

台灣花訊

2022 年第 12 號



電子版

Taiwan Floriculture Exports Association

www.tfea.org.tw



變化莫測的市場，穩住前行的步伐

日本的切花出口量有因為日圓貶值而增加嗎？

Contents 台灣花訊

發行人：吳淵璋
主編：莊炳煌
編輯：陳立媛
登記證：行政院新聞局局版北市誌字第 20 號
台灣北區郵政管理局第 5701 號雜誌登記
創刊日期：1992 年 8 月
出版日期：2022 年 11 月 10 日
發行所：台灣花卉輸出業同業公會
地址：台中市烏日區健行路826號
電話：04-2265-4077
傳真：04-2265-9811
網址：www.tfea.org.tw
電子郵件：tfea8408@gmail.com
設計統籌：悅翔數位印刷
電話：04-2263-7117

封面故事

4 人物專訪-一心生物科技股份有限公司董事長 簡維佐
變化莫測的市場，穩住前行的步伐

產業新聞

7 Anthura接手鳳梨花育種工作
8 解決高運輸成本和缺乏空運空間的優化解決方案 鮮切花包裝紙箱
10 洋桔梗熱銷品系推出新花色
11 具有較長的觀賞期是關鍵！迷你玫瑰抓準成長中的居家用花需求
12 來自產地的新鮮魅力 青山花市推廣鮮花產地直送、當天販賣
13 日本的切花出口量有因為日圓貶值而增加嗎？

產業趨勢

16 異業結合的精彩火花 鮮花×食品！視覺與味覺的雙重享受
22 花卉生產者該如何因應銷售管道的多樣化？
24 切花出貨前，到底該留多少葉子？
26 實踐SDGs永續目標 同時回應顧客的需求 蝴蝶蘭花禮回收服務
28 2023園藝趨勢—個性化

市場行情

29 日本花卉市場預測：2022年12月
32 日本花市十一月份行情
35 台灣五大花市 花卉交易價量

※ 如需更改投遞資料，請填妥下方表格後傳真至 04-2265-9811，謝謝！

原郵寄地址		郵寄地址	
原單位名稱		單位名稱	
原收件人		收件人	
備註		電話	





德城國際

農業有限公司

台中市北屯區北屯路390號10樓之1 電話：(04)2243-1328 傳真：(04)2243-1326

人物專訪 - 一心生物科技股份有限公司董事長 簡維佐

變化莫測的市場，穩住前行的步伐

採訪彙整：國立中興大學應用經濟學系
許竣傳 博士生 / 鄭伊雲 碩士生



一心生物科技股份有限公司董事長 簡維佐

這次很高興有這個機會，受到台灣花卉輸出業同業公會的邀請，由吳淵璋理事長親自帶隊，前往嘉義大林一心生物科技股份有限公司，採訪簡維佐董事長。一心生物科技的前身為一心蘭友服務中心，早期的蘭花是屬於非常高貴的花卉，大多數的業主都是以趣味性的在栽培，然而業者無法每一家皆自行繁殖所有的蘭花種類，因此簡董事長開始幫助蘭花業者代工繁殖種苗，涵蓋了各種不同的蘭花種類。接著，簡董事長開始栽培蘭花，一開始主要以蝴蝶蘭為主，歸因於台灣對於蘭花是屬於一個很淺盤的市場，容易導致蘭花供過於求，因此一心生物科技開始開創蘭花的外銷市場。

從外銷到海外設廠的契機

在二十幾年前，一心生物科技開始外銷蘭花，一開始主要的外銷地點以日本為主。其中，日本對於花卉的品質要求非常高，好

的品質和次等的品質的價格差異非常大。外銷的初期主要都是透過貿易商販售蘭花，對於外銷市場的資訊也是要依賴貿易商的傳遞。然而，隨著蘭花栽培的數量持續增加，再加上貿易商對產品的偏好以及傳遞的資訊不夠透明，導致一心生物科技無法獲得準確的第一手外銷市場資訊。因此，簡董事長開始思考在海外直接設點和直接銷售的可行性，開啟了一心生物科技到海外設廠的契機。

海外設廠選址的過程

在海外設廠的過程中，簡董事長跑遍了各個不同的國家，尋找合適的設廠地點和了解不同國家的市場規模，包含了日本、中國、荷蘭、法國、英國、東南亞和美國。其中，荷蘭的市場規模相當的大且技術非常成熟；日本的市場規模較小，且日本反對成立境外公司，需要與日本人合作；中國市場的條件非常的好，可惜市場的偏向太專注於其境內；法國的南部尚需要自行開發市場；東南亞的市場，工資和設備相較於其他國家較低廉，但市場規模僅限於在地人。最後，由於美國育苗的人很少、對於蘭花也是趣味性栽培、大量的生產較少以及技術門檻最低。此外，美國加州的北部（沙加緬度）的氣候很適合開花，陽光非常的充足，且簡董事長到美國之際，剛好遇到金融風暴，因此以相對於現在非常低廉的價格購買大約 10.5 公頃的土地（含舊溫室約 7000 坪）。



一心生物科技股份有限公司美國廠



一心生物科技股份有限公司美國廠

另一方面，簡董事長在南加州也購買了一塊大約 4 公頃的土地（含溫室面積約 5000 坪），而這一塊土地的前身由韓國人負責經營，主要是為了育苗，因此溫室主要是保溫型的設計，歸因於一心生物科技在加州主要是為了接力栽培、開花，因此將溫室改成降溫型的設計。同時，奠定了在海外設廠的基礎，完成了在海外設廠的目標。

打造蝴蝶蘭王國

於美國市場的一席之地

一心生物科技 75% 的蝴蝶蘭市場都在美國，由於美國西岸的氣候相較於美國東岸適合蝴蝶蘭開花，且冬天天然氣的加溫成本相較於台灣的降溫成本較便宜，又因美國東

岸的市場規模相較於美國西岸較好。因此，一心生物科技主要在美國的西岸接力開花，販售至美國的東岸。

在美國的蝴蝶蘭市場上，除了一心生物科技佔有一席之地以外，荷蘭的業者也進軍到美國設廠。荷蘭的業者主要是將瓶苗從荷蘭進口

至美國，在美國從小苗種到開花，採取單一規格和自動化的生產，因此蝴蝶蘭的品種都非常的單純、規模相當的大且單價成本比較低。由此可知，歐洲業者的生產特色，喜歡把很複雜的東西簡單化。另一方面，一心生物科技主要是採取客製化的服務，根據消費者喜歡的種類，進行蝴蝶的栽培，因此蝴蝶蘭生產的品種非常的多，消費者可以挑選的種類也非常多，但也因此蝴蝶蘭的損耗較高且栽培的成本也較大，蝴蝶蘭的單價相對於其他國家的品種也較高，是優點也是缺點。



一心生物科技股份有限公司美國廠

市場需求變化，穩定生產

由於不同蝴蝶蘭市場的需求都不一樣也一直在變化，因此所販賣的蝴蝶蘭的品種

也不一樣。例如：超市非常強調蝴蝶蘭的規格，因為運輸的問題，蝴蝶蘭受到高度上的限制，且對於蝴蝶蘭的開花表現，較偏愛雙梗、分岔的品種；花店，較偏愛漂亮和顏色大方的蝴蝶蘭品種，不受蝴蝶蘭高度的限制。此外，市場的需求和消費者的偏好一直在變化，但蝴蝶蘭生產的設備固定、人員固定（人力的調整也是一大的障礙）和開銷固定，無法應變市場需求的快速變化。因此，簡董事長對於蝴蝶蘭的生產不隨著淡旺季（5-8月 - 淡季、8-5月 - 旺季）去做調整，簡董事長認為：「只要穩定生產做得好，就很厲害了。」。由此可知，儘管消費者的偏好一直在變動，但種苗的生產非常的漫長，因此簡董事長一直要求穩定生產，穩定好原本的生產流程，不隨市場的波動而去做調整，因為生產的速度永遠跟不上市場的變化。

遇到困境，穩住陣腳

簡董事長說：「工作在做，怎麼可能沒有遇到困難。」

新冠狀肺炎



在 2021 年受到新冠狀肺炎 (COVID-19) 的影響，匯率下跌，使得蘭花的到岸價格沒

有漲，而且船運非常的不順，船運的價格漲了五倍之多，船期也增加了一倍之久，使得蘭花的成本和損耗增加。因此，大家開始紛紛擔心沒有生意可以做。結果讓大家出乎意料，由於受到新冠狀肺炎的影響，導致很多地方都開始封城，使得價格相對於超市較好且較多人購買的花店紛紛關閉，只剩下與民生必需品相關的超市有營業，卻因此帶動了許多蘭花在超市販售的生意，使得危機也是轉機。

水草事件

另一方面，在 2022 年新冠狀肺炎慢慢趨緩，匯率逐漸上漲且船運恢復正常之下，卻發生從台灣輸出到美國的蝴蝶蘭，被驗出水草介質中有蕨類，導致許多輸出到美國的蝴蝶蘭的貨櫃都被美國退櫃，至今卻還無法停息。歸因於水草事件的發生，使得公司的所有人員都在做蝴蝶蘭出貨的品質檢查，導致公司的人力非常的混亂。然而，簡董事長下令所有的栽培程序和生產流程，不能因為水草事件而亂了套，反而要更加地穩住不能亂，因為如果所有的栽培程序和生產流程因此而亂掉的話，公司的損失會比雜草事件更加嚴重。因此，簡董事長再次強調：「每個時期都會遇到問題，但依舊要穩住、不能亂。」

做什麼事，就要像什麼樣

透過這次的訪問，感受到簡董事長的成穩做事風格。美國設廠的過程，因為資訊不準確而展開，透過走訪各國探勘設廠的優劣勢，考慮多面向的可能性，採取最佳方案，展現簡董事長對於開展行動前對事前準備的重視。對於開展行動前的全面準備，搭配簡董事長的做事理念，穩住陣腳，不隨波逐流，使得產業發展能夠穩穩扎根。

Anthura 公司接手鳳梨花育種工作

日期：2022/11/17

資料來源：日本農業新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



Anthura 和 Handelskwekerij van der Velden 已達成法律約束的協議，Anthura 將接手 Handelskwekerij van der Velden 鳳梨花 (Bromeliad) 育種、以及種子和組織培養的幼苗生產。Handelskwekerij van der Velden 將著重於利用鳳梨花的插枝生產幼苗，並專心發展綠色植物市場。

Anthura 的兩位董事 Mark 和 Iwan van der Knaap 證實，此次併購符合公司的事業目標，該公司專門栽培長壽熱帶植物。這款熱帶觀賞植物不僅保質期長，而且可以在半陰處生長，無論在辦公室和家中都非常適合。公司最大的宗旨就是讓世界變得更美

麗，無論你身在何處，所有人都能盡情享受火鶴、蘭花以及新加入的鳳梨花。

根據 Sjeff van der Velden 的說法，Handelskwekerij van der Velden 多年的經驗不會流失，並將由 Anthura 的專業知識進一步優化。商業總監 Marco van Herk 解釋說：「除了原有的火鶴和蘭花系列，熱帶鳳梨花是受歡迎的新產品，它將強化我們在花卉栽培領域的地位，並增加我們的吸引力。憑藉專業知識，我們將進一步擴展 Handelskwekerij van der Velden 美麗的鳳梨花系列。」

本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9479092/anthura-takes-over-bromeliad-breeding-activities-of-handelskwekerij-van-der-velden/>

解決高運輸成本和缺乏空運空間的優化解決方案

鮮切花包裝紙箱

日期：2022/11/7

資料來源：Horti daily China

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

Cargolite® 是一種用於鮮切花的創新包裝概念，在肯亞獲得了相當大的知名度，現在正走向國際。從 2022 年 1 月起，厄瓜多的種植者也可以全面使用該包裝，而且很快也會在哥倫比亞使用。



Cargolite XL

Cargolite 公司首席執行官 John Kowarsky 解釋說，經過驗證的抗壓能力、增加的包裝率以及固有的堆放能力和較低的運輸成本，使其成為解決不斷增加的運輸成本和缺乏空運空間的優化解決方案。「對於農場和客戶來說，有關空運空間的情況已經變得更加緊迫。似乎航空公司正在減少航班的可用性，因此，今天更重要的是要想辦法在現有的空間內增加鮮花的數量，這就是我們 Cargolite 公司所做的：我們使這一切更有成本效益。」



厄瓜多 XL 牛皮紙包裝

每一個 Cargolite 盒子都有一個專利骨架

該骨架由兩個塑料或紙箱製成的框架組成，加強了箱子的結構。這樣一來，上面的紙箱的負荷就由框架來支撐，而不是由紙箱壁或花來支撐。這些框架的設計可以承受高達 1000Kg 的重量。「簡而言之，現在的包裝材料的重量比現在使用的要輕得多！」

「換句話說，」Cargolite 公司的研發經理 Amnon Zamir 說，「箱子不會被壓碎，所以我們不需要用沉重的包裝物來保護花束。去掉這些包裝，如肯亞的『SFK』和厄瓜多的『Lamina 和分離器』，用更柔軟的替代品代替，可以使紙箱有更多的空間。這樣，我們可以包裝更多的花，在箱子的體積內包裝更多的花莖，節省空運費用，而農場，我們也可以節省包裝材料。這樣一來，AWB 付款人和農場都節省了很多。」

在厄瓜多完全可用

2021 年，Cargolite 概念在厄瓜多進行了廣泛的嘗試，自 2022 年 1 月起，它已完全商業化，可供當地農場和國際客戶在厄瓜多購買。在厄瓜多適應該系統的第一個客戶是 Agrotropic，一個瑞士買家，他也使用 Cargolite 箱子從肯亞出口。Agrotropic 公司能

夠大大降低他們的空運成本，此外，農場本身也能夠在包裝材料上每根莖節省 1.5 美分。這是在不影響花卉質量的情況下實現的。

最近，在厄瓜多的塔巴昆多 (Tabacundo) 設立了一個點，為卡揚貝和科托帕希地區之間的農場供貨。Cargolite 還與高控集團合作，監測和保證厄瓜多的啟動、試驗和運輸的質量。剛剛從厄瓜多回來的 Amnon 說：「上個月在基多舉行的弗洛雷斯博覽會之後，我們參觀了很多農場，人們對這個概念產生了極大的興趣。在訪問了幾個農場後，農場經理對潛在的節約的普遍反應是震驚、驚訝和不相信！包裝率增長了 9%-30%，現在，就看我們如何跟進並向他們展示它的作用。」



厄瓜多的 XL 包裝



海運貨盤的裝載

海運

空間的缺乏和成本的上升，促使出口商越來越有興趣考慮海運的選擇。哥倫比亞和厄

瓜多的出口商一直在使用海運出口到美國，但對於肯亞的花卉行業來說，這仍然是一個挑戰，特別是由於船隻需要四個星期的時間才能到達歐洲。Kuehne and Nagel 公司和 Maersk 公司已經運送了整整一年多的集裝箱，但主要的障礙仍然是在整個旅程中保持花卉的合適溫度。

自今年 6 月以來，Cargolite 公司一直在參與海上運輸試驗。「結果看起來很有希望，」Kowarsky 說，「由於 Cargolite 系統固有的通風功能，Cargolite 箱子裡的溫度保持穩定。海運箱的框架是外置的，所以當箱子在滑板上相互挨著放置時，箱子之間形成了一個空間，允許氣流從底部向上循環，這樣，集裝箱中的每個箱子都從其四面暴露在氣流中，在整個旅程中保持溫度穩定。到目前為止，我們的海運箱已經成功出口到荷蘭和英國，我們的箱子在那裡為一家大型連鎖超市進行測試。在荷蘭，拆箱人員證實，用 Cargolite 箱子發送的鮮花與空運到達的同樣的鮮花沒有任何區別。」



海運

與 FlowerWatch 合作

為了進一步提高我們在海運方面的表現，Kowarsky 補充說，嘉哥利特現在已經與 FlowerWatch 建立了夥伴關係，並與業內領先的各方一起，努力實現高效和可持續的供應鏈。「FlowerWatch 也與肯亞的其他主要利益相關者有很大的關係，這些合作關係將使用冷藏箱運輸切花時取得更好的效果。」

洋桔梗熱銷品系推出新花色

日期：2022/11/8
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



日本「SAKATA」種苗公司推出了洋桔梗熱銷品系「Voyage」的新花色「淡香檳」，淡黃色花瓣的邊緣微微透著粉紅色。據說這個品種不易發生花苞未開就萎凋的「消蕾」（Blasting）等生理障礙，花莖也不易折斷，很容易栽培。

重瓣花瓣邊緣鋸齒狀。花色表現穩定，不易因氣溫不同而改變。也不易發生葉尖褐變枯萎的葉片頂燒（Leaf Tipburn）現象。由於花莖很硬不易斷，出貨時損耗較少。花徑約 8 公分，莖長約 85 公分。

屬中生品種，在一般地區九月上旬播種，五月上旬起可以出貨；高冷地和寒冷地區則二月下旬播種，八月下旬起可以出貨。花芽長長後若持續陰天則花瓣有時會呈現深黃色。

本篇圖片來源：<https://corporate.sakataseed.co.jp/news/2022/20221031.html>

具有較長的觀賞期是關鍵！

迷你玫瑰抓準成長中的居家用花需求

日期：2022/10/20
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

玫瑰是切花主力商品，必須具有較長的觀賞期。由於家用需求旺盛，愈來愈多消費者「希望買回家的鮮花能觀賞久一點」。日本靜岡縣「清水農協」玫瑰部會主要生產多花品種的玫瑰，他們利用獨特的品質保持劑等方法，全年穩定提供高品質玫瑰，受到流通業者和花店的支持。

靜岡縣清水農協

玫瑰切花生產額（2020 年）是 137 億日圓，僅次於菊花和百合。從業務用到零售用都有，受到廣泛喜愛。其中尤以多花性品種較受矚目。

提供切花配送型訂閱制服務的大型公司「User Like」因應旺盛的家用需求，決定擴大使用迷你玫瑰。對他們而言迷你玫瑰很好用，「花朵數多，份量感十足，只放一枝就很華麗。」期待產地穩定提供高品質又耐觀賞的玫瑰。

部會成員資訊共享

清水農協的玫瑰部會共有 17 名生產者，在 347 公畝土地上栽種 77 個品種的玫瑰。其中迷你玫瑰栽種面積占了六成，包括：橘色的「辛蒂」、黃色的「流星」等，主要著重在市場評價高的家用品種。

玫瑰部會每月都會針對栽培管理和病蟲害防治舉辦資訊交換會，並對目前所使用藥劑進行問卷調查，讓所有部會員都了解藥劑的優缺點。也會互相討論種植新植株時根部生長情況及管理方法等。部會員之一的小林一彰（54 歲）說出自己的感想：「詳細的



迷你玫瑰「辛蒂」（圖片來源：大田花市官網）

資訊交換讓我們能夠即時因應環境的變化。」

品質檢查方面除了訂定農協自己的基準之外，也另

外雇請人員專門進行檢查。清水農協集出貨中心負責人表示：「客觀且嚴格的檢查才能始終維持一定的品質。」

玫瑰裝箱運送時會徹底使用部會原創的品質保持劑。藥液內溶入木漿使其成為糊狀，除了抑制細菌繁殖之外，也讓切花在搬運時可以橫放堆疊，提高出貨效率。

東京都內某家採用清水農協玫瑰的花店給了評價：「即使在盛夏仍能穩定維持高品質，用起來很安心。」

需求強銷量小幅增加

多花性品種的玫瑰需求有增加。根據日本七家大型批發商的資料，2021 年大部份切花品項銷量都減少，包括標準品種的玫瑰在內，但迷你玫瑰銷量卻小幅增加為 1,469 萬枝。因為迷你玫瑰有抓住成長中的家庭需求。21 年迷你玫瑰一枝均價是 99 日圓，創下十年新高；22 年（十月中旬為止）繼續上漲，已漲到 109 日圓。

來自產地的新鮮魅力

青山花市推廣鮮花產地直送、當天販賣

日期：2022/10/28

資料來源：日本農業新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



以高速巴士直送的新鮮波斯菊陳列在青山花市 Gransta 東京八重洲南口店的店面
(圖片來源：日本農業新聞)

在日本經營連鎖花店「青山花市」的「PARK CORPORATION」公司利用客貨混載的交通工具來強化產地直送花店的進貨方式。從千葉縣用高速巴士運送大波斯菊出來，當天下午就擺在東京都內的花店銷售。為了訴求新鮮度，除了高速巴士之外，該公司也利用新幹線的客貨混載服務來載運鮮花。

當天在 JR 館山車站前的關東 JR 巴士站，生產者帶來了粉紅色、橘色和黃色等共計 200 枝的大波斯菊。經由上午十點發車的高速巴士載運，下午二點就陳列在 JR 東京車站內的花店。

高速巴士運來的大波斯菊一枝賣 297 日圓，也有包含多種花色的花束商品（2,860 日圓）。業者利用店內海報和黑板大力宣傳這些大波斯菊的新鮮度。

「PARK CORPORATION」也利用新幹線從山形、新潟和宮城等地直送鮮花到東京。除了新鮮之外，客人也好評表示：「藉著產地直送的鮮花，在東京生活也能感受到產地和老家的存在。」

既有的交通路線有時很難連結到產地，這也是產地直送方式有待克服的困難。「PARK CORPORATION」表示：「希望從更多產地把新鮮切花送到東京來」，未來將繼續擴大鮮花直送範圍。

日本的切花出口量有因為日圓貶值而增加嗎？

日期：2022/10/30

資料來源：宇田明の「もう少しだけ言います」

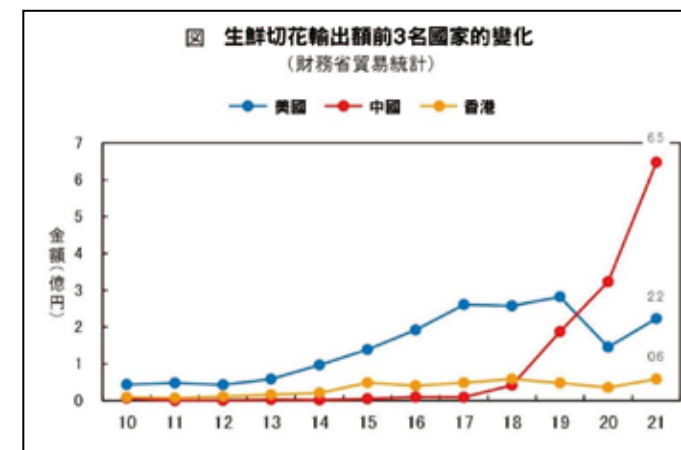
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日圓急速貶值，眼看就要跌破 1 美元兌 150 日圓。對於經歷過泡沫時期 1 美元兌 80 日圓的人來說，日圓貶值感覺好像日本變窮了，令人對未來感到不安。

日圓貶值導致進口物價上漲，可是據說會增加出口的競爭力，然而新聞只報導進口貨漲價的消息，對於出口有什麼好處完全不提。花卉業界也因為日圓貶值導致進口切花價格上漲，而且到貨量減少，店家進貨價也變高。

日圓貶值真的有助於花卉出口嗎？

我們從日本財務省貿易統計數據來檢視日圓貶值是否真的促使切花出口量增加。貿易統計當中，切花又分為「生鮮切花」和永生花等的「加工品」兩項。2021 年生鮮切花出口額是 11 億日圓，加工品 4 億日圓。另外還有樹木、盆栽等 69 億日圓。



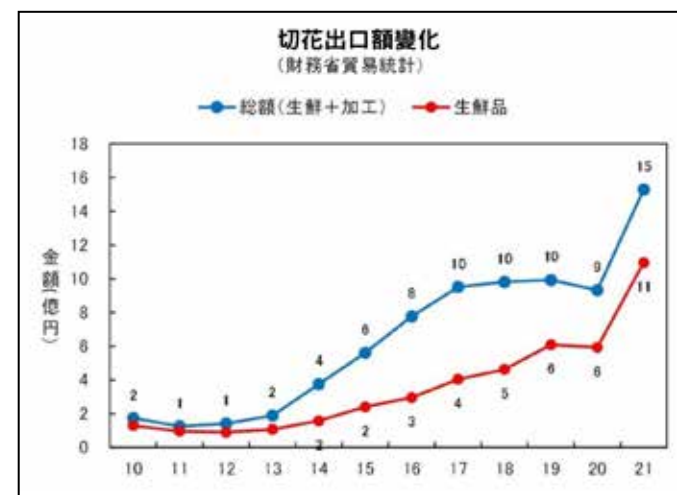
以下只針對生鮮切花（包含切枝、切葉）項目進行檢視。生鮮切花出口在 2020 年因為新冠疫情而呈現停滯，但 2021 年又急劇回升。

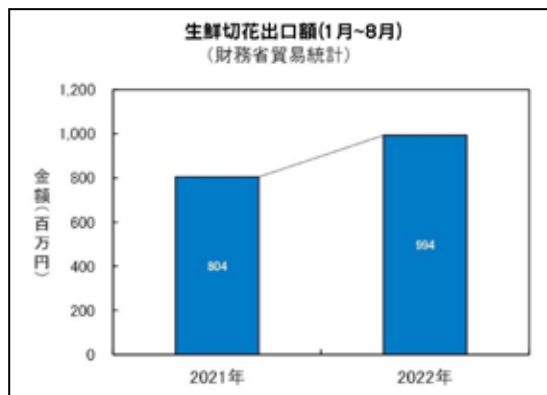
其原因是，到 2019 年為止，美國一直是日本切花出口的主要對象國，但是新冠疫情發生後對美出口量卻嚴重減少。

2021 年雖然有恢復傾向，但並沒有回到 2019 年水準。然而中國不但沒受新冠疫情影響，而且從 2019 年起急起直追美國。2020 年起超越美國，成為日本切花出口第一位的國家。2021 年生鮮切花出口量增加就是因為對中國出口額急速增加之故。

那麼，今年 2022 年的出口情況又如何？

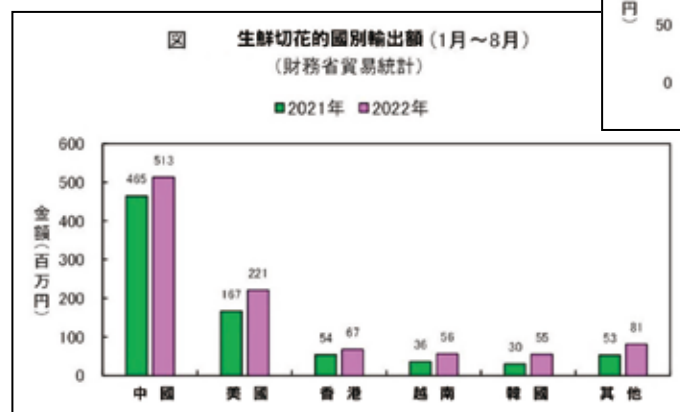
根據 1～8 月的統計，生鮮切花出口仍持續成長。21 年（1～8 月）是 8.0 億日圓，22 年增加到 9.9 億日圓（同月份），增加了 24%。



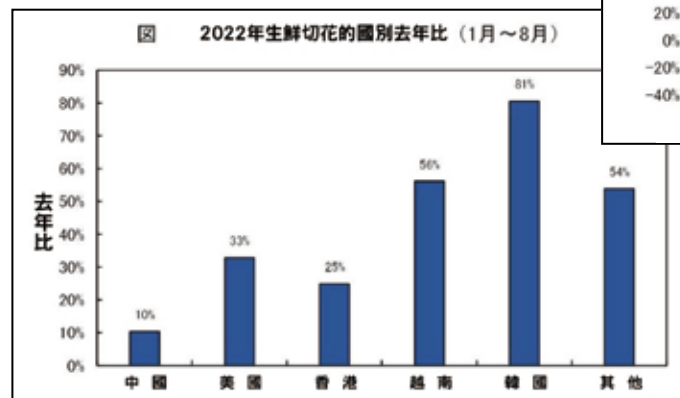


輸出對象國情況如何？

出口額前幾名的國家全都大幅增加。

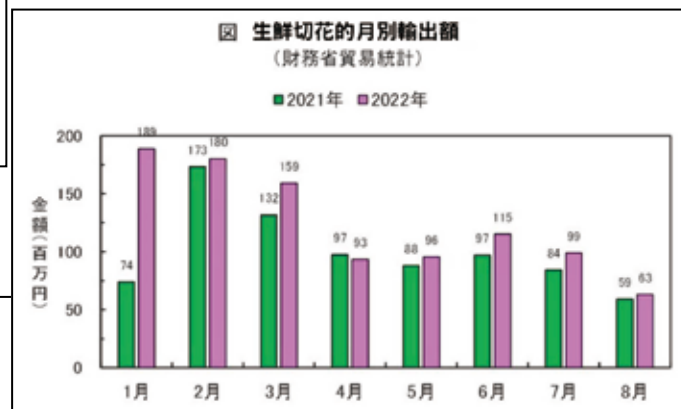


出口額第一位的中國由於2019年~21年急劇增加，基期較高，因此22年只增加了10%。受疫情影響而停滯的美國增加33%，回到疫情前水準。越南增加56%，似乎有超越第三名香港的氣勢。對韓國出口量也增加。

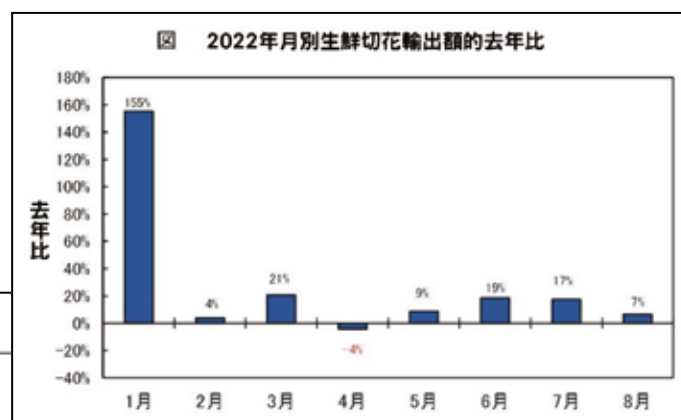


那麼，到底日圓貶值有沒有促進切花出口的效果？

檢視2021、2022年1~8月每月出口額，除了4月以外，2022年每個月出口額都超過2021年。



22年1月還比前一年增加了155%，但那是因為21年1月出口額太少，並不是22年1月出口額特別激增，2月就降到只增加4%。

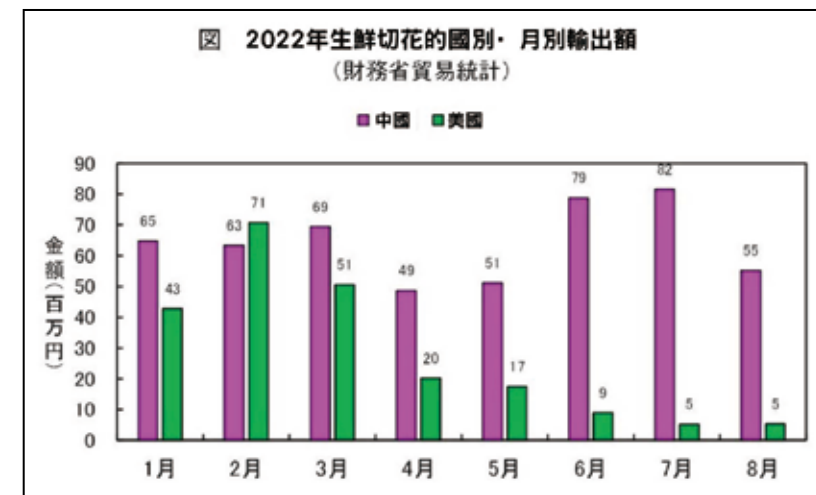


日圓從3月開始貶值。6月時1美元兌139日圓，跌到二十四年新低，引起熱議，10月20日更跌到三十二年不見的150日圓。5月之後，每個月出口額都超越前一年

同期，然而是否來自日圓貶值的效果難以判定。

至少日圓貶值沒有帶來負面效果。要等到9月之後的貿易統計數字出來才會曉得真相如何。

出口額前兩大的中國和美國就占了日本生鮮切花出口額的80%。



根據兩國2022年1~8月份別出口額，可以看出日本生鮮切花出口的特徵和問題點所在。

出口額最多的中國每個月出口額都很平均。可是第二名的美國在二月西洋情人節達到高峰後，出口額就隨著氣溫升高而逐漸減少。從這裏可以看出日本對兩國出口的品項並不相同。

出口到中國的切花以馬醉木、日本吊鐘樹(Enkianthus perulatus)等切枝類為主，全年都可出貨。從新綠到紅葉，各種形態都可使用。而且切枝類比起草花更耐得住高溫期的運輸路程，因此夏季出口量也不會減少。

出口到美國的則是香豌豆、洋桔梗、嘉蘭、陸蓮花、飛燕草等西洋草花類。尤其香豌豆最受歡迎，12月~3月的出貨時期洋

桔梗等也會同時熱銷，可是一旦香豌豆產季結束，買氣就轉趨低迷。而且高溫期長時間運輸是草花類出口有待克服的瓶頸。

中國距離日本很近，是人口14億的巨大市場。不只是花卉，兩國間在整體經濟方面是不得不互相依存的关系。然而，和中國建立長久持續的關係具有很大的風險。中

國會永遠向日本採購馬醉木和日本吊鐘樹嗎？政治上的混亂可能波及出口，日本能夠持續穩定供給嗎？有什麼可以取代的品項嗎？情況總是不停的改變。

對於已經習慣衰退的花卉產業來說，生鮮切花出口成績良

好是充滿希望的話題，應該可以持續成長，而日圓貶值可以成為一個正向的因素。

然而，切花出口不可能光靠日圓貶值就可以增加，只靠匯率行情或景氣大好也無法擴大切花出口。首先當然是要有全世界都認可的切花品質、獨特性、原創性、耐得住長時間運輸的切花品質，還有腳踏實地的行銷工作。

不管是國內或海外，不努力行銷就不會有成長，這方面要靠批發商和中盤商等負責出口業務的業者的努力和熱誠，出口切花考驗的是日本花卉產業的綜合能力。

本篇圖片來源：<https://ameblo.jp/awaji-u/entry-12771864738.html>

異業結合的精彩火花

鮮花 × 食品！視覺與味覺的雙重享受

日期：2022/11/4

資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

著眼於異業結合的加乘效果，愈來愈多花卉和食品業合作促銷。在日本有調味料公司和全國花店合作發送調味料新品，也有日本新潟縣地方特產酒搭配當地栽培的百合花一起銷售，屬於地區性異業合作的例子。餐桌擺放鮮花立刻增添豪華感，同時也提升食品的形象，這就是食品業者和花卉業合作的目的。花卉產地和花店業者也期待藉此提高鮮花購買率。

日本埼玉縣——
非洲菊 × 調味料

「花之國日本協議會」和「味之素」公司在埼玉縣JR大宮車站內舉辦了非洲

菊和西式調味料新品「BistroDo」的促銷活動。以「#花與Bistro與我」為主題，向在場民眾發送一枝非洲菊加一包「BistroDo」。希望收到的民眾回家吃「BistroDo」調味的西式餐點還有鮮花為伴，為日常餐桌營造儀式感。

活動現場聚集大批路過的民眾，尤以女

性為主。攤位牆上貼滿一枝枝非洲菊，民眾任選一枝喜歡的非洲菊，取下後就會看到一句為煮飯加油的話語並附有非洲菊花語。現場民眾都大讚「好可愛！」

「味之素」的負責人表示，「希望大家把帶回去的鮮花擺飾在餐桌上，享受一頓氣氛優雅的西式料理。」



「BistroDo」活動海報



JR大宮車站「BistroDo」的促銷活動

本頁圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000111196.html>

活動使用的非洲菊來自靜岡縣「Topia濱松農協」。農協負責人帶著期待表示，「第一次有其他業種注意到我們。希望這次活動能引起大眾對非洲菊的興趣。」

全國370家花店也會同步販售以非洲菊為主角的「Bistro花束」，購買此花束的客人可免費拿到「BistroDo」調味料。

日本新潟——百合 × 日本酒

新潟縣津南町的「津南釀造」推出可同時享受百合和日本酒的「雪美人禮盒組」，已經開始接受下一季的預約。對於這個市場上首見一邊欣賞百合一邊品嚐日本酒的企劃，津南町百合切花合作社給予全面協助。三枝百合加上特別純米酒一瓶（720毫升）組成禮盒，現在預訂，明年六月起將陸續寄

送出去。

津南町是日本數一數二的百合產地，其百合的特點是份量感十足，觀賞期又長。搭配的日本酒經過雪中貯藏，口味清爽順口具透明感。

以雪景為意象的津南百合品牌「雪美人」，同時也是這款特別純米酒的名



稱。在正式發售之前，九月下旬曾舉辦過預購，消費者對於百合加日本酒的組合反應良好。

「津南釀造」董事栗原里奈表示，「可以同時享受兩種『雪美人』的魅力，很適合在特別的日子當作禮物。」目標是賣出一千組。這組禮盒在該公司的網路商店銷售，價格是6,190日圓（不含稅），今年底前預約可享七五折優惠。

津南町百合切花合作社社長大口貴裕對此深表期待，「希望這次和日本酒搭配能夠擴大通路，讓日本全國都知道我們的百合。」



「雪美人禮盒組」

本頁圖片來源：<https://tsunan-sake.stores.jp/items/631ae9fe4ba8b418e37eacd1>

花卉生產者該如何因應銷售管道的多樣化？

日期：2022/11/6

資料來源：宇田明の「もう少しだけ言います」
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

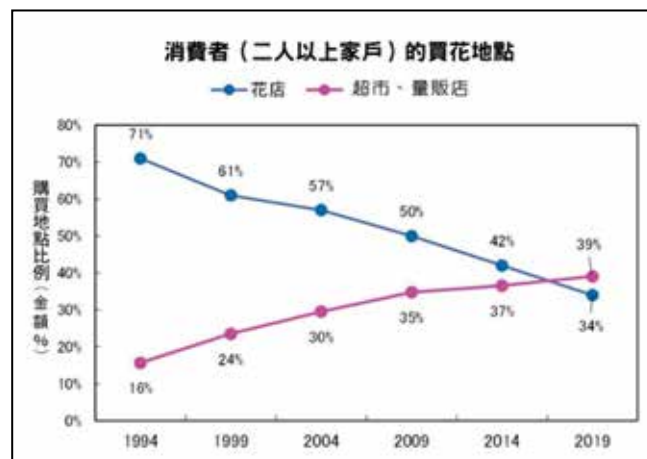
在日本，越來越多其他業種加入鮮花零售的行列，花店已經走向多樣化，隨之而來的銷售方式也變得多樣化。對生產者而言，花卉銷售點和客戶也變得多樣化。

一直以來，花卉商品大致分類為花店業務用和送禮用，以及超市、量販店的家用花卉。隨著其他業種加入賣花行列，家用花卉也出現了各式各樣的銷售方式，而且超市、量販店不再只賣簡單的現成花束，逐漸升級到也賣花藝商品、花禮等以往專屬於花店的商品。隨著銷售方式多樣化，市場需要的切花品質和規格也趨向多樣化。然而生產者卻漠視現實，仍舊執著於生產符合評鑑會品質、講究份量感的切花。

這次要討論的主題就是「生產者如何因應花店多樣化？」

首先來看花店多樣化的具體情況。

消費者都在哪裡買花？



根據日本總務省每五年一次的「日本國家計構造實態調查」，2019年消費者（二人以上家戶）的買花地點主要在超市、量販店 39% 和花店 34%（以金額計算）。從

1994年此項調查開始，占比較高的花店便持續下滑，超市和量販店則往上增加。終於在 2019 年呈現逆轉態勢，超市和量販店的比例超越了花店。除了花店、超市和量販店之外的鮮花零售點占比為 26%，其中包括：百貨公司 2.0%、網路 1.2%、其他 22.4%。

異業結合



網路商店和其他業種也都加入了鮮花銷售。其他業種如：UNIQLO、無印良品、BOOKOFF...還有配送型訂閱制（鮮花定期配），以及自動販賣機。UNIQLO 已經在店門口賣起鮮花，下一步就是線上銷售。

其他業種的加入並沒有搶走原先花店的客人，而是開拓了以往與花無緣的新客層。對消費者而言，買花的機會比以前增加，尤其那些不敢走進花店的年輕世代，現在要買花變得容易多了，配送型訂閱制（鮮花定期配）可以說是買花者的入門選擇，據說八成訂購的客人都是人生第一次購買鮮花。

同樣的，UNIQLO 門口也是很好的入門

選擇。一束鮮花 390 日圓，三束 990 日圓，完全符合 UNIQLO 定價風格。現有的花卉業界老是認為自己在縮小、衰退，但在其他業種眼中，鮮花零售是充滿魅力的行業。



每週送到家用信箱的「配送型訂閱制（鮮花定期配）」是花卉新手們的購花入門選擇，其切花的長度為 25 公分的超迷你尺寸

「任人宰割」的經營方式

花店一旦走向多樣化，其所需要的鮮花品質、規格和份量也都各有不同。然而花卉生產者卻無視這一切，對於鮮花的品質、規格還是只執著於評鑑會要求的份量感，因為生產者一直以來都是這樣過來的。所有人都以評鑑會的金獎為目標，但是很遺憾，有人會得銀獎，有人得銅獎、努力獎，也有人無法入選。雖然大家都想要種出「秀 2 L」等級的花卉，可是偏偏種出來的有「優品」「良品」，也有 M 和 S 規格。這些全部都出貨到花卉拍賣市場，然後各業態的花店業者依照自己需要的品質、規格，按照市場趨勢出個價買回去。

這就是生產者「任人宰割」的經營方式，送到市場的切花任憑買家處置。雖然從某個角度來說很清高，但這種生產方式，生產成本當然很高，花費和「秀 2 L」等級同樣的成本和精力，結果種出優品、M 或 S 級，當然會賠錢。

隨著銷售方式多樣化，對於小規格切花的需求日益增加。生產者老是抱怨「不能自己定價（所以經營困難）」，其實是因為自

己選擇了「任人宰割」的經營方式。在花卉市場要生存下去就必須採用可以自己定價的議價交易方式，因此，如果銷售目標的花店業者想要的品質和規格是 M、S，生產者就必須以 M、S 等級為生產目標。

花卉生產者給自己的商品定價時，對於新上市、價值尚未確立的草花等，有時會定出 10 公分 10 日圓之類的價格，長 60 公分的切花就賣 60 日圓。可是這種銷售方式，小枝的切花就只能賣得便宜的價錢。

各種品質和規格不分貴賤

生產、流通、零售業者都應該改變想法，只要符合花店業者需要的規格（包括脫葉、數量、交貨期）就算是高品質才對，然後大家在這個基礎上來談價格。切花交易不是評鑑會，各種品質和規格不應該有貴賤之分。對配送型鮮花訂閱制的業者來說，給他們「秀 2 L」等級的鮮花根本是對牛彈琴；給婚禮業者「優品」等級的花則派不上用場。婚禮用花沒有比較高貴，拜拜花也沒有比較卑微，只要在花店業者想要的時間提供品質、規格符合要求的切花就是高品質、高貴的花。錯誤的自尊心導致生產者無法即時因應消費變化。

今後 M、S 規格的需求將會不斷增加，切花規格會趨向小型化，花卉生產者或出貨組織應該找出自己擅長的生產位置，又或者，規模較大的生產者和出貨組織可以設法給 M、S 和優品加上其他附加價值後予以商品化，拓展銷售商機。

花店多樣化除了帶來切花品質、規格的多樣化之外，切花的品項、種類也會隨之多樣化，西洋薺菜（*Thlaspi arvense*）大受歡迎就是一例。



西洋薺菜（*Thlaspi arvense*），對農村的人來說是隨處可見的野草，但卻在都會區大受歡迎，人氣從都會區紅回了農村。

本篇圖片來源：<https://ameblo.jp/awaji-u/entry-12773035198.html>

切花出貨前，到底該留多少葉子？

日期：2022/10/23

資料來源：宇田明の「もう少しだけ言います」
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

從提高作業效率和減少生鮮垃圾處理費用的角度，量販店和花束加工業者一直希望產地先幫切花脫葉，現在也有愈來愈多花店希望先脫葉。連花店業者都希望去除更多葉片後再出貨，為何生產者遲遲沒有採取行動？為何產銷雙方無法達成共識？

可能的理由包括：

- ① 零售方的理論是切花上附著的東西全都屬於買下切花的花店業者所有

從前花卉產業規模很小，當時只有花店在賣花，花店業者時間和精力都很充裕，即使整枝切花從上到下長滿葉子，他們還有餘力根據切花用途把花莖剪短，把不要的葉子一一去掉。

當時大家都認同每一枚葉子都是花店業者的，生產者不能隨便去掉。但現在花店業者都在抱怨要自己脫葉。

- ② 若要給切花脫葉必須改良選花機功能，這是生產方的問題

輪菊、多花菊之所以能夠擴大到如今的生產規模，全都是重量選花機普及的結果，選花、選別、分束捆綁自動完成，節省了大量人力。

採收下來的切花放入選花機內，機器會自動按照設定的長度截斷花莖，將花莖下方二十公分進行脫葉，再按照各級規格的重量分類，每十枝綁成一束。

雖然選花機價格高達 1,000 萬日圓，但真的很厲害。脫葉二十公分是選花機的標準模式，若要除去更多葉片必須再改良機器，因此生產者無法輕易做到零售業者的要求。選花機的好處雖然極大，但同時也限制了輪菊、多花菊的發展。

在農研機構花卉研究所的主導之下，可以調整脫葉量和花莖長度的改良型選花機已經完成。



- ③ 改變現狀需要很大的力量

輪菊、多花菊很多都是採取農協共選共銷方式，要是整體會員沒有達成共識，切花規格和脫葉程度就無法改變。

相反的，零售方都是各做各的，從大型量販店、花束加工業者到家族經營的花店等，業態眾多。有的花店要脫葉，有的花店又不要脫葉，意見並沒有統一。

市場業者只能把個別零售業者的抱怨或要求傳達給生產者，市場沒有足夠的力量來整合生產、銷售業者。

- ④ 脫葉費用由誰負擔？

每次要開始推動新的事情都會遇到這個問題。執行脫葉程序會產生費用。要由生產方負擔還是零售方負擔？還是兩者共同負擔呢？遇到這個問題就會卡住。

與其細數脫葉遲遲沒有進展的問題點，不如想想脫葉對產地有何好處！

- ① 物流會更有效率

日本農業新聞選出的花卉新趨勢，2022 年關鍵字第一名就是「物流效率化」。花卉產業若要繼續存活下去，這是逃避不了的問題。

可以直接提高物流效率的方法就是除去更多的葉子讓出貨箱變輕。明知那些多餘的莖、葉都會變成垃圾還要讓運輸業者載來載去，根本是故意妨害物流。



出貨箱變輕了，也因為箱內的空間變大，減少悶熱，進冷藏庫時的降溫速度也變快。

脫葉後的輪菊，留下頂端以下的 30~40 公分，其餘的葉子都去除。

- ② 重量減輕對工作人員有益

除去更多葉子後出貨箱變輕，不只運輸業者受惠，連生產者、市場人員、花店店員等大家的負擔都會減輕，尤其花束加工場和花店工作人員以女性為主，太重的出貨箱對腰不好。

- ③ 減少切花染病、長黴

一堆葉子塞在箱子裏，運輸過程容易因為悶熱而產生病害或發黴，若除去多餘的葉子，出貨箱不再擁擠，也就不易發生悶熱的情況。

- ④ 提高冷藏效率

脫葉後出貨箱空間變得寬鬆，運到市場和花店放入冷藏庫時冷空氣容易通過，可以在短時間內讓切花降溫。

可是現況卻是，明知道多餘的莖、葉都會變成生鮮垃圾被扔掉，還要花錢先冷藏起來，真是大型浪費。

- ⑤ 維持健康的作業環境

在花店的狹小空間進行脫葉時，附著在葉片表面的各種物質都會四處飛散，導致作業環境惡化。

尤其菊花葉片上的毛會飄散的很厲害，現場一定要有換氣扇或空氣清淨



花束加工場內使用脫葉機的作業情形。菊花葉片上的毛四處飛散。

機。（生產方作業時也一樣）

- ⑥ 減少丟棄生鮮垃圾的費用

零售業者去除下來的切花莖葉都會變成生鮮垃圾，在都會地區要丟棄莖葉垃圾，每公斤要花 20 ~ 30 日圓。量販、花束加工業者每年花費數百萬日圓來丟棄脫葉下來的莖葉。



花束加工場的切花莖葉生鮮垃圾，每公斤要花 20 ~ 30 日圓處理。

剩下三個問題待解決：

- ① 有的花店還是希望保留整枝切花的葉子

如果脫葉處理變成市場標準規格，那麼上述花店只要向市場下訂「未經脫葉」的商品即可。由於農協共選方式比較沒有彈性，可以找個人出貨的生產者訂貨。

- ② 選花機需要改良

菊花出貨絕對少不了選花機，而改良版選花機已經製造完成。希望國家補助各個生產者選花機改良費用。

- ③ 脫葉費用由誰負擔

脫葉後零售方可以減少丟棄生鮮垃圾的費用，而且工作人員作業時間會縮短。以此為基礎，關於脫葉費用應由生產、流通、零售三方進行協商，取得共識。居中協調是市場應該扮演的角色。為了改革物流情況，現在正是大型市場下決心支持脫葉的時機。

本篇圖片來源：<https://ameblo.jp/awaji-u/entry-12770772708.html>

實踐 SDGs 永續目標 同時回應顧客的需求

蝴蝶蘭花禮回收服務

日期：2022/10/2

資料來源：PR TIME 花弘株式會社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本蝴蝶蘭業者「花弘」公司從十一月一日起開始販售附帶免費回收服務（花謝後）的蝴蝶蘭＜reRan＞。許多人收到蝴蝶蘭都感覺負擔很重，因為花謝後還要設法處理花盆，業界也討論過是否該給予支援。近年環保意識抬頭，為了朝向永續的未來邁進，因此推出可以實踐 SDGs 永續目標的蝴蝶蘭商品＜reRan＞，購買＜reRan＞就可以享有免費回收服務。

＜reRan＞的免費回收服務如何執行？

收到的蝴蝶蘭花禮在觀賞期過後，只要在每月一日或十五日，經由電話或網路告知需要回收服務，工作人員便會免費到府收回。＜reRan＞的原創標籤上都印有回收 QR CODE，公司行號的員工也可以利用 QR CODE 輕鬆完成回收預約。收回來的花器、鐵絲、水苔、保麗龍經過仔細清洗、消毒之後，變乾淨的花器和鐵絲等將再被使用，做成新的＜reRan＞蝴蝶蘭。藉由重覆使用花器、鐵絲、水苔、保麗龍，可以確實做到節省資源和減少二氧化碳的產生。



回收後的蝴蝶蘭



＜reRan＞的原創標籤



收回來的花器、鐵絲、水苔、保麗龍經過仔細清洗、消毒之後，再做成新的＜reRan＞蝴蝶蘭



蝴蝶蘭的回收服務之所以命名為＜reRan＞是因為：

- ・「Reduce」減少使用的資源和製造的垃圾量。
- ・「Reuse」重覆使用物資。
- ・「Recycle」把用過的東西當作資源再度利用。

以上三個字的字頭“re”加上蝴蝶蘭的“ran”就組合成了＜reRan＞這個名稱。

邁向 SDGs 永續目標, 為社會做出貢獻…契機來自客人的聲音

一直以來都有很多客人反應「可不可以來回收人家送的蝴蝶蘭」，由於蝴蝶蘭凋謝後的花器和鐵絲等屬於產業廢棄物，難以處理，因此之前無法答應客人。為了突破「蝴蝶蘭配送出去就不關我的事」的窘況，「花

弘」公司和長期配合的蝴蝶蘭主要生產者「Kinu Nursery」（日本栃木縣宇都宮市）商談之後，「Kinu Nursery」對於這項永續服務深表贊同，欣然允諾會重覆利用回收的資材。

因為重視客人和生產者的聲音，才誕生了＜reRan＞這項服務。具有永續性的花禮

＜reRan＞不但減少「收禮者的負擔」，也一併送上「送禮者對環境的考量」。



本篇圖片來源：<https://prt看times.jp/main/html/rd/p/0000000007.000056664.html>

2023 園藝趨勢一個性化

日期：2022/11/17
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



在疫情剛開始時，園藝活動大受歡迎，許多人比以往花費更多的時間在園藝上，人們用來打發時間並重新整理佈置花園或陽台。2023 年的園藝趨勢將在戶外空間增添更多個性化的佈置。

Monrovia 的市場行銷經理 Katie Tamony 說：「戶外空間的個性化可以採用特定的設計屬性，除此之外，還有更多的可能性。我們的研究指出，園藝提供獨特的連結，例如與環境有關—有利於蜜蜂和鳥類等授粉者。對於一些人來說，它創造一個既實用又美麗的空間，讓他們與家人和朋友連結，某些人則認為這是一個靜僻的角落，可以在此放鬆身心。」

以下是 2023 年的園藝流行趨勢，我們相信將如雨後春筍般到處萌芽。

創造不凡的綠洲

這股風潮是創造一個鼓舞人心的空間，讓您在任何一天都能放鬆身心，就像在後院度假的感覺，這一波疫情讓許多人走到自家院子享受戶外空間，他們願意投資更好的戶

外家具、水景、戶外廚房和焚火台，在一整天的工作或活動後，創造屬於自己的綠洲。

北歐極簡主義

丹麥式的“hygge”概念，意思是在您的環境中，尋找或創造一種安全感和舒適感，模仿了像是樹林裡的感覺，花朵和植物輕輕巧妙地爬上石頭和其他景觀元素。這種如夢似幻的氛圍，將磚塊、石頭、質樸的容器、針葉樹和大膽的色彩結合在一起，並在深色土壤和綠色樹葉的映襯下更加突出。

耐旱植物

由於整個北美地區遭遇乾旱，節約用水不僅僅是環保人士的話題，它已成為許多居民和社區的頭等大事，園丁雖然願意採購耐旱植物，但他們擔心會因此犧牲美觀，越來越多的花農嘗試栽培各種耐旱植物，這些植物保有自然的美感，同時減少了耗水量，市場上相當常見。

本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9479096/gardening-trends-for-2023-are-about-personalization/>

日本花卉市場預測：2022 年 12 月

日期：2022/11/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

東京切花（大田花卉）

日本國內生產方面，雖然受到夏季多雲天氣和酷暑的影響，但全國性的自然災害不多，年底時生長狀況順利的產品很多。雖然會受到之前的天氣影響，但可以期待穩定的流通量。在人口老化的趨勢下，新冠疫情加劇了勞動力短缺的情況，在節日集中出貨的能力有限以及進口產品的數量難以預測的情況之下，更是要求物流面的效率化。

人員流動日趨活躍，10 月時婚慶及裝飾的需求旺盛。除了零售業的成長，對禮品和其他工作的需求也在增加。

大菊 愛知、福岡、沖繩、靜岡等。白色以「神馬」、「精興之誠」、「雪姬」為主；有色的以「精興光玉」、「精興光明」、「新世黃」、「精興之秋」、「太陽之燈」、「美吉野」、「秀之極」等為主。針對年末的需求，產量與往年相同，生長情況順利。

多花菊 愛知、栃木、鹿兒島、沖繩、馬來西亞、越南等。日本國產的栽種量與往年相同，到貨穩定。進口貨有延遲的疑慮，但到貨量預計比去年多。

小菊 沖繩等。沒有颱風等自然災害，生長情況良好。栽種量與往年相同，到貨穩定。

玫瑰 愛知、靜岡、群馬、栃木、茨城、滋賀、山形、進口等。日本國產方面，上級品的比例慢慢變較多，但受重油價格的影響，年末時的到貨量預計和往年相同。進口貨方

面，印度產的又開始出貨，但衣索比亞產的量減少，在交易面還是有不確定的因素。

康乃馨類 愛知、靜岡、茨城、千葉、栃木、香川、福岡、長崎、進口等。暖地整體已經出齊，到貨量穩定；進口方面，中國產有增加的傾向。

HB 百合 新潟、高知、宮崎、千葉等。因球根生長不良的關係，過年後卡薩布蘭卡（Casa Blanca）的產量會大幅減少，但年末這段時間的栽種量與往年相同，到貨會穩定。

鐵砲百合 高知、千葉、鹿兒島等。因球根生長不良，各產地減產，有缺貨傾向。

洋桔梗 熊本、愛知、靜岡、高知、長崎、大分、台灣等。各產地的生長大致良好，但數量不多。台灣產的因成本高、物流的不穩定，數量會比往年少。

星辰花 山形、千葉等。栽種量恢復到跟往年一樣，預計到貨穩定。

大阪切花（NANIWA 花市場）

大菊 各產地的生長情況良好，但近年有很多產地轉作除蕊大菊等品項，所以預計流通量會比去年稍微減少。

多花菊 日本國內各產地的栽種量稍微減少，但貿易商努力在確保 12 月需求期的航班，所以供給量預計可以跟往年一樣。年末商品的特殊品系也預計會有跟去年一樣的流通量。

小菊 以沖繩產為主。今年沒有受颱風影響，

生長狀況良好，到貨量預計和往年相同。

玫瑰 各產地的到貨以上級品為主，但重油價格比預想得還高，所以影響了加溫，預計各產地的到貨量會稍微減少。進口貨方面，受匯率影響，到貨量會比往年稍微減少。

康乃馨 高冷地的出貨已經結束，到貨以西南暖地為主，今年 ST、SP 的栽種都以短莖的比例為高，預計以 50 公分等級的到貨為主。進口方面受匯率影響，到貨量會比往年稍微減少。

鐵砲百合 以高知、鹿兒島為中心出貨，但因栽種量減少，到貨量會比去年少。

LA 百合 雖然有一些埼玉、高知的產地減產，但下旬預計還是可以有一定程度充裕的到貨數量。

洋桔梗 愛知、靜岡、高知等到貨陸續增加。進口方面，運費高，到貨不穩定，預計上旬開始出貨。

星辰花 以和歌山為主，紫色系的年末商品預計到貨充裕。

西日本切花（名港 FB）

大菊 愛知、沖繩等。作為主要產地的愛知的栽種量比去年稍微減少，定植順利，今後如果沒有天氣災害，預計年末的出貨能順利。12 月的白菊以「神馬」、「精興之誠」為主，黃菊以「精興光明」、「精興光彩」、「新世黃」等為主要到貨品項。迎春裝飾用的除蕊大菊品種每年的需求量都很大，產地已投入生產，產量增加中，12 月中下旬開始交易會增強。

多花菊 到貨來自愛知、沖繩、鹿兒島、馬來西亞、越南、中國。日本國內產地的品種轉換期雖然有稍微延遲，但 11 月之後就可

以出到預定的量，年底的供給量預計和往年相同，但進口貨的主要供給地馬來西亞因為運輸成本加上大幅度匯率變動的影響，很有可能會漲價。如果從空運改成海運會出現保鮮方面的疑慮，因此對日本國產的需求可能會提高。

小菊 到貨以沖繩為主。今年沒有颱風等天氣災害，生長順利。栽種量跟去年一樣，顏色的分配是配合需求來規劃的，黃色的稍微比較多。中旬以後的交易會變強。

玫瑰 到貨來自愛知、三重、岐阜、肯亞、衣索比亞、厄瓜多等。12 月有聖誕節，紅色為主的交易會增強。日本國內產地受生產成本上升所苦，但對品質的要求高，市場評價穩定。預計會有包含進口貨的廣泛需求。

康乃馨 到貨來自愛知、哥倫比亞、中國、厄瓜多等。因為氣溫提早下降，影響到愛知秋天的出貨量，但 11 月之後就會恢復。12 月的長度和品質預計都是良好的。進口方面，中國產的數量穩定，但哥倫比亞產的因受匯率的影響，價格談不攏的情況還在持續，數量預計會稍微減少。

HB 百合 到貨預計來自高知、宮崎、埼玉等。預計 12 月出貨的品項定植順利，之後的生長情況也良好。

鐵砲百合 到貨來自高知、鹿兒島、岐阜。12 月的到貨以「日之本」為主，但受到球根產地減產的影響，各地的栽種量也減少。雖然預計在年末出貨的數量預計可以跟去年一樣多，但因為球根尺寸縮小而導致的影響令人擔心。

洋桔梗 到貨來自愛知、高知、熊本、三重等。因為定植時氣溫較高，初期的品項的量感不足，但這個現象會隨著天氣變冷而消退。12 月出貨的品質穩定。

星辰花 到貨以和歌山為主。栽種面積和去年相同。今年度產的因花苗的到貨延遲而導致定值也比較晚，但後來因為沒有颱風等災害，所以生長情況穩定。受惠於天氣因素，花況較佳，12 月出貨的預計會以上級品為主，以紫色為主的交易會在下旬時增強。

宿根滿天星 到貨來自和歌山、高知、熊本。各地的栽種面積有稍微減少。定植之後 9 月時的氣溫較高，所以生長進度有稍微提前。今後天氣開始變冷，品質和數量也會穩定下來。12 月的供給預計和去年一樣。

北海道切花（札幌花卉園藝）

輪菊 以愛知、靜岡、沖繩為主。11 月中旬開始品種轉為秋季品項，年末的需求預計會在 12 月中旬開始增加。

小菊 沖繩為主。生長順利，顏色均衡。12 月上旬開始到貨增加。

多花菊 沖繩、鹿兒島、愛知、靜岡、栃木、進口。日本國產的栽種狀況大致和去年一樣。年末需求的生長情況順利。進口品的到貨量與去年相同，但跟其他品項一樣都受匯率影響，到貨量目前為止還很難預測。

玫瑰 愛知、群馬、進口等。上級品的到貨量漸漸增加，但現在還很難預測受到夏天高溫影響而減少的出貨量可以恢復到甚麼程度。針對年末需求的進口品數量增加，但考慮到物流和匯率的影響，到貨量目前為止還很難預測。

康乃馨 愛知、長崎、千葉、靜岡、進口等。日本國產的數量因品項不同而有增減，但整體的出貨量是增加的。長度會增長，品質也會變好。進口品受匯率影響，到貨量很難預測。

滿天星 熊本為主。11 月中旬起出貨量增加，年末需求期時的到貨穩定。

洋桔梗 熊本、靜岡、千葉、愛知、佐賀、台灣等。生長狀況大致穩定。台灣產的預計 12 月到貨，但受日圓貶值和高成本的影響，銷售狀況可能會較嚴苛。

鐵砲百合 鹿兒島、高知、宮崎、岐阜。跟去年一樣，因長期降雨的影響，球根的品質不佳，預計到貨量會減少。

蝴蝶蘭・文心蘭 日本國產方面，生產面積減少，到貨量可能不多。進口方面，到貨量預計和往年相同，但受匯率影響，還有變數。

大花蕙蘭 德島為主。跟往年比起來，生長速度較慢，但針對年末需求的到貨量預計是足夠的。

東京盆栽（FAJ）

大花蕙蘭由於運輸成本等生產成本不斷上漲，因此不得不提高訂購價格，根據店舖的不同，可能需要重新審視售價。

由於疫情，人們重視起了植物上的消費，產業在過去幾年中受益，但現在似乎要結束了。各地恢復了面對面的商務會議，人與人之間的直接互動已經恢復，我們正在逐漸恢復到疫情前的狀態。期望能通過因疫情而起的電商購物，以及希望在不久的將來可以舉辦的貿易展覽會，來克服這一不利因素。

名古屋盆栽（豐明花卉）

對於 12 月銷售情況的展望，市場擔心隨著疫情限制的放寬，個人消費的園藝需求會明顯下降。但每家店都在努力維持因疫情而增加的園藝消費人口，希望園藝消費的下降不會超過預期。

出貨量方面，由於生產調節，預計 12 月花苗和花盆都將小幅減少，尤其是大花蕙蘭，近年減產嚴重，缺貨的疑慮很大。

日本花市十一月份行情

本會網站備有詳細每日行情表，歡迎來電詢問 04-2265-4077

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

(資料來源：日本農業新聞2022年11月1日~11月30日)

2022 11月	地區	東京 (大田花市)		大阪 (Naniwa)		札幌 (札幌花卉)	
	產地	日本	進口	日本	進口	日本	進口
文心蘭	枝數	18,540	160,955	28,284	148,000	160	32,380
	均價	¥191	¥115	¥161	¥108	¥209	¥139
	高價	¥531		¥719		¥293	
	中價	¥138		¥174		¥145	
蝴蝶蘭	枝數	14,280	36,017	8,924	37,936	1,666	10,341
	均價	¥595	¥614	¥759	¥658	¥542	¥676
	高價	¥1,147		¥1,341		¥963	
	中價	¥672		¥793		¥714	
火鶴	枝數	32,356	66,279	1,879	76,964	116	20,315
	均價	¥157	¥114	¥139	¥113	¥191	¥121
洋桔梗	枝數	720,287	4,160	423,138	5,100	125,501	5,120
	均價	¥191	¥160	¥185	¥89	¥231	¥189
	高價	¥394		¥609		¥410	
	中價	¥211		¥314		¥217	
劍蘭	枝數	217,709	-	67,615	-	217,709	-
	均價	¥88	-	¥89	-	¥152	-
	高價	¥137		¥151		¥196	
	中價	¥96		¥111		¥157	
玫瑰 (單朵)	枝數	1,156,578	511,117	714,596	324,858	112,267	38,035
	均價	¥110	¥72	¥93	¥74	¥121	¥92
玫瑰 (多花)	枝數	420,417	26,750	285,379	45,105	51,635	3,715
	均價	¥138	¥97	¥110	¥88	¥151	¥105
康乃馨 (單朵)	枝數	655,763	1,226,530	423,397	1,010,032	190,462	116,750
	均價	¥53	¥46	¥47	¥46	¥61	¥60
康乃馨 (多花)	枝數	497,910	591,525	286,325	559,877	232,984	80,055
	均價	¥53	¥48	¥51	¥47	¥59	¥60

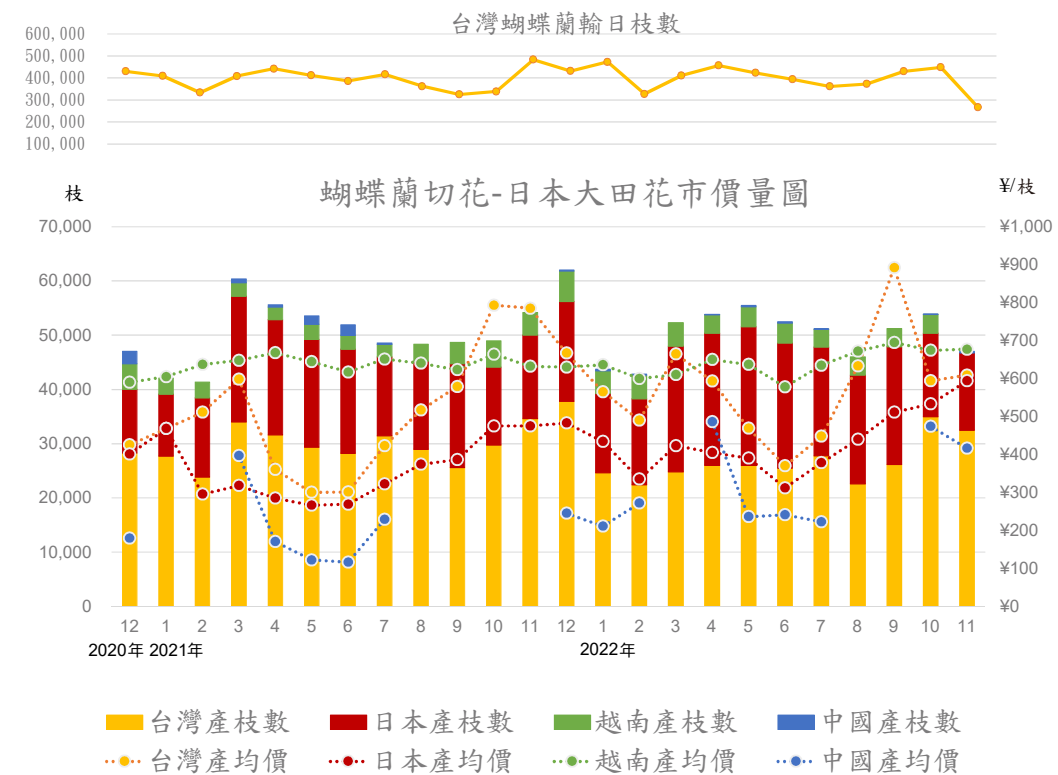
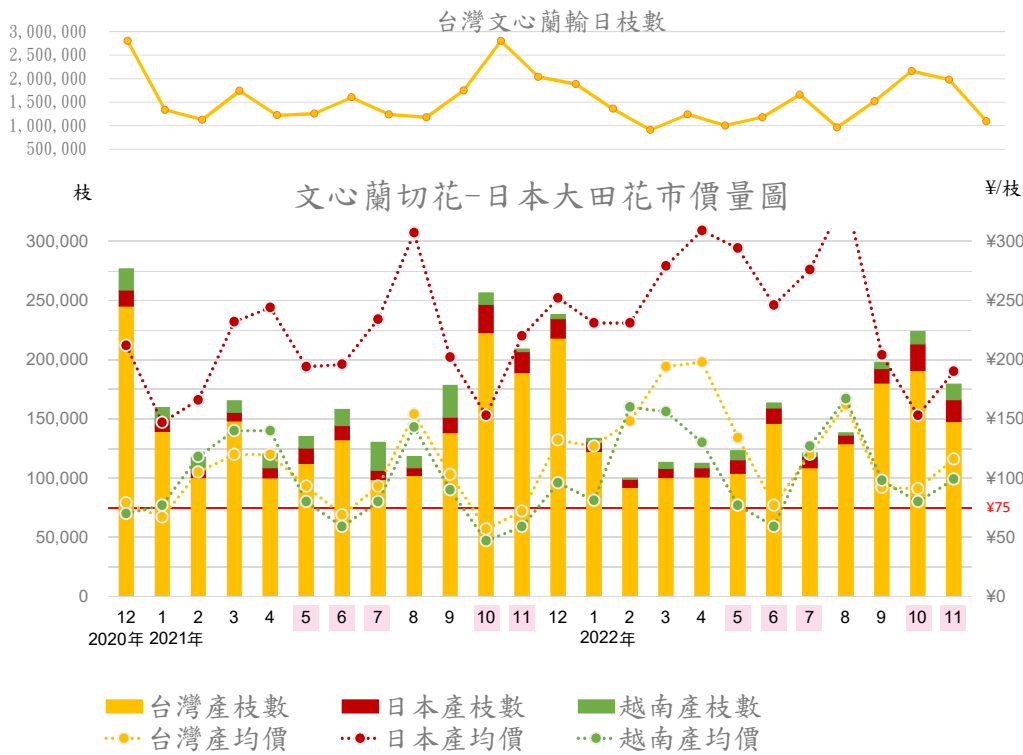
2022 11月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥164	¥124
文心蘭	¥215	¥128
玫瑰(ST)	¥187	¥78
康乃馨	¥75	¥50

2022 11月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	¥2,450	¥1,857
蝴蝶蘭3F(6號)	¥6,238	¥3,462
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥13,154	¥7,808
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2022年11月1日~11月30日)

2022 11月	地區	廣島 (花滿)		名古屋 (名港花市)		仙台 (仙台切花)		福岡 (福岡花市)	
	產地	日本	進口	日本	進口	日本	進口	日本	進口
文心蘭	枝數	50	25,540	1,439	48,090	1,420	22,510	16,470	65,980
	均價	¥210	¥114	¥275	¥115	¥172	¥127	¥128	¥119
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	517	2,725	6,892	15,612	1,726	10,542	5,860	12,011
	均價	¥680	¥649	¥668	¥542	¥695	¥718	¥716	¥670
	高價	¥853							
	中價	¥719							
火鶴	枝數	108	4,843	2,925	36,854	382	3,816	-	30,428
	均價	¥139	¥126	¥165	¥126	¥116	¥111	-	¥122
洋桔梗	枝數	81,808	240	139,261	2,720	52,361	120	250,179	-
	均價	¥147	¥123	¥175	¥86	¥200	¥100	¥159	-
	高價	¥357		¥400		¥385		¥316	
	中價	¥162		¥205		¥203		¥174	
劍蘭	枝數	20,070	-	16,510	-	11,200	-	41,463	-
	均價	¥63	-	¥91	-	¥79	-	¥80	-
	高價	-		¥143		-		¥149	
	中價	-		¥112		-		¥101	
玫瑰 (單朵)	枝數	99,641	4,146	441,648	151,870	84,983	27,386	373,944	32,229
	均價	¥99	¥97	¥87	¥62	¥98	¥60	¥99	¥88
玫瑰 (多花)	枝數	45,237	1,335	111,007	1,550	45,850	-	164,621	4,655
	均價	¥143	¥107	¥113	¥65	¥117	-	¥131	¥106
康乃馨 (單朵)	枝數	45,005	86,365	328,730	289,773	79,785	75,625	83,345	137,067
	均價	¥56	¥52	¥43	¥38	¥64	¥55	¥48	¥62
康乃馨 (多花)	枝數	59,465	114,125	168,050	133,897	117,930	59,550	101,600	65,216
	均價	¥49	¥54	¥47	¥44	¥68	¥61	¥45	¥60

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會



台灣五大花市 花卉交易價量

交易日期：111/11/01 ~ 111/11/30 (農曆：111/10/08 ~ 111/11/07)

資料來源：行政院農業委員會農糧署農產品批發市場交易行情站

彙整：台灣花卉輸出業同業公會

平均價：元 / 把

交易量：把

產品	臺北市場		臺中市場		彰化市場		臺南市場		高雄市場	
	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量	平均價	交易量
FA 康乃馨	65.9	9,106	41.0	2,170	38.1	3,547	58.6	1,373	42.5	2,918
FB 火鶴花	12.0	278,021	11.9	102,619	13.0	114,155	10.9	134,388	13.2	72,774
FC 大菊	116.4	86,384	85.7	28,217	97.1	90,639	101.8	52,488	103.2	57,190
FD 小菊	77.7	138,143	50.3	39,093	66.7	152,020	67.8	103,828	69.1	96,603
FE 非洲菊	77.6	85,563	67.9	28,384	66.1	72,241	69.2	64,675	70.7	66,638
FG 劍蘭	101.5	12,820	59.2	2,115	78.0	13,686	75.6	17,246	78.3	17,273
FH101 天堂鳥	94.3	4,782	58.8	1,233	64.4	2,055	80.9	1,375	80.5	2,086
FH230 夜來香	80.9	4,660	43.4	522	46.0	752	56.2	1,525	50.8	1,490
FH251 秀線	66.8	6,859	40.3	1,290	48.8	7,808	42.5	4,825	45.5	5,175
FH29 向日葵	89.1	11,193	62.0	4,039	73.8	8,134	76.1	5,455	73.9	7,594
FH330 雞冠花	91.4	14,352	55.9	3,876	63.7	10,478	59.8	9,755	60.6	7,881
FH381 麒麟草	82.2	20,529	62.8	7,951	66.4	19,176	74.2	12,611	70.2	13,042
FL 姬百合	88.5	9,151	72.6	2,688	86.8	2,312	93.5	2,615	89.9	981
FM 重瓣百合	212.9	6,487	158.1	1,938	175.4	1,308	137.1	1,088	180.1	1,091
FO003 腎藥蘭 曼谷火焰	161.5	112	13.0	670	13.0	750	72.0	84	10.0	660
FO006 腎藥蘭 深紅色	113.1	20	-	-	-	-	-	-	-	-
FO027 萬代蘭 巨輪紫	47.1	339	39.0	10	60.0	12	42.0	106	24.0	83
FO331 大文心蘭	74.0	13	-	-	-	-	-	-	-	-
FO335 檸檬綠文心蘭	74.5	1,366	113.0	220	123.0	436	140.0	450	94.0	521
FO336 文心蘭 太陽之子	75.0	113	-	-	-	-	-	-	-	-
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	77.8	1,134	-	-	80.0	85	-	-	60.0	10
FR 玫瑰	155.1	76,130	131.5	18,165	121.1	16,910	121.8	13,799	118.1	19,047
FS 香水百合	162.8	224,992	151.3	59,916	148.5	118,132	149.8	125,964	152.8	119,974
FT 鐵砲百合	94.8	4,529	71.8	1,801	55.7	1,059	64.9	1,924	59.5	2,040
FU 洋桔梗	155.4	72,882	128.5	16,662	138.0	12,148	129.8	16,496	142.2	14,837
FW4 卡斯比亞	70.3	4,244	54.8	839	69.9	2,408	63.1	1,666	57.2	1,206
FW5 滿天星	53.0	2,295	54.1	2,596	57.5	2,697	57.0	1,186	57.5	1,520
FY004 黃椰心	70.6	331	65.0	295	61.0	1,165	77.0	844	78.0	308
FY009 電信蘭	69.9	285	26.0	308	62.0	1,100	85.0	1,382	50.0	566
FY050 山蘇葉	12.0	40	13.0	20	10.0	20	-	-	-	-