、產業韌性

農業政策評論(Agricultural Policy Review) · 7:1(2023/7) · 1-19

¹ 國立中興大學行銷系教授(退休)，E-mail: hjlee@dragon.nchu.edu.tw

壹、前言

臺灣政府為因應 COVID-19 疫情對花卉出口的影響，行政院農委會於疫情爆發初始期，就宣布對花卉出口提供海外拓銷獎勵，依出口目標市場國家區域和運輸模式(海、空運輸)，訂定獎勵標準。世界各國為恢復受疫情衝擊，市場需求不振、交易蕭條的花卉產業，也紛紛提出不同的花卉產業財務資助計畫，協助產銷業者渡過難關；花卉主要消費國家，如我國花卉出口之重要目標國家，如美國和日本，也推出市場需求振興方案、以及採取積極作為順暢物流作業活動；花卉產業團體於疫情期間，訂定出版花卉產銷活動作業準則，以確保從業人員安全，並提供保護支持措施。

COVID-19 大流行初期，荷蘭花卉業受到嚴重影響，出口幾近停滯，消費者購買鮮花的能力和積極性降至歷史最低點。在此期間，銷售額急劇下降，供應商扔掉多達 85% 鮮花，大量鮮花棄置的畫面，被社交媒體捕捉，並分享給數百萬人觀看。荷蘭花卉委員會為恢復花卉產業生機，發起一場名為“讓希望綻放”(Let Hope Bloom)的社交媒體活動，引起了病毒式的轟動，並被全世界數百萬人觀看。該活動導致 69% 消費者表示他們現在會購買鮮花。荷蘭政府亦提供相關支持措施，促使花卉交易作業儘速回歸正常軌道，順暢國際花卉貿易活動進行。

COVID-19 疫情迄今仍未完全結束，然而已漸趨於緩和，不論從短期、和/或長期的視角看，COVID-19 疫病大流行影響了各行各業的經濟活動，也改變了消費者行為，以及商業經營者的運作模式，花卉產業當然也包括在內，不可能置身事外。本文利用國際貿易中心 (International Trade Center, ITC) 資料庫數據，收集彙整疫情前、後之 2017~2022 年花卉貿易資料，概述 COVID-19 對台灣花卉外銷之出口影響；計算出口貿易指標，解析其在研擬台灣花卉外銷全球市場佈局和拓展出口策略之意涵，也提出永續花卉外銷出口之建議。

貳、台灣花卉出口之外銷品類

台灣花卉外銷，主要以活植物為主，其中最主要品項是蘭花類花卉，其次是切花出口；而球/塊莖花卉，和切葉、枝二類花卉外銷出口金額極少；以 2022 年為例，台灣整體花卉外銷出口品類組成，活植物佔 82%，切花佔 18%，球/塊莖花卉，和切葉、枝二類花卉合計僅不及 1%。2017~2019 年疫情之前，台灣花卉出口外銷金額呈現逐年緩步成長，2017 年花卉外銷出口總金額 203,849 千美元，2018 年增加為 217,821 千美元，2019 年進一步增長為 225,067 千美元，三年間增長 10%；2020 年初 COVID-19 疫情爆發，花卉出口外銷受國際物流不順暢，以及目標市場需求不振，外銷金額大幅滑落，降減為 196,753 千美元，較前一年降幅達

13%。2021 年花卉外銷金額，隨著國際物流漸趨正常，出口回復疫情前水準，出口金額 226,669 千美元，2022 年整體花卉外銷金額較前一年略有減少，惟降減幅度不大，出口金額 225,998 千美元。

活植物出口是台灣花卉外銷主力，蘭花類花卉更是全球市場的亮點產品，佔台灣花卉出口金額八成左右。疫情發生前 2017~2019 年活植物出口金額分別為 172,151 千美元，180,166 千美元，178,223 千美元；2020 年疫情第一年出口金額減為 157,000 千美元，較前一年降幅 12%；2021 年隨著國際海運漸漸順暢，防疫之邊境管制和社交距離等限制鬆綁，經濟活動漸趨正常，活植物外銷迅即恢復增長趨勢，出口金額進一步提高至 184,061 千美元，2022 年活植物出口金額較前一年稍有增加，出口金額 185,050 千美元，然而僅微幅增長。切花是台灣花卉出口居第二位的品項，2017~2019 年疫情發生前，每年皆有顯著的成長幅度，這三年切花出口金額，2017 年為 30,809 千美元；2018 年為 36,769 千美元，成長 18%；2019 年為 45,877 千美元，成長 25%。2020 年切花出口金額銳減為 39,074 千美元，相較於疫情前衰退了 15%；2021 年切花出口金額雖回升為 42,124 千美元，但仍未達疫情前之出口金額水準；2022 年切花出口較前一年減少，出口金額降為 40,248 千美元。2017~2022 年台灣花卉外銷出口品類與金額，詳見表一。

表一、2017~2022 年台灣花卉外銷出口品類與金額

單位：千美元；%

品類\年別	2017	2018	2019	2020	2021	2022
球、塊莖 花卉	32 (0.02)a	21 (0.01)	25 (0.01)	30 (0.02)	36 (0.02)	284 (0.12)
活植物	172,151 (84.45)	180,166 (82.71)	178,223 (79.19)	157,000 (79.80)	184,061 (81.20)	185,050 (81.88)
切花	30,809 (15.11)	36,769 (16.88)	45,877 (20.38)	39,074 (19.86)	42,124 (18.58)	40,248 (17.81)
切葉、枝	858 (0.42)	866 (0.40)	942 (0.42)	650 (0.33)	448 (0.20)	416 (0.18)
花卉合計	203,849	217,821	225,067	196,753	226,669	225,998

a/括號內數字為花卉品類佔總出口金額%

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

表二列示台灣四類花卉品類之特定出口貿易指標，概述說明其意涵：2022 年台灣四類花卉貿易餘額，活植物和切花兩項出口值高於進口值，貿易順差分別是 179,622 千美元和 38,985 千美元；反之球/塊莖花卉與切葉/枝兩類，則是貿易逆差，進口值高於出口值，分別-12,470 千美元和-2,449 千美元。2018~2022 年的五年間，四類花卉出口量值年成長率，球/塊莖花卉 75%，活植物和切花之出口值年成長率皆為 1%，切葉/枝之出口值年成長率-20%；四類花卉之出口量年成長率，僅球/塊莖花卉正成長為 20%，其它三種花卉品類皆呈現負值，值得重視的是活植物和切花二類台灣花卉出口大宗，平均年出口量衰減率，分別 9%和 4%；切葉/枝之出口量年衰退率，更達 16%。切花、活植物和球/塊莖花卉之出口值年成長率高於出口量年成長率，顯示這三類花卉的出口平均價格是成長的。

台灣活植物和切花兩項花卉出口值在佔全球出口總值之份額，分別是 1.6% 和 0.5%；其在所有出口國家中排名，分別是第 10 名和第 20 名。2022 年活植物的進口國家集中度 0.21，與進口國家平均距離 7,850 公里；切花的進口國家集中度 0.75，與進口國家平均距離 2,503 公里。顯示台灣活植物外銷市場較為分散，出口地理區域涵蓋歐、美國家；而切花較集中於鄰近國家市場，運送距離較短，對於國際物流之冷鏈管理較易掌握，亦較可確保台灣切花外銷之出口全程品質管理的作業能力。整體而言，由各項出口貿易指標來看，台灣花卉出口量成長停滯，甚至呈衰退趨勢，尤其活植物是台灣花卉出口最重要之品類，過去五年年成長率是負數且高達 9%，而切花出口量不僅停滯不進，且年平均出口量衰退 4%，這兩類花卉出口量的降減衰退，已敲響台灣花卉長期發展之警鐘。

表二、台灣四類花卉品類之特定出口貿易指標統計

指標 品類	貿易餘額 (2022/ 千美元)	年出口成長率 a (2018~2022)		出口佔 全球份 額(%)	出口 全球 排名	與進口 國家平 均距離 (Km)	進口國家 集中度 (2022)
		金額	數量				
球、塊莖	-15,758	75	20	0	40	3,302	0.76
活植物	178,241	1	-9	1.6	10	7,850	0.21
切花	36,588	1	-4	0.5	20	2,503	0.75
切葉、枝	-4,594	-20	-16	0	64	4,003	0.33

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

a/ 2018~2022 年之五年增長率的計算公式為：

$$\left(\exp \left(\frac{\left(\sum_{i=1}^5 i \cdot Ln(v_i) \right) - 3 \cdot \sum_{i=1}^5 Ln(v_i)}{10} \right) - 1 \right) * 100$$

式中 V_i ：第 i 年的出口值(美元) $i=1,2,3,4,5$

台灣切花外銷出口品項主要以蘭花切花為最多，約佔切花出口值四分之三以上，最近六年其出口金額，疫情前外銷金額明顯增長，而疫情爆發後受影響稍有減少。蘭花切花出口金額之變化，由 2017 年的 23,283 千美元；2019 年躍升為 36,477 千美元；2020 年因疫情減少為 32,131 千美元，2021 年反轉回升為 35,544 千美元，然而 2023 年又略減為 34,561 千美元。不包括表列的蘭花、百合、菊花，和玫瑰之其它切花產品之出口金額，於疫情前三年是每年遞增的，由 2017 年 7,054 千美元，2019 年增加為 9,014 千美元；疫情爆發後這三年，其它切花類產品的出口金額則是逐年減少走勢，2020 年 6,684 千美元，2022 年減少為 5,548 千美元。台灣百合和菊花之鮮花出口金額，過去幾年亦都呈現逐漸衰減趨勢。

過去六年切花外銷金額組成結構也有變化，蘭花切花比重增加，不包括蘭花、百合、菊花，和玫瑰之其它切花類產品比重漸減，2017 年蘭花切花佔外銷出口金額比重 75.7%，2020 年提高為 82.2%，2022 年已達 85.9%。反觀其它切花類產品之比重，由 2017 年的 22.9%，2020 年降為 17.1%，2022 年更降減為 13.8%。百合、菊花，和玫瑰等個別切花品項出口金額不大，其所佔份額變化也不多。

2017~2022 年台灣切花品項出口金額統計列示於表三。整體而言，觀察過去六年切花出口金額的組成結構變化，蘭花切花出口的外銷比重愈漸增加，而其它個別品項的出口金額逐年減少，然而疫情爆發前後，並沒有改變這種變化情勢。值得關注的是，最近二年個別切花品項出口外銷金額的降減，似乎顯示它們在目標國家市場的競爭力衰退，實宜進一步探討其原因。

表三、2017~2022 年台灣切花品項出口金額統計

單位：千美元；%

HC Code	品項	2017	2018	2019	2020	2021	2022
060313a	蘭花切花	23,283 (75.7) ^c	28,592 (77.8)	36,477 (79.5)	32,131 (82.2)	35,544 (84.4)	34,561 (85.9)
060319	其它切花 ^b	7,054 (22.9)	7,787 (21.2)	9,014 (19.6)	6,684 (17.1)	6,405 (15.2)	5,548 (13.8)
060315	百合	231	192	189	107	90	67
060314	菊花	219	176	165	110	58	55
060311	玫瑰	11	14	14	21	3	12

a/ HC Code 依ITC Trade Map 資料

b/不包蘭花切花、百合、菊花，和玫瑰之其它切花品項

c/括號內數據為佔切花出口總額百分比

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

參、台灣花卉出口之外銷國家

台灣四類花卉依其產品性質和市場競爭力條件，出口到全球各特定目標國家市場，表三列示 2017~2022 年台灣花卉出口市場之主要十個國家。美國和日本一直是台灣花卉主要外銷目標市場，外銷美國之花卉以活植物為重要品類，而出口日本市場的花卉則以切花為主，出口至二個國家的花卉外銷金額合計，約佔台灣花卉出口總額的六成左右。COVID-19 疫情發生前，越南是出口金額第三位的國家，約佔台灣花卉出口總額的一成左右，疫情這三年花卉外銷越南金額明顯衰退，佔出口值份額也同步降減；台灣花卉外銷荷蘭出口金額，過去五年約在 16~18 百萬美元間，疫情前二年的出口金額皆較疫情前增加，2021 年躍居台灣花卉出口金額第三位國家，但 2022 年出口荷蘭花卉金額銳減，由前一年的 17,855 千美元，減少為 10,970 千美元；台灣花卉外銷韓國出口金額，過去各年在 8.5~11 百萬美元區間波動，2020 和 2021 年疫情前二年，外銷韓國花卉金額皆呈現衰退，但 2022 年台灣花卉出口韓國金額已恢復疫情之前的水準，10,970 千美元。澳洲和加拿大二個市場，於疫情期間的 2021 和 2022 年，由台灣進口的花卉金額皆較疫情之前，有明顯增加。以 2022 年台灣花卉出口金額超過一千萬美元的七個國家，其各佔台灣花卉出口值之份額，分別：美國 0.33；日本 0.28；越南 0.09；荷蘭 0.06；韓國 0.05；澳洲 0.05；和加拿大 0.05。

表四、2017~2022 年台灣花卉外銷出口國家金額與份額統計

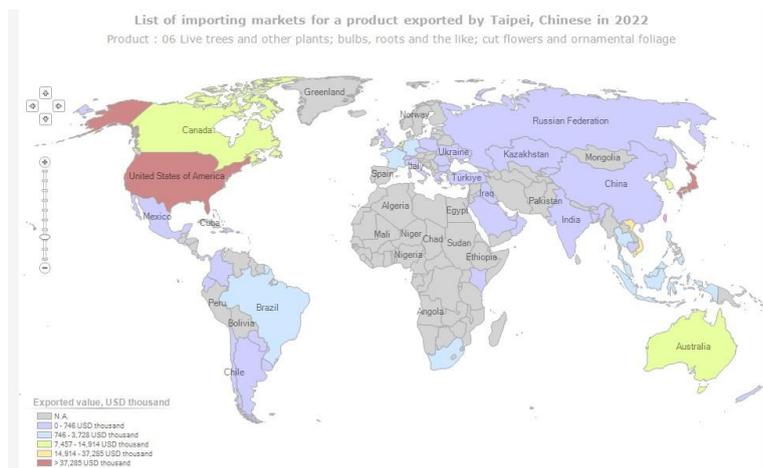
單位：千美元；%

年別 出口國家	2017	2018	2019	2020	2021	2022
全球總計	203,849	217,821	225,067	196,753	226,669	225,998
美國	59,966 (29.4) _a	59,576 (27.4)	61,475 (27.3)	55,287 (28.1)	75,624 (33.4)	74,572 (33.0)
日本	60,616 (29.7)	63,450 (29.1)	71,485 (31.8)	64,292 (32.7)	68,143 (30.1)	64,320 (28.5)
越南	19,909 (9.8)	23,751 (29.1)	22,197 (9.9)	19,094 (9.7)	15,462 (6.8)	19,395 (8.6)
荷蘭	17,140 (8.4)	16,772 (7.7)	15,441 (6.9)	16,583 (8.4)	17,855 (7.9)	13,989 (6.2)
韓國	8,513 (4.2)	10,440 (4.8)	9,769 (4.3)	9,125 (4.6)	8,773 (3.9)	10,970 (4.9)
澳洲	7,942 (3.9)	8,824 (4.1)	7,597 (3.4)	6,553 (3.3)	9,652 (4.3)	10,826 (4.8)
加拿大	4,155 (2.0)	5,918 (2.7)	7,833 (3.5)	6,081 (3.1)	9,190 (4.1)	10,388 (4.6)
印尼	896 (0.4)	1,414 (0.6)	1,499 (1.0)	1,763 (0.9)	3,553 (1.6)	3,044 (1.3)
新加坡	2,965 (1.5)	3,158 (1.4)	3,099 (1.0)	1,658 (0.8)	2,045 (0.9)	2,356 (1.0)
法國	2,376 (1.2)	2,358 (1.1)	1,815 (0.8)	1,591 (0.8)	1,922 (0.8)	1,822 (0.8)

a/括號內數字為份額(%)

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

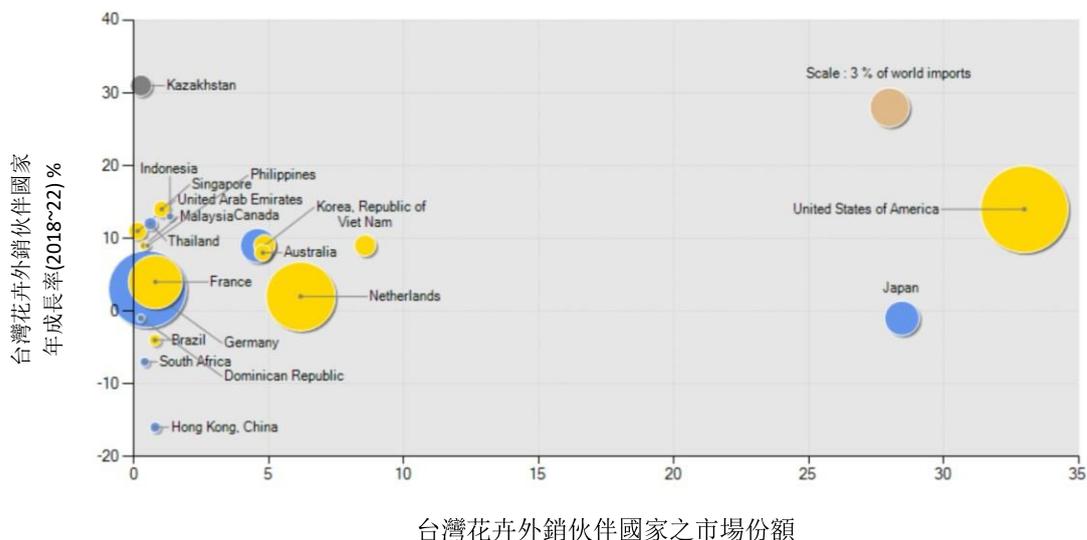
台灣花卉產品行銷全球，為可更直觀地察知台灣花卉出口到各目標國家市場之情況，本文選取 ITC 資料庫提供之 2022 年之圖檔資訊，以視覺化展示台灣外銷花卉在主要目標市場國家之出口金額，以及台灣花卉外銷在伙伴國家之市場份額與成長率之梗概。圖一以不同顏色顯現台灣花卉在各出口國家之外銷金額區間，北美之美國和東北亞之日本皆顯現紅顏色，越南則為淡橙色，加拿大和澳洲為淺綠，可一目了然台灣花卉主要外銷市場之全球分佈。



圖一 2022 年台灣花卉外銷之出口國家與金額分佈

資料來源：ITC Trade Map 資料庫

圖二展示 2022 年台灣花卉外銷主要伙伴國家，其進口值佔台灣花卉出口總值之份額，與 2018~2022 年進口值之年平均成長率，進口值佔比代表其在台灣花卉出口伙伴中的重要性；而過去五年之進口值年成長率，顯示伙伴國進口台灣花卉的發展趨勢。圖中藍色圓點代表台灣在伙伴國家出口成長率大於該國家由全球進口之成長率，而黃色圓點代表台灣在伙伴國家出口成長率小於該國家由全球進口之成長率。由圖中伙伴國家的座標位置，可清楚了解這些目標市場，目前在台灣花卉出口的市場地位和未來發展潛力，例如：美國和日本是二個重要目標市場，在美國市場，台灣花卉出口成長表現低於美國進口成長率，顯示可擴大拓銷能量，強化競爭力，爭取其進口份額；而日本市場，台灣花卉出口成長表現優於其進口成長率，顯示宜維持出口競爭力，擴大出口規模，增加日本市場進口份額。目標市場成長率與市場份額之資訊，提供規劃台灣花卉外銷拓展策略，具有重要的參考價值。



圖二、2022 年台灣花卉外銷伙伴國家之市場份額與成長率
資料來源：ITC Trade Map 資料庫

肆、活植物和切花外銷之出口國家

活植物花卉和切花是台灣花卉出口的二類外銷大宗產品，活植物以瓶苗、盆花產品型態出口；生鮮切花則是自花卉植物剪切下莖幹枝葉和花朵，以合適包裝方式出口。由於二種產品本質特性不同，外銷供應鏈途程所須的物流作業和溫度管理要求亦有差異，切花易腐壞程度相對較高，瓶插壽命有其侷限性，如目標市場國家距離長遠，則所需冷鏈作業管理要求嚴峻，倘若作業流程不完善，抑或工作執行沒有落實到位，恐影響到貨品質，不利儲架時間，損害商品價值。台灣活植物花卉，如蝴蝶蘭行銷全球，北美、歐洲、大洋洲、亞洲和非洲，世界各地皆可看見其蹤影；然而，切花產品因其產品特性和供應鏈物流條件，如以海運方式運輸出口，其拓銷國家地理距離是主要限制因素，因此常以距離相對較短之鄰近國家為目標市場。

(一)活植物花卉

台灣活植物外銷於 2017~2022 年，在主要出口市場國家的外銷金額統計，如表五所示。整體而言，各主要目標市場之進口值於 COVID-19 疫情前後，其金額的變化趨勢稍有不同，2020 年疫情爆發初始年，大多數國家自台灣進口花卉的金額，皆較疫情未爆發前明顯減少；但 2021 疫情進入第二年，這些進口花卉的伙伴國家，其進口值普遍皆較前一年增加，有些國家已恢復疫情之前進口金額水準，如：日本；甚至更高，如：美國、荷蘭、澳洲，和印尼；但越南則在疫情第二年進口值，仍呈現持續下降。

2022 年台灣活植物出口之主要國家，美國和日本大致維持其前一年進口值水

準；越南、韓國、加拿大、澳洲，和新加坡，其進口值則較前一年有所增加；荷蘭進口值則有明顯減少，由 17,663 千美元降為 13,904 千美元。台灣花卉外銷伙伴國家，2022 年進口值超過一千萬美元的 6 個國家，其各佔台灣活植物出口金額之份額，依序是：美國 0.40；日本 0.16；越南 0.10；荷蘭 0.08；韓國 0.06；和加拿大 0.06。居前四個主要伙伴國家進口值合計，約佔台灣活植物出口總金額四分之三，顯示台灣活植物出口之外銷市場集中度仍高，尤其高度仰賴美國和日本二個市場。

進一步了解台灣活植物外銷主要國家的幾項特定貿易指標，詳列如表六，可看出台灣活植物出口在這些主要國家皆是貿易順差；活植物出口每噸單價，全部平均 10,954 美元，其中以外銷澳洲之單價 27,037 美元最高，其次是韓國 14,341 美元，荷蘭 12,744 美元，和美國 12,346 美元再次之；而以越南 7,679 美元和日本 9,245 美元最低。惟需注意的是，這些單價是各種活植物品項的出口價格平均值，其數值高低與出口品項的組成與品質等級和物流成本有密切相關，例如：出口越南活植物以蘭花瓶苗為主，且物流成本相對較低；而出口澳洲和歐、美國家之活植物，主要為品質好之成花盆花為主，運送物流成本也高，因此出口平均價格相對較高。

表五、2017~2022 年台灣活植物花卉外銷出口國家金額與份額統計

單位：千美元；%

年別 進口國家	2017	2018	2019	2020	2021	2022
總計	172,151	180,166	178,223	157,000	184,061	185,050
美國	59,302 (34.4)a	58,603 (32.5)	60,235 (33.8)	54,880 (35.0)	75,106 (40.8)	74,012 (40.0)
日本	32,175 (18.7)	30,294 (16.8)	30,935 (17.4)	28,308 (18.0)	30,866 (16.8)	29,261 (15.8)
越南	19,818 (11.5)	23,714 (13.2)	22,181 (12.4)	19,070 (12.1)	15,402 (8.4)	19,375 (10.5)
荷蘭	17,114 (9.9)	16,754 (9.3)	15,421 (8.7)	16,516 (10.5)	17,663 (9.6)	13,904 (10.5)
韓國	8,507 (4.9)	10,288 (5.7)	9,441 (5.3)	8,741 (5.6)	8,743 (4.8)	10,928 (7.5)
加拿大	4,151 (2.4)	5,893 (3.3)	7,802 (4.4)	6,059 (3.9)	9,110 (4.9)	10,378 (5.9)
澳洲	7,719 (4.5)	8,008 (4.4)	6,480 (3.6)	5,395 (3.4)	7,197 (3.9)	8,111 (4.4)
印尼	883 (0.5)	1,411 (0.8)	1,494 (0.8)	1,744 (1.1)	3,553 (1.9)	3,043 (1.6)
新加坡	2,337 (1.4)	2,408 (1.3)	2,200 (1.2)	1,316 (0.8)	1,614 (0.9)	1,929 (1.0)

a/ 括號內數字為份額(%)

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

2018~2022 年活植物在主要出口國家，出口金額和出口數量成長統計顯示，總出口量成長率 -9%，出口值成長率 1%；其中以外銷加拿大表現最好，出口量值兩者之平均成長率皆為 14%；美國出口量成長率 3%，出口值成長率 7%；而外銷越南和荷蘭之績效較差，出口量成長率分別為 -8% 和 -4%，出口值成長率分別為 -7% 和 -2%；日本則相對維持於穩定水平，出口量成長率 1%，出口值成長率 -1%。值得重視的是，目標伙伴國家於 2018~2022 年活植物進口值成長率，美國 16%、越南 10%，皆高於台灣在這二個目標市場的成長率表現，顯現出口競爭力似有下降。同此一期間，加拿大活植物進口值成長率 9%，台灣在該市場的成長表現優於平均水準。表六內容中也呈現，目標伙伴國家之活植物進口值全球排名和份額、進口市場集中度和平均地理距離，以及台灣面對的進口關稅。目標外銷市場的長期供需資訊，有助了解市場需求變化和發展潛力，以及競爭態勢與競爭力變動走勢，凡諸如此些資料，皆是研擬活植物拓銷海外市場競爭策略，有價值的參考依據。

表六 2022 年台灣活植物外銷主要國家特定貿易指標

項目	台灣							伙伴國家進口值				伙伴國家	
	貿易 餘額	市場 份額	出口量 (公噸)	單價 ^a	成長率 ^e			全球 排名	全球 份額	成長 率 ^b	集中度	平均 距離 ^c	關 稅 ^d
					Aa	Bb	Cc						
全球	178,241	100	16,894	10,954	1	-9	1		100	6			
美國	74,006	40	5,995	12,346	7	3	-1	2	9.5	16	0.32	4,516	2.2
日本	27,582	15.8	3,165	9,245	-1	1	-5	19	1.1	1	0.19	4,445	0
越南	19,300	10.5	2,523	7,679	-7	-8	26	23	1	10	0.31	2,652	0
荷蘭	13,307	7.5	1,091	12,744	-2	-4	21	3	9.1	0	0.12	2,584	6.8
韓國	10,097	5.9	762	14,341	0	0	25	25	0.8	6	0.42	2,751	8.6
加拿大	10,378	5.6	1,058	9,809	14	14	14	8	2.9	9	0.57	2,750	2.6
澳洲	8,111	4.4	300	27,037	1	18	13	51	0.2	6	0.27	8,569	0
印尼	3,041	1.6	232	13,116	27	-3	14	81	0.05	34	0.42	4,215	8.3
新加坡	1,853	1	358	5,388	-7	-6	20	30	0.5	72	0.45	1,979	0
法國	1,820	1	178	10,225	-4	2	-5	4	8.2	6	0.26	669	6.8

a/單價：美元/公噸；b/進口值成長率(2018~2022)；c/伙伴國家與花卉供應國之地理距離；d/台灣面對進口關稅(估計)；e：Aa/出口值成長率(2018~2022)；Bb/出口量成長率(2018~2022)；Cc/出口值成長率(2021~2022)；

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

(二) 切花

新鮮切花屬於容易腐壞，單位價格相對較高之花卉商品，切花出口需要妥適的全程冷鏈活動，運輸、裝卸之作業活動尤須小心注意，並確保供應途程之產品溫度保持於合宜水準，否則花卉品質容易受到影響，造成傷害和/或損失，導致花卉瓶插壽命減縮，商品價值降低。新鮮切花外銷目標市場之國家距離愈遙遠，運送所須時日愈長，冷鏈物流作業技術要求也愈高，耗費物流成本亦隨之增多，相

對風險程度較高。

日本一直是台灣新鮮切花外銷最重要的出口市場，除地理距離相對鄰近外，花卉貿易商彼此有長期合作歷史，熟悉相互的商業運作模式。台灣切花出口業者亦依日本市場消費需求型態變化、市場競爭態勢，不斷地調整新鮮切花供應品類。最近五年切花外銷日本市場金額，大致在 3~4,000 萬美元區間，以疫情前 2019 年 39,733 萬美元最多，2020 年疫情發生第一年降為 35,580 萬美元，2021 年回升為 37,012 美元，然而 2022 年又滑落為 34,835 萬美元。過去六年，台灣切花外銷日本市場的金額佔切花出口總金額，皆在 87~91% 之間，以 2020 年最高達 91.06%，這二年日本市場所佔份額呈現遞減走勢，2021 年 87.86%，和 2022 年 86.55%。

澳洲在疫情之前由台灣進口之切花金額，2017 年僅 193 千美元，2018 年增加為 815 千美元，2019 年突破百萬美元達 1,105 千美元；2020 年受疫情影響，稍有略減為 1,077 千美元；最近二年自台灣進口切花金額顯著增加，2021 年 2,429 千美元，較前一年增長了 125%；2022 年進口台灣切花進一步提高為 2,705 千美元。若計算台灣切花外銷金額中的澳洲份額，顯現出過去六年逐次攀升，由 2017 年 0.63%，2019 年增升為 2.41%，及至 2022 年已提高至 6.72%。台灣切花外銷澳洲在最近二年的亮麗表現，主要係因農政單位和花卉產銷業者，共同努力配合澳洲實施之有害生物風險管制，採取積極出口管理措施和作為所致，尤其蝴蝶蘭切花外銷澳洲，由 2018 年的 759 千美元，2022 年已增加為 2,483 千美元，短短四年間增長了 2.3 倍。切花外銷美國、新加坡兩國之出口金額，過去幾年呈現逐年衰減走勢。表六列示 2017~2022 年台灣切花外銷主要出口國家與金額統計。

表七、2017~2022 年台灣切花外銷主要出口國家金額與份額統計

單位：千美元；%

年別 進口國家	2017	2018	2019	2020	2021	2022
全球	30,809	36,769	45,877	39,074	42,124	40,248
日本	27,777 (90.16)a	32,473 (88.32)	39,733 (86.61)	35,580 (91.06)	37,012 (87.86)	34,835 (86.55)
澳洲	193 (0.63)	815 (2.22)	1,105 (2.41)	1,077 (2.76)	2,429 (5.77)	2,705 (6.72)
香港	297 (0.96)	437 (1.19)	1,041 (2.27)	659 (1.69)	607 (1.44)	628 (1.56)
美國	645 (2.09)	969 (2.64)	1,239 (2.70)	362 (0.93)	468 (1.11)	489 (1.21)
新加坡	626 (2.03)	747 (2.03)	892 (1.94)	339 (0.87)	430 (1.02)	413 (1.03)
阿酋聯	544 (1.77)	489 (1.33)	397 (0.87)	117 (0.30)	209 (0.50)	333 (0.83)
泰國	0 (0.00)	13 (0.04)	64 (0.14)	35 (0.09)	134 (0.32)	219 (0.54)
馬來西亞	11 (0.04)	55 (0.15)	89 (0.19)	7 (0.02)	80 (0.19)	117 (0.29)

a/括號內數字為份額(%)

資料來源：彙整自 ITC 之 Trade Map 資料庫

2018~2022 年台灣切花在各主要出口伙伴國家，其出口金額和出口數量成長統計顯示，總出口量成長率 -4%，出口值成長率 1%；其中以外銷泰國和澳洲兩個目標市場表現最好，2018~2022 年出口量值兩項平均成長率，泰國分別為 106% 和 89%；澳洲則分別為 43% 和 38%。切花外銷美國和新加坡於過去幾年之績效表現皆明顯衰退，2018~2022 年之平均年出口量和出口值成長率，美國分別衰退 14% 和 21%；新加坡則是衰退 5% 和 17%；日本則相對維持於穩定水平，年平均出口量成長率減 5%，出口值成長率則為 1%。值得重視的是，目標伙伴國家於 2018~2022 年，其國家切花進口值成長率，美國 13%、新加坡 4%，然而台灣在這二個目標市場的成長率表現卻為負成長，顯現出口競爭力相對於其它供應國家減弱下降。同此一 2018~2022 年期間，台灣在澳洲和泰國的切花進口市場成長表現，則明顯優於該市場年平均水準。

表七統計數據也展示，目標伙伴國家切花的進口值全球之排名和份額、進口市場集中度和平均地理距離，以及台灣面對的進口關稅。目標外銷市場的長期供

需資訊，有助了解市場需求變化和發展潛力，以及競爭態勢與競爭力變動走勢，凡諸如此些資料，皆是研擬活植物拓銷海外市場競爭策略，有價值的參考依據。例如：美國切花進口來源國市場集中度 0.42，平均供應國家地理距離 4,387 公里；澳洲切花進口來源國市場集中度 0.17，平均供應國家地理距離 9,693 公里，比較兩國之市場競爭態勢，美國切花進口來源國家較多仰賴地理距離較近之國家；反之，澳洲切花供應來源較為分散，且地理距離分佈較廣，詳細解析表中數據資訊，有助研擬台灣切花外銷之全球佈局和行銷策略。

表八、2022 年台灣切花外銷主要國家特定貿易指標

進口國家	台灣					伙伴國家進口值				伙伴國家	
	出口量 (公噸)	單位 價格 a	出口值/量成長率 e			全球 排名	全球 份額	成長 率 b	集中 度	平均 距離 c	關稅 d
			Aa	Bb	Cc						
全球 f	2,807	14,338	1	-4	-4	-	100	5	-	-	-
日本	2,387	14,594	1	-5	-6	7	3.3	-2	0.15	7,390	0
澳洲	83	32,590	38	43	11	23	0.7	10	0.17	9,693	0
香港	110	5,709	2	3	3	43	0.2	-20	0.26	8,332	0
美國	13	37,615	-21	-14	4	1	24.8	13	0.42	4,387	6.1
新加坡	129	3,202	-17	-5	-4	30	0.5	4	0.17	4,616	0
阿酋聯	8	41,625	-13	0	59	22	0.8	10	0.32	5,178	5
泰國	7	31,286	89	106	64	33	0.4	4	g	2,330	50.8
馬來西亞	39	3,000	15	-10	46	49	0.1	14	g	3,823	0

a/單價：美元/公噸；b/進口值成長率(2018~2022)；c/伙伴國家與花卉供應國之地理距離；

d/台灣面對進口關稅(估計)；e：Aa 出口值/2018~2022；Bb 出口量/2018~2022；

Cc 出口值/2021~2022；f/ 項目之“-“係不適用；g/ITC 資料庫未有數據

資料來源：整理自 ITC 之 Trade Map 資料庫

伍、結語

2020 年初爆發 COVID-19 疫病，全球大多數國家為防制迅速傳播蔓延，危及國民百姓生命，疫情初期紛紛採取邊境管制，以及規範國內社交距離，工作場域亦有嚴厲管理作為，導致經濟活動受到嚴重干擾，物流運輸不順暢，國際貿易交易活動受阻，影響各行各業經濟活動甚劇。利用國際貿易中心統計資料庫，分析 2017~2022 年台灣花卉出口外銷資訊，探討 COVID-19 疫情前後的出口貿易變化，藉由計算特定貿易指標值，闡釋其在台灣花卉外銷之全球佈局和拓銷策略研擬之意涵。

台灣花卉外銷以活植物和切花為出口重要品類，這二類花卉出口金額合計約佔花卉出口總值 98% 以上，而且兩類花卉皆以蘭花類產品為主要外銷品項，顯示蘭花類產品在我國花卉出口扮演關鍵角色。ITC 資料統計顯示 COVID-19 疫情，對台灣活植物和切花之外銷造成顯著衝擊，疫情未發生前三年，兩類花卉外銷金額大致呈現逐年增長，疫情爆發的第一年，兩類花卉出口金額皆急劇下降，隨著疫情演變，活植物出口於疫情第二年，迅速回復之前水準，第三年亦恢復增長趨勢；然而切花出口值於疫情第二年雖有回升，但仍未恢復之前出口水準，而第三年出口值又復回落。綜合而言，COVID-19 疫情於花卉出口的影響程度，對活植物出口的衝擊是短期的，並未衍生出長期效應，顯示台灣活植物產業因應緊急危機事件具備市場韌性；然而，切花出口金額於疫情爆發後的第二、三年，仍未恢復之前水準，而且出口金額在這二年間呈現增減波動現象，這可能與切花產品易腐敗不耐久貯藏，以及供應鏈途程須嚴謹溫度管理，而疫情期間物流風險增高，目前台灣切花出口冷鏈體系未臻完善，在突發事件發生時，由於韌性程度不足，就可能影響切花出口供應鏈順暢運作，因此在恢復和回復市場常態運作的方面，就顯得相對不利。

台灣活植物和切花兩項出口值，於全球花卉市場出口總值之份額不高，但在所有出口國家中排名分別居第十和二十。2022 年台灣活植物的進口國家集中度 (0.21) 低於切花 (0.75)；而與進口國家平均距離 (7,850 公里)，超過切花出口距離 (2,503 公里) 甚多，意涵著台灣活植物外銷市場相對分散，出口的地理區域涵蓋範圍較廣，歐、美等長距離國家市場；而切花則集中於亞洲鄰近國家市場，因為運送距離較短，較易掌握國際物流之冷鏈活動管理，相對較有能力確保切花外銷作業之全程品質管理。花卉出口貿易指標數據也顯示，過去幾年台灣花卉外銷之出口量呈現成長停滯，甚至有衰退趨勢，尤其最重要花卉出口品類，過去五年活植物出口量年成長率 -9%，而切花出口量年平均衰退 4%，這兩類花卉出口量年成長率都出現降減衰退走勢，敲響台灣花卉長期發展之警鐘。

美國和日本一直是台灣花卉外銷主要目標市場，外銷美國以活植物為重要品類，日本市場則以切花為主，外銷至這二個國家的花卉金額合計，約佔台灣花卉出口總額六成。根據兩個目標國家的市場重要性與平均成長率，統計數據顯示：在美國市場，台灣花卉出口成長表現，低於美國進口成長率，仍有拓展努力空間，可擴大拓銷能量，強化競爭力，爭取其進口份額；而日本市場，台灣花卉出口成長表現，優於其進口成長率，顯示在日本市場宜繼續維持出口競爭力，擴大出口規模，增加在日本市場進口份額。持續收集台灣花卉於目標市場國家成長率與市場份額之數據，是拓展目標外銷市場之有價值資訊，可作為規劃台灣花卉外銷拓展出口策略之參酌依據。

過去幾年台灣切花在主要出口伙伴國家，以外銷泰國和澳洲兩個市場表現最好；而在美國和新加坡的出口業績則明顯衰退。值得重視的是，這幾年美國和新加坡市場切花進口值成長率是增長的，而台灣出口至這二個目標市場卻呈現負成長窘境，顯現相對於供應競爭國家，出口競爭力減弱下降。計算伙伴國家之貿易指標指出，美國切花進口來源國市場集中度明顯高於澳洲，但平均供應國家地理距離遠小於澳洲，代表美國切花進口來源國家較多，仰賴地理距離較近國家；而澳洲切花供應來源較分散，地理距離分佈較廣。掌握外銷目標市場之長期產銷資料，了解市場需求變化和發展潛力，以及競爭態勢與競爭力變動趨勢，並詳細解析歷史數據之資料意涵，鑑古知今、繼往開來，將有助研擬台灣切花外銷之全球佈局和行銷策略。

儘管 COVID-19 疫病大流行帶來嚴峻挑戰，但它也幫助推動花卉產業的積極變革。疫情發生的第二年，花卉國際貿易很快恢復、逐漸回復常態運作，證明國際花卉產業具備因應突發緊急事件之韌性，儘管事件發生的短時間內可能措手不及，造成難以避免地暫時性傷害。事實上，國際上適應力強、韌性大的花卉企業，即使在不確定的時期，也能蓬勃發展。

COVID-19 疫情也帶來花卉產業一些顯著的變化，這些改變將對國際花卉產銷造成更為長期的影響。例如：花卉供應鏈中斷和產品短缺，促使消費者對鮮切花和活植物在內的許多產品，必須支付較高價格購買，花卉產業要生存，價格就必須上漲，因為供應鏈成員是無法吸收所有國際物流和各種投入成本的增加，比如運費，這些成本會轉嫁給消費者，顧客也理解這種環境情勢，而且這些成本的增長可能持續下去。然而花卉產業經營者可以運用花藝業務附加價值之產品背後故事，通過顧客專注於購買鮮花/植栽的整體消費過程之體驗，增加花卉消費價值，來幫助緩解顧客對價格上漲的擔憂。其次是重新配置供應鏈，當供應鏈問題導致新鮮切花/活植物之物流無法順暢作業時，如何能做到花卉產銷的妥適因應調整，以及全面品質管理又能落實，建立供應鏈伙伴成員間之關係與密切合作，溝通協調機制扮演重要功能，成為強化花卉產業韌性的關鍵；此外，花卉產業經營者積極擁抱科技，COVID-19 疫病爆發，直接帶動無接觸交易行為之盛行，乃是促使花卉產業技術升級的有力催化劑，許多花卉企業快速轉型，投入電子商務運營和提高線上通路比重，積極建立線上品牌形象，並同時改善產銷設施/設備，作為提高產銷效率、簡化商務運營的一種精進方式。

揮別走出 COVID-19 疫情危機，掌握疫情後之國際花卉市場新常態，創造有利台灣花卉外銷新機會，順勢解決當前國產花卉外銷出口瓶頸，尤其是活植物和切花主力出口貿易品類，近幾年外銷量呈現負成長走勢。國產外銷花卉品項和市場的過度集中，尤須嚴肅正視以對，花卉出口產品和外銷市場之多元化，是強化

產業韌性最有效的方法。審慎盤點現有國產花卉品項、評估出口潛力；持續收集國際花卉市場產銷動態和發展趨勢，分析台灣花卉品項外銷競爭力，作為拓展現有目標市場規模，開發潛力新出口市場之依循。在花卉出口的戰術層面，建構外銷花卉品項之出口全面品質管理體系，發展目標市場台灣外銷花卉品質標準，如 FlowerWatch®。永續台灣花卉外銷出口產業發展，當前正處於十字路口的關鍵階段，需要花卉產業人士共謀突破困境之道，農政單位積極制定花卉產業長期發展策略和挹注資源，大家齊力合作，厚植競爭力、強化韌性適應力，努力讓台灣花卉外銷出口產業可以走更長遠的路。

參考資料

International Trade Center (ITC), Trade Statistics for International Business,
<https://www.trademap.org/Index.aspx>

FlowerWatch® , 'Setting a new standard in global floriculture',
<https://www.flowerwatch.com/en/whitepaper>

Goodman, Jack and Micah Luxen (BBC 事實核查團隊) , 2021.10.19. , ” 新冠疫情擾亂全球航運：為什麼這麼多船舶在美國港口排隊？”
<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/business-58945224>

Unionfleurs
https://unionfleurs.org/news_events/eu-wide-survey-provides-a-first-estimate-of-the-brutal-impact-of-covid-19-pandemic-on-the-european-flower-live-plants-sector-march-april-2020/