

出國報告（出國類別：考察）

新南向蘭花海外生產技術服務研究-印尼

服務機關：農業部花卉創新園區研究發展中心

姓名職稱：吳容儀 副研究員兼科長、邱亭瑋 助理研究員、蔡宇玟 約僱
研究助理

派赴國家/地區：印尼

出國期間：2025/9/14-2025/9/18

報告日期：2025/10/27

摘要

本次考察旨在了解印尼蝴蝶蘭市場及其產業現狀，並為未來臺灣蘭花產業拓展國際市場提供參考基礎。透過蘭花種植場域實地考察及花卉市場調研，了解蝴蝶蘭在印尼的栽培挑戰、產業合作機會與市場需求。本行程涵蓋雅加達及萬隆兩地，探討目前產業需求。考察發現印尼蝴蝶蘭產業仍在發展中，植株管理技術及設施設備水準仍有改善空間及發展潛力。臺灣在蝴蝶蘭育種、栽培技術及數位管理上具競爭優勢，未來持續經營可望提升產業效率並拓展國際市場。本次考察總結了技術服務與合作模式的未來方向，為臺灣蘭花業者進一步投入印尼市場之參考，並有助雙方在國際市場的競爭力提升。

目次

摘要	2
本文	4
一、考察目的	4
二、參訪行程表	5
三、印尼蝴蝶蘭產業參訪及技術服務	6
四、印尼花卉市場考察	11
五、印尼市場拓銷之可能性	14
六、心得及建議	16

本文

一、考察目的

本次考察目的為針對臺灣蝴蝶蘭種苗外銷至新南向重點目標國印尼之產業現況，進行實地調查與技術服務。由於蝴蝶蘭在外銷接力栽培過程中常因栽培管理與儲運條件不當而產生品質問題，影響客戶滿意度與銷售，進而削弱產業競爭力，本計畫將針對當地栽培現況、市場需求、消費趨勢與業者需求進行調查與評估，並提供技術服務，協助解決產業癥結點。同時透過蒐集印尼在地栽培管理及營運資訊，進行後續分析研究與規劃，期能加深臺灣與印尼等外銷國的合作關係，擴大臺灣蘭花在國際市場的影響力，並為國內業者創造更大的國際貿易商機，完善產業全球布局。

二、參訪行程表

Date 日期	Program 行程
2025/9/14 (Sun.)	搭機前往印尼雅加達，並接駁至產地
2025/9/15 (Mon.)	參訪及技服 PT Wilis Agro Lestari 拜訪國合會農技團蔬菜中心
2025/9/16 (Tue.)	參訪及技服 PT Fiore Orchidea 參訪及技服 AMBID Orchid
2025/9/17 (Wed.)	參訪及技服臺商蔡小姐蘭園 拜訪雅加達臺貿中心
2025/9/18 (Thur.)	考察 Taman Anggrek Indonesia Permai 考察 Rawa Belong Flower Market 搭機返臺

三、印尼蝴蝶蘭產業參訪及技術服務

1. PT Wilis Agro Lestari 蘭園

PT Wilis Agro Lestari 位於印尼第四大城市一萬隆，是印尼最大規模的蘭花公司之一，栽培場域具備完整的設備及溫室設施。而在印尼搭建溫室的成本約為美金 30 元/m²，臺灣成本造價約新臺幣 20,000 元/坪，約為 1/5-1/6 之價格成本。目前印尼的栽培模式與臺灣早期種植樣態相仿，植株會先於低海拔地區進行培育，待植株養分蓄積足夠後，再移至高海拔地區，以相對低溫的氣候條件進行涼溫催花。該蘭園的催花設施位於海拔約 400 公尺處，因海拔較低而無法利用足夠的自然低溫催花，故於溫室內設置風扇、水牆、內循環扇與冷氣系統以調節溫度，穩定開花品質。其中，考察時發現此公司所採用的溫室風扇為禽類養殖一類所專用之設備，其風扇構造與臺灣蝴蝶蘭溫室常見之設備有所差異(圖 1)，可能是因應當地資源取得之便所調整。蝴蝶蘭種苗主要自臺灣進口後接力生產，其種苗規格主要有組培瓶苗、1.7 臺吋及 2.5 臺吋，並以水苔及水苔混合椰塊作為栽培介質。園內栽培品種數量需求龐大，常態性維持上百種之變化，以滿足印尼市場對品種多樣化的需求，色花特別以濃烈色系與絨布紅最受青睞(圖 2)，2.5 臺吋商品則須具雙梗以上較具競爭力。園中也使用 QRcode 管理，但僅用作識別品種之途，未來可持續發展其他使用功能(圖 3)。除一般市場花外，該園生產 3.5 臺吋瀑布型蝴蝶蘭供應過節送禮需求。亦有生產少量染色蝴蝶蘭，此採用源自荷蘭進口之吸入式染色技術套組，每盆需支付 2-3 美元之權利金，市場單盆售價約為 10 美元，展示其商品特殊性及多樣化(圖 4)。

然而，由於當地蘭花市場尚未成熟，消費者對於葉色、葉姿與葉形等葉部性狀關注度有限，對植株整體健康狀況亦缺乏重視，現場可觀察到即使植株具有明顯病徵仍可販售。主要評價重點仍集中於花色表現，包括花色多樣性、花形飽滿度及花朵數量，且多數品種在花朵開放 80%時售出，並視品種及花序排列而定，有些開花 40%即可售出。未來產業發展需著重於採後處理技術及植株耐候性之提升，因部分花色優良之品種在貯運過程中表現不佳，花卉觀賞期亦有限，影響其商品價值。而業者評估未來產業競爭仍以

中國進口苗株為主。

2. PT Fiore Orchidea 蘭園

PT Fiore Orchidea 為印尼主要的蘭花生產公司之一，目前蝴蝶蘭常態性栽培品種約 30 種以上，主要為市場流行之商業大花及瀑布型品種。其栽培模式也一樣是利用海拔高度採分階段管理，先於低海拔地區進行營養生長期養苗，之後再移至高海拔地區進行涼溫催花。該公司之催花設施位於海拔約 830 公尺處，催花所需低溫條件較充足，栽培設施為網室，相對較簡易，僅配置內循環扇與遮蔭網，未設置水牆或冷氣等降溫設備。當地日夜溫差大(約 10-15°C)，日溫可超過 30°C，其溫度設置在 30-33°C 時啟動內循環扇進行降溫；夜溫則通常在 18-20°C 此區間。種苗自臺灣進口 1.7 臺吋小苗，並以水苔作為栽培介質，之後種植至 3.5 臺吋開花株。在栽培過程中，部分植株常因營養生長期間養分蓄積充足且栽培技術管理尚未標準化而提前抽梗，故移至高地催花時須先剪除花梗後，再進行催花處理，可於現場觀察到許多剪梗痕跡，此外也一樣有植株生理及病蟲害管理問題(圖 5)，其中尚有許多可改善之技術管理空間。由於採自然涼溫催花方式，不同品種之開花表現亦存在差異。例如部分大花品種每梗僅能開 6 至 8 朵花，花朵數及梗長不足，而相較常見商業白色大花品種 V3，在自然催花條件下平均可開 8 至 10 朵花，且整體花品質表現尚屬穩定。在品種間之栽培差異管理上，仍有技術輔導切入空間。

3. AMBID 蘭園

AMBID 為印尼在地蘭花生產公司，其生產模式與前述兩家公司相似，皆先於低海拔地區養苗，再移至高海拔地區進行涼溫自然催花。該公司催花設施位於海拔約 830 公尺處，其設備較簡易僅設有內循環扇、黑網與遮雨塑膠布。蝴蝶蘭使用之介質水苔僅使用水清洗(圖 6)，無其他滅菌消毒過程，未來可改善管理流程，減少病源。種苗來源主要自臺灣進口 1.7 臺吋小苗與 2.5 臺吋中苗，以及自中國進口 3.5 臺吋之大苗，10-12 朵大白花的 3.5 臺吋盆可售約新臺幣 200 元。從臺灣進口 3.5 臺吋的蝴蝶蘭苗多為客製訂購，因此該園大苗自中國採購。雖然中國苗價格低廉，但植株品質較參差不齊，且需留

意檢疫風險，兩個進口苗來源的檢疫條件也不同，需額外進行管理。目前中國投入生產的數量持續增加中，隨著栽培技術之改善，未來印尼市場在價格與品質層面上，預期將出現更激烈的競爭情形，與其他市場發展趨勢相似。

在銷售方面，AMBID 除透過拍賣市場外，亦也採取現今流行之網路直播銷售模式，執行直播工作的員工為專職業務，不需再參與其他田間工作，一天兩班制，一班 8 小時換另一名員工。該公司將品質次等之植株於溫室內進行現場帶貨直播拍賣並即時包裝送貨，主要通路包括抖音與蝦皮等平台(圖 7)，一般販售之盆花包裝則如圖 8。價格策略上，約 230,000-260,000 印尼盾可選購兩株品質相對較佳之植株，或以 150,000 印尼盾購買單株品質次等者。平均每日銷售量約 100 株，若以六個據點同步運作，最高可達 600 株，銷量佳。

在人力資源部分，當地薪資水準僅約為雅加達的一半，每月新台幣 5,000-6,000 元/人，勞力成本相對低廉，可控制生產支出。該公司現有三個栽培場域，共僱用約 70 名員工，其中最大之催花場約有 50 人。薪資計酬部分採計件制，例如換盆作業，每完成一株可額外獲得新台幣 0.4 元的獎勵等經營策略，促進工作效率。

4. 臺商蔡小姐經營之蘭園

搭車前往蘭園途中，海拔一路往上，所經馬路旁可觀察到些許販售山上原生種的植物店家，店內商品琳琅滿目，包含蝴蝶蘭原生種、萬代蘭原生種、鹿角蕨、觀葉植物等(圖 9)。據悉為當地人在山上工作時將沿路採下之原生種送至店家販售，不過市場流通至今，具特殊性之品項也已逐漸減少。

臺商蔡小姐在印尼經營蘭園已逾 40 年，園區除生產蝴蝶蘭盆花外，亦栽培文心蘭、石斛蘭及嘉德麗雅蘭等不同蘭花，經營模式相當多元。其栽培方式與當地印尼業者相同，利用高海拔的低溫優勢來進行催花，早期搭建之溫室如圖 10。管理經營採接力栽培模式，種苗自臺灣進口 1.7 或 2.5 臺吋苗，後續再進行換盆與催花作業。該蘭園與臺灣業者簽訂合約，確保穩定的種苗來源，除供應自家盆花生產外，亦能提供優良的臺灣蝴蝶

蘭苗株予當地業者接力生產使用，是當地重要的臺商業者與產業橋梁。



圖 1. 印尼溫室使用之風扇系統



圖 2. 熱銷之濃色系蝴蝶蘭品種



圖 3. 印尼蘭園使用之 QRcode 品種管理



圖 4. 印尼生產之染色蝴蝶蘭



圖 5. 植株剪梗痕跡及病徵情形



圖 6. 水苔清洗過程



圖 7. 溫室現場直播銷售蝴蝶蘭之樣態



圖 8. 一般蝴蝶蘭盆花裝箱情形



圖 9. 馬路旁販售原生種之店家



圖 10. 早期溫室樣態

四、印尼花卉市場考察

印尼雅加達目前主要由五家蝴蝶蘭生產業者供應市場，以盆花全株販售為主，無切花，蝴蝶蘭 V3 為當地市場主要栽培品種，約佔總栽培量之 70%，其餘 30% 則為其他色花品種。婚禮喜慶多慣用白色蝴蝶蘭，農曆新年則多使用黃色、粉色一類色花。蝴蝶蘭盆花售價約為新臺幣 200 元/3.5 臺吋盆，五家業者間供需穩定，非競價關係。銷售通路主要為傳統市場、超市及送禮客訂組合盆需求。印尼最大的花卉市場位於雅加達，購花高峰期則在華人農曆新年、正曆新年、穆斯林節，母親節用花則相對較少。經過疫情之後至今，花卉市場已越來越蓬勃發展，銷售及購買情形復甦。

1. 印尼雅加達蘭花公園 Taman Anggrek Indonesia Permai

此蘭花販售市場 Taman Anggrek Indonesia Permai (TAIP)位於雅加達東區，面積約六公頃，是當地具代表性的蘭花展示、品種與銷售交流園區，每日開放時間為上午 9 點至下午五點，規模約有 40 間攤商，由政府部門管理，入園不需費用。其經營模式與臺灣常見之花市相似，各家業者分別於規劃好的攤位區域租用設攤販售，並於搭設之黑網下陳列園藝商品(圖 11)。但於現場可觀察到商品多無標價，價格由店主自行決定，通常會依市場行情作為調整依據。園區內除販售蘭花外，亦供應觀葉植物及園藝資材等商品。當地觀葉植物多以稻穀混合少量樹皮作為栽培介質；蝴蝶蘭則使用水苔或椰絲栽培，依植栽情況採用不同介質。此外，現場亦可客製購買組盆蝴蝶蘭(圖 12)，例如一盆 10 支花梗之組盆花禮(圖 13)，售價約新臺幣 4,000 元，價格主要依組盆盆數、花梗數決定。蝴蝶蘭組盆送禮花色以大白花為主，顯示其在禮儀與節慶場合中需求之重要性。除擺設攤位外，考察時也發現部分店家另設有網購平台，方便客戶線上訂購，例如此業者之網購網站 <https://www.kleonanggrek.com/>，亦有經營其他社群平台如 Youtube、Twitter、Instagram 等，銷售渠道多元。此外，次級品或生長狀態不佳之蝴蝶蘭植株，現場也可觀察到被轉化為其他組合創意商品(圖 14)，為另一行銷手法。

2. 印尼雅加達花卉批發零售市場 Rawa Belong Flower Market

Rawa Belong Flower Market 為雅加達規模最大的花卉批發與零售市場，位於雅加達西區，營業時間 24 小時。市場營業高峰時間為深夜至清晨，當地業者通常於此時間段進貨批發。總計約有 300 個攤位，分為多條銷售街區與兩大主要市場棟：一棟以花卉成品（如鮮切花、盆栽、花束等）為主，另一棟則販售佈置用葉材、花瓣(圖 15)、包裝材料與花藝裝飾品為主。市場內切花種類多元，包括玫瑰、菊花、非洲菊、火鶴花、蝴蝶蘭及康乃馨等，常見之花卉品項供應穩定，市場販售情形如圖 16。該市場以國產切花為主，亦有部分進口花材如泰國。進口切花通常會使用瓶插保鮮液維持花材新鮮，並以塑膠套頭包覆，以防止運輸過程中碰撞造成損傷(圖 17)；相較之下，國內花材僅以報紙簡單包裝，且未使用瓶插保鮮液，因此現場觀察有些花況並不良好。在銷售價格方面，一般大致與臺灣市場相仿，例如當地自產的玫瑰，每 20 支約售新臺幣 160 元。但銷售價格會因幾個重要節慶高峰用花期而有明顯波動，例如農曆新年。值得一提的是，印尼盛行以花圈作為婚喪喜慶或商務用途之贈禮，市場中亦可見現場即時製作花圈的服務，為該市場的特色之一。此花市不僅是當地各類花卉流通平台，更是印尼重要的花藝設計基地，市場內有多家花藝工作室經營攤位，提供相關服務(圖 18)。



圖 11. 攤位設施狀態



圖 12. 蝴蝶蘭組盆現場情形



圖 13. 蝴蝶蘭大白花組盆花禮



圖 14. 蝴蝶蘭組合創意商品



圖 15. 各種花卉之花瓣販售樣態



圖 16. 花市內攤位販售狀態



圖 17. 進口花材套有保鮮液塑膠管



圖 18. 各種花藝設計工作室攤位

五、印尼市場拓銷之可能性

1. 印尼雅加達臺灣貿易中心座談

本次臺貿中心座談，與會人員包括臺貿中心蕭鳳岐主任、農業部駐印尼台北經濟貿易代表處農業秘書郭肇凱、蘭協理事長與秘書長、花創中心研究人員，以及 MJP CARGO 集團雷良坤(Suman)先生。MJP CARGO 集團主要業務為貨櫃、進口業，後延伸發展至蔬菜、園藝產業，自 2023 年開始從事進口鮮花(包含蘭花(事業到印尼市場，並進入花店零售端。印尼本地產花卉因價格較低、配送彈性高、無貨運等待，對進口花卉業形成競爭壓力，故目前主要依靠從中國進口花卉，具品種選擇性多之優勢。該公司經驗指出，進口用花高峰時期包括情人節、華人新年、聖誕節(回教過年則較少用花)，華人節慶用花頻率相對較高。Rawa Belong 批發市場是雅加達最大的花卉批發零售市場，進口與本地花卉皆在此交易，農場與批發商可在此設店組花銷售，常見喪禮用白色百合與玫瑰，政府或高級旅宿業則多採用白色蝴蝶蘭。此公司曾於 2024 年在旅遊、婚慶鮮花需求高的峇里島設有據點，惟因市場已由本地農場主導，且營運不熟、銷售不佳而暫停發展。該公司鮮花流通完全依賴進口，然因冷藏設備、採後處理技術不完全，仍導致鮮花商品耗損，是印尼進口商面臨的挑戰之一。透過本次座談及 MJP 集團經驗分享，凸顯印尼花卉市場進口與本地生產結構性競爭，用花時期及產業流通運作特色，為未來臺灣蘭花與花卉業者評估市場合作策略提供重要參考。

2. 財團法人國際合作發展基金會駐印尼技術團座談

財團法人國際合作發展基金會(ICDF)於印尼設有農業技術服務團，目前執行兩項計畫，分別為「北蘇門答臘省大蒜與紅蔥產銷輔導計畫」及「卡拉旺地區蔬果行銷體系強化計畫」。本次參訪座談卡拉旺地區的蔬果行銷計畫場域。該計畫之主要目標在於提升當地農民收入。當地水稻栽培一般可達一年三收，但由於上游灌溉系統不完善，實際僅能一年二收，且休耕期過長。為改善此問題，此計畫推廣於休耕期種植短期園藝作物，以增加農民收益。目前成果為輔導農民栽培新興蔬菜種類達 30 種(如秋葵、毛豆、苦瓜

等)，農民收益提升約 70%，市場通路由原先的 8 間拓展至 31 間之多。此外，農技團亦建置冷鏈示範場域(圖 19)。當地農民收穫後將農產品交至農技團，由農技團合作社進行分級、包裝及冷藏運輸，並於 24 小時內配送至超市。配送量則依各通路需求調整，例如日系超市固定於週二促銷時會增加供貨量，以增加收益。銷售模式也由過去的傳統市場與寄賣方式，轉型為以高端市場為主的買斷制，以確保農民收益之穩定。在栽培管理上，當地原以露天栽培為主，自 2018 年起導入智慧溫室，並推廣設施栽培之瓜果類(如洋香瓜)，以確保產品品質。同時，也鼓勵農民多種植市場價格佳的明星商品，如秋葵、毛豆與白苦瓜。為延長產品保鮮期，計畫亦輔導農民進行蔬果分級、清洗與包裝，並依市場需求調整包裝形式。例如，玉米可分為帶葉與不帶葉兩種銷售方式；葉菜類則在塑膠袋包裝時剪角，以避免因當地氣候炎熱而造成袋內熱量累積，影響產品品質(圖 20)。此計畫場域由農技團技師們作為示範，如果未來印尼民間產業有意願，即可移轉經驗及技術，實質提升當地農產業與農民收益，改善農民生活品質，是相當有意義的拓展計畫。

以花卉產業觀點來看，現行蔬果計畫以冷鏈、分級、包裝、智慧溫室為核心，其生產管理經驗、物流與銷售整合能力或可移植至花卉產業，輔導印尼地方業者建立溫室與催花管理，不僅有機會進軍高端花卉市場，也能拓展苗圃及花店等通路，帶動臺灣蝴蝶蘭進口及技術輸出。未來臺灣蝴蝶蘭除可作為高端市場用花，也可依本地節慶規劃進苗年度計畫，結合蘭苗輸出、催花溫室輔導與產業合作，建立長期穩定供應鏈，有助於提高利潤及緩解國際競爭壓力，在印尼將具備極大拓銷與產業聯盟潛力。



圖 19. 冷鏈導入之冷藏庫



圖 20. 農技團輔導之高品質蔬菜商品

六、心得及建議

印尼為重要新興市場，目前約有五間業者投入蝴蝶蘭生產，以盆花為主要產品，每盆平均淨利約新臺幣 60-80 元。市場以蝴蝶蘭 V3 大白花為主流品種，市佔率約 70%，其餘則以濃色系列為主。印尼使用習慣上偏好白色花卉，但同時也喜愛多樣化花色，因此在產區內的品種選擇多元。在栽培管理方面，當地業者較重視開花品質，如花色、花朵數量與排列，而對植株本身的生長狀態關注度相對不足。例如葉片因強烈日照而出現日燒，或是病蟲害防治不確實而引起黃葉病、軟腐病等相關病害，導致部分植株帶有病徵。

1. 建議在栽培管理上可加入環境監控設備，如在設施內裝設監控環境紀錄器，監測栽培環境之溫度與光照，以便即時調整管理策略。
2. 加強病蟲害的防治，定期檢視並落實防治措施，降低植株損失。

目前印尼的生產模式多採用接力生產，主要從臺灣進口 1.7 或 2.5 臺吋的種苗，再於當地進行栽培與催花。不過目前在市場上面臨的最大挑戰是中國業者以低價供應之種苗，可能導致臺灣業者在訂單競爭上處於弱勢。部分印尼業者表達希望能直接從臺灣進口 3.5 臺吋苗，以便縮短栽培期並快速催花，但由於臺灣國內市場對此尺寸苗株的生產多為訂單制，急單大規模生產並供應印尼市場確實不易。印尼市場對臺灣業者具有潛力，但在價格的競爭下僅依靠傳統的模式會失去優勢，因此建議：

1. 與印尼當地業者建立長期合作模式，例如客製化供應苗株計畫，以穩定市場需求量。
2. 以策略性方式增加不同尺寸苗株之供應，或規劃以互相合作之方式，少量供應以測試市場反應。
3. 提升產品的差異性，例如強調臺灣種苗在多樣品種、花色、花形、苗株栽培穩定性及品質上的優勢。
4. 延伸服務之模式，例如提供栽培技術支援，讓臺灣種苗在後端生產上展現更高附加價值，增加售後服務之誘因。

整體而言，印尼蝴蝶蘭市場具有發展潛力，但仍需在栽培管理與品質控管上持續精進，方能提升競爭力與市場價值，促進臺灣蝴蝶蘭產業與印尼建立長期合作模式，以拓展此新興市場。