

台灣花訊

2025年 第07號

Taiwan
Floriculture
News



台灣花卉輸出業同業公會
Taiwan Floriculture Exports Association
—— 發行 ——

www.tfea.org.tw

414台中市烏日區健行路826號



電子版



封面圖說：馬來西亞吉隆坡花店 Orchid Culture @ BIG Grocer 店內一隅

馬來西亞花卉拓銷團參訪分享與市場觀察分析
強化國際競爭力 越南花卉出口額突破1億美元

Contents

台灣花訊

發行人：吳淵璋
主編：莊炳煌
編輯：陳立媛、徐慈敏



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：2025 年 7 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

七月號 NO. **7**

封面文章

4 馬來西亞花卉拓銷團參訪分享與市場觀察分析

產業新聞

- 9 強化國際競爭力
越南花卉出口額突破 1 億美元
- 10 俄羅斯花卉力拼自給自足：從進口依賴到
打造本土產業鏈
- 13 Anthura 全新蝴蝶蘭系列螢光黃唇瓣把陽
光帶進居家空間
- 16 減輕負擔、增加收益！小菊分級新標準獲
市場好評
- 17 香氣成差異化利器 日本國產康乃馨切花
力抗進口競爭
- 20 香氛商品帶動鮮花銷售熱潮
- 21 婚禮花藝線上測驗 助準新人找到命定風格
- 24 活用社群力開創花卉消費新需求
- 25 冷鏈資訊即時掌握 紙質數據卡加速花卉
物流永續轉型
- 26 永續栽培讓每一朵花都有責任與價值

市場行情

- 30 日本花卉市場預測：2025 年 7 月
- 32 日本花市五月份行情
- 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	

馬來西亞花卉拓銷團參訪分享與市場觀察分析

資料來源：展壯園藝股份有限公司 賴永翔、牛記蘭園有限公司 吳柏良、皇基股份有限公司 蔡仁豪、台灣花卉輸出業同業公會

台灣花卉輸出業同業公會於 2025 年 5 月 12 日至 5 月 18 日組成「馬來西亞花卉拓銷團」前往馬來西亞吉隆坡及金馬崙高原參訪，目標為深入了解當地花卉產銷實況，同時開發更多臺灣與馬來西亞之間的拓銷與合作機會。本文將針對拓銷團的參訪紀錄及當地市場觀察簡要分析與分享。

永豐花園—金馬崙地區花卉轉型的契機與合作模式

永豐花園有限公司 (WENGFONG NURSERIES SDN. BHD.) 為馬來西亞金馬崙高原的主要菊花種苗供應商。該地氣候涼爽，適合蝴蝶蘭種苗與盆花的生產。近年來隨著馬來西亞出口至日本的菊花切花數量逐年下滑，且出口量已被越南大叻超越 (圖一)，當地農民在面對馬來西亞與中國簽訂農貿協定後，面臨若不轉種其他更具經濟效益的作物便無法獲利的情境。

在此背景下，提供了一個可能合作的供應鏈模式：由臺灣供應蝴蝶蘭種苗，永豐接

力生產後銷售成花或轉售種苗給當地農民，建立區域性高品質供應鏈。金馬崙高原原因無需冷房即可催花，加上道路建設完善，相較越南大叻具備明顯物流與生產優勢。永豐亦無需投入大量溫室設施成本，轉型成本低，具實行可行性。

然而，轉型需考量當地農民對設備投資的接受度，因比起生產菊花，蝴蝶蘭盆花需要更多設施 (如溫室、除濕機等)。儘管如此，當地市場售價高、競爭者少，若能穩定供應優質種苗並輔導生產，發展潛力可觀。

永豐亦曾於農曆年期間試銷蝴蝶蘭，發現大苗利潤有限，遂改以中苗催花進行銷售，其轉型思維比臺灣當時從禮品花轉型住宅用花的腳步更早、更快，展現高度市場敏銳度與調整彈性。

Open Day 促進技術交流與品種推廣

永豐花園每年五月中旬舉辦 Open Day，至今已連續舉辦十年，推廣荷蘭、日本的菊花品種，並提供當地農民與國際業者交流的平台。活動期間，金馬崙地區農民與外國專家深入討論種植技術與花色篩選，吸收專業知識以提升栽培與銷售能力。

台灣花卉輸出業同業公會亦參與今年的展會，設置攤位推廣臺灣蝴蝶蘭品種，展示另一種具經濟潛力的栽培選項。去年公會首次組團參訪後，永豐於 12 月引進臺灣蝴蝶蘭大苗試種，並於今年展出開花成果，實證其品質，建立當地農民對作物轉型的信心。



永豐花園 OPEN DAY 會場



三易蘭園的成功產銷模式

三易蘭園 (Sanyi Orchid) 為深耕馬來西亞多年的臺灣蝴蝶蘭生產者，具備穩定的產銷模式。其以海運方式將臺灣種苗輸往金馬崙高原催花，再由位於吉隆坡的自營花店銷售。該模式整合種植與銷售，運作成熟，盆花品質表現優異。透過自產自銷，不僅具價格競爭力，零售價更為臺灣的 2~3 倍。只要維持穩定客源與充足貨源，可望持續擴大營收規模。

參訪當地花卉批發商及花店

富麗鮮花貿易有限公司

(PUDU RIA FLORIST TRADING SDN BHD)

富麗花店為馬來西亞規模較大的鮮切花與蝴蝶蘭開花株銷售業者，在吉隆坡與新山設有門市，並計劃於今年拓展至檳城，集團擁有約 180 位員工與自有冷鏈運輸車隊，從中國昆明進口花卉，以陸運方式直送馬來西亞，有效維持花卉品質。富麗販售之蝴蝶蘭品質優異，售價亦為當地最高。

在行銷方面，富麗積極經營 Instagram、Facebook 與網購平台，提升品牌能見度，並提供客製化組盆服務及每週舉辦花藝工作坊，強化與消費者的互動。



台灣花卉輸出業同業公會於 OPEN DAY 會場推廣台灣蝴蝶蘭品種

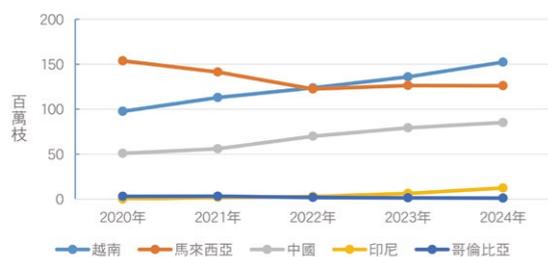
富麗每週自中國進口蝴蝶蘭切花與盆花兩次，花色以大白花為主 (約 70%)，紅花品種如大辣椒占 20%，其餘色系為 10%。大花與小花比例約為 8:2。相較臺灣，因中國運輸及植株成本較低，價格便宜 2 至 3 倍，具明顯價格優勢。

在銷量方面，年節期間每週銷量約達 2,000 株，母親節前一週約 1,000 多株，節後穩定於每週 500 株。富麗在運輸、行銷與通路布局上的整合與投入，是其在馬來西亞市場取得穩定地位的關鍵。

中亞鮮花 (ASIAN FLORIST TRADING SDN. BHD.)

中亞鮮花為今年初成立於吉隆坡的中資花店，藉由中國大陸非常具備優勢的低成本運輸系統 (空運、陸運)，將成花直接運輸至吉隆坡等主要花卉消費地區，其蝴蝶蘭開花株成本低於越南等地進口成花，惟海運後花卉品質不佳，主要走低價策略。

菊花切花 2020-2024 國別輸日年度統計 (枝)



圖一 菊花切花 2020 年~2024 年國別輸日年度統計 (枝)



富麗花店切枝及花瓶販售區



富麗花店蝴蝶蘭展售區



富麗花店蝴蝶蘭組盆展售



富麗花店火鶴切花



富麗花店乾燥花束販售區



富麗花店觀葉植物及盆栽販售區



Floristika (Far East Flora.com Sdn. Bhd.)

Floristika 採全年簽約訂單制度，今年小輪蝴蝶蘭銷售表現佳，常作為伴手禮，禮盆花則以桌上型為主，未採用臺灣常見高瓷盆，便於物流配送。

進口鮮切花方面，從越南胡志明市出口的運費為每公斤 5 美元，中國昆明為 11 人民幣，昆明的鮮切花更容易進入到馬來西亞的市場。

透過對吉隆坡多家花店的參訪觀察，可見中國昆明鮮切花在馬來西亞市場具明顯優勢，因運費低廉，除空運外亦可陸運進口，進一步壓低成本。相較之下，臺灣則以蝴蝶蘭品種多元、品質穩定見長，適合以種苗方式供應當地進行接力生產，仍具市場經營潛力。



Floristika 花店一隅



Floristika 花店蝴蝶蘭展售區



Floristika 花店蝴蝶蘭展售區



Floristika 花店蝴蝶蘭展售區



Floristika 花店蝴蝶蘭展售區



Floristika 花店鮮切花冷藏販售區



吉隆坡市區花店參訪



散花及花瓣也是可販售的商品

用花習慣及需求觀察

馬來西亞人口以馬來人為主（約 70%），華人與印度人分別占 20% 與 10%，用花習慣深受宗教與節日文化影響。以蝴蝶蘭為例，農曆新年偏好紅、粉、黃花，穆斯林新年與母親節多用白花與粉花，佛教衛賽節則喜用紅、粉、白花。近年來，年輕族群用花意願增加，橘色等非傳統色系逐漸受歡迎。

此外，穆斯林禱告儀式常以花瓣鋪地後再擺放鮮花，因此散花及花瓣也是可販售的商品。

蝴蝶蘭品系方面，目前仍以大花為主流，中小輪花則因去年推廣成效佳，市場接受度提升，預估未來市占率將穩定成長，成為潛力品項。

近年來的趨勢變化

馬來西亞花卉市場深受華人節日影響，用花需求隨節慶變化。例如中國興起的「520」節日（諧音『我愛你』）熱潮也蔓延至馬來西亞，原本當地花店在母親節後未預計補貨，但因 520 的促銷風潮，進一步增加備貨與宣傳。

此外，電商興起帶動花卉銷售模式轉型，首都圈花店多透過自家網站結合物流配送鮮切花與蝴蝶蘭伴手禮。傳統蝴蝶蘭花色已難完全滿足顧客需求，市場開始接受噴染色花，顯示馬來西亞消費者對花卉色彩與形式的多元化需求正逐步提升。

臺灣蝴蝶蘭及其他花卉品項在馬來西亞市場的優勢、機會與挑戰

臺灣蝴蝶蘭具備品種多元與品質穩定的優勢，是馬來西亞三大進口來源之一，與中國、泰國並列。然而，中國與泰國雖具價格優勢，但品質參差不齊，仍有部分馬來西亞消費者願意支付較高價格選購臺灣高品質蝴蝶蘭。但隨著中國大量低價盆花湧入，對臺灣業者構成明顯壓力。

具附帶介質輸馬來西亞之通關核可

臺灣可藉由與當地業者合作，在馬來西亞進行蝴蝶蘭種苗的接力式在地生產，兼顧品質與成本控制。特別是在空運成本高的情況下，臺灣可優先發展具耐運特性的海運品項，進一步強化出口彈性與價格競爭力。

此外，臺灣有幾家蝴蝶蘭業者具備正式檢疫報關出口至馬來西亞的能力，無須透過第三地轉運，可降低風險與成本，為臺灣蝴蝶蘭出口帶來優勢。尤其在馬來西亞年節前的進口高峰期，當地政府加強防堵走私，部分當地業者因此避開該時段進口。若臺灣能善用合法報關能力，將有助穩定供應、滿足市場需求，成為當地花店年節花的重要來源。

目前馬來西亞蝴蝶蘭年需求估約 200 至 300 萬株，惟多數農民尚未投入催花與銷售，造成開花株供應有限，價格居高不下。

臺灣業者若能透過輸苗合作，鼓勵金馬崙與雲頂高原的農民投入催花栽培，可進一步擴大種苗市場。

因此，持續由花卉輸出公會舉辦拓銷團並參與如永豐花園 Open Day 等活動，有助於推廣臺灣種苗在地表現成果，提升當地農民信心與參與度，進而帶動臺灣花卉出口於馬來西亞市場的長期成長。

對馬來西亞花卉市場的展望

馬來西亞花卉市場成長穩定，但仍具開發潛力。當前最大挑戰為當地農民尚未大規模轉作蝴蝶蘭。借鏡美國市場經驗，當地溫室從原有作物轉型為蝴蝶蘭催花設施後，成功打開市場並穩定採購臺灣種苗。若金馬崙及雲頂高原的農民能效法此模式，將有助擴大馬蝴蝶蘭市場需求。

中國大陸以低價成花出口至馬來西亞，臺灣業者難以在價格上競爭，唯有在品種、品質、品項與品牌推廣上與當地建立高品質供應鏈，方能突圍。多年耕耘下，臺灣已有多款穩定流通的品種，適應當地需求，未來更應強化與當地生產者合作，提升市場認同與消費信心。

展望未來，隨著當地生產者逐步轉型催花蝴蝶蘭，搭配臺灣優質種苗與技術輔導，馬來西亞市場將有機會逐步開拓，為雙方創造共贏契機。

強化國際競爭力 越南花卉出口額突破 1 億美元

日期：2025/5/13

資料來源：<https://english.vov.vn>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

越南農業與環境部（Minister of Agriculture and Environment，下稱農業部）副部長 Hoang Trung 宣布，越南花卉出口額已超過 1 億美元，對該國的農業部門來說是重要的里程碑。

首都河內在先前舉行了 2025 年越南國立農業大學花卉與觀賞植物節開幕式，Trung 強調蘭花、玫瑰和菊花是越南的主要出口產品。這些花卉不僅為當地農民帶來了高收入，也提升了越南在全球花卉市場的口碑。

Trung 表示，越南長期以來致力於花卉和觀賞植物生產，近年來，該產業發展迅速，在大叻、河內、南定（Nam Dinh）、胡志明市和同塔（Dong Thap）等地建立了主要產區。

截至目前，越南花卉和觀賞植物種植總面積已達近 4.5 萬公頃，比 2000 年增加了 8 倍。該產業的產值也大幅成長，年均成長率介於 6% 至 8% 之間，令人印象深刻。

策略解決方案

為了提升花卉和觀賞植物永續發展，並推動成為官方認可的經濟部門，Trung 表示，農業部制定了五個關鍵的策略解決方案。

其中包括改善體制架構和政策，將花卉和觀賞植物正式歸類為一個經濟部門。包含推出信貸、土地和稅收的優惠政策，更新該產業 2030 年的國家發展規劃等措施，來反應當前的成長機會。

Trung 表示，必須在條件合宜的地區，建立專業種植區來提高生產。他也表示，農業部致力於推廣合作模式，並與大型企業建



立連結，同時建立一個可追蹤和符合永續生產標準的完整產業生態系。

此外，還需要優先促進科技應用，重點領域包括培育新的植物品種，以及採用溫室、滴灌系統、組織培養技術等先進技術，以及人工智慧和物聯網（IoT）的應用。另外，還應建立現代化技術中心、苗圃和先進的保鮮設施。

市場開發也是發展的重中之重，包括打造越南國內品牌、拓展電子商務、將觀賞植物融入生態旅遊。在國際方面，該策略涵蓋促進出口、打造國家品牌和建立全球花卉交易平台。

此外，Trung 表示，農業部將投資於花農和園藝職人的職業培訓，擴大專業教育項目，加強研究機構和組織合作，訂完善的培訓和政策。

越南國立農業大學校長 Nguyen Thi Lan 對農業部的做法表示贊同。她指出，組織培養、自動化溫室、物聯網和可追蹤性等高科技和數位轉型的應用，對於提升越南花卉和觀賞植物的國際競爭力至關重要。

本篇圖片來源：<https://english.vov.vn/en/economy/vietnams-flower-export-turnover-surpasses-us100-million-mark-post1198988.vov>



吉隆坡市區花店參訪 - 中亞鮮花

吉隆坡市區花店參訪 - Orchid Culture @ BIG Grocer

俄羅斯花卉力拼自給自足： 從進口依賴到打造本土產業鏈

日期：2025/4/28

資料來源：<https://mashnews.ru>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

俄羅斯市場上 80% 的花卉來自進口，俄羅斯溫室協會 (Teplitsy Rossii) 表示為了減少依賴進口，他們到 2030 年需要有 400 公頃的溫室一遠超過該國目前營運的溫室總面積，雖然企業躍躍欲試，但在等待政府補助的情況下，他們只能減緩計劃的進度。

由於烏俄戰爭對俄羅斯的制裁，從國外進口花卉到俄羅斯變得更加困難了；根據俄羅斯聯邦統計局 (Rosstat) 的資料顯示，一枝切花的成本在一年內增加了 19.5%。

許多參與溫室的單位，包括大型的菜農，都準備開始生產花卉。然而，這需要大量的投資，建造一個全新的現代溫室每公頃大約需要 3.2-3.5 億盧布，改建現有苗圃的成本可能只要 1/2-1/3。如果新設施獲得貸款優惠，那就表示既有溫室的升級必須自立自足。

農業部門正在考慮這一項倡議，廠商等待監管機構的決定，目前暫停了將近 150 公頃花卉種植土地的開發。



Gorkunov 集團在雅羅斯拉夫爾 (Yaroslavl) 的溫室

工業化蝴蝶蘭生產計畫 目標每年生產 250 萬株蝴蝶蘭

俄羅斯的工業化花卉生產正迅速發展。在過去 5 年中，花卉產量成長了 50% 以上。然而，80% 的市場仍然是進口產品，產品來自厄瓜多、肯亞、哥倫比亞和歐洲國家。過去三年，由於遭到制裁的關係，物流變得更加複雜且昂貴，因此，有關當局希望增加俄羅斯本土的花卉生產量。

溫室的主要參與者興致勃勃，在蔬菜市場飽和的前提下，菜商尋求開發新的利基市場，今年四月初，Gorkunov 集團 (俄羅斯蔬菜和花卉最大生產者，擁有 7 個溫室，總面積超過 100 公頃) 宣布在雅羅斯拉夫爾 (Yaroslavl) 啟動俄羅斯首個工業化蘭花生產計畫，目前 98% 的蘭花切花和蘭花盆花都來自國外。新的計劃面積達 8 公頃，預計每年生產 250 萬株蘭花。該公司準備在 2026 年於新西伯利亞 (Novosibirsk) 溫室設置類似的生產設施，取代進口蝴蝶蘭。Gorkunov 集團並計劃在巴爾瑙爾 (Barnaul) 生產菊花切花。

俄羅斯溫室協會 (Teplitsy Rossii) 告訴 Mashnews (新聞媒體，下稱 Mash 新聞)，在遠東地區、卡爾梅克 (Kalmykia) 和其他地區宣布了現代花卉計畫，由於俄羅斯聯邦中央銀行的利率飆升，部分計劃因此暫緩實施。

俄羅斯溫室協會主席 Alexey Sitnikov 解釋道：「此外，幾年來，我一直聽說 Rost 集團和 ECO-Culture (俄羅斯溫室蔬菜的龍頭農業生產控股公司) 有意參與花卉生產，但一直沒有具體的消息。」

Rost 集團的公關部門說，目前公司尚未有任何計劃，而 ECO-Culture 公司則沒有回應 Mash 新聞。

Kaluga Flower Holding LLC 公司的總經理 Nikolay Rovneyko 指出，相對於蔬菜生產來說，花卉產業是較特定且規模較小的，如果像 Rost 或 ECO-Culture 這類大型廠商決定開發這一領域，「每個人都會從中受益。」

俄羅斯的全國花商協會 (The National Association of Florists, 下稱 NAF) 指出，包括蔬菜生產產業的投資者在內，目前對這一新的產業方向表現出興趣，正在考慮開發花卉溫室的可能性。

NAF 執行董事 Victoria Krylova 告訴 Mash 新聞：「最近，我們接到投資者的訊息，希望尋求專家的協助，提供花卉溫室的諮詢。」她認為目前是新廠商進入市場的好時機，該國的花卉消費力正在成長，而且政府對這一領域也越來越重視，現有的花卉生產商可以更加主動。

Victoria Krylova 說：「根據我們的資料，目前大約有 147 公頃的溫室或土地處於閒置狀態，部分則是由工廠長期租用或擁有，我們稱這些土地為花卉產業的潛力，準備在政府支持下推出該計劃。」

目前，俄羅斯政府正在評估改善花農投資環境，如果能被採納，現有的廠商將迅速地投入 147 公頃的土地營運，NAF 的執行長對此充滿信心。

Victoria Krylova：「目前俄羅斯生產的花卉只佔市場的 20%，如果這項計畫開始實施，我們將迅速地提高市佔比至 45%。」

MASH 新聞提供的參考資料

俄羅斯市場每年消費 18 億朵花卉。從 2019 年到 2024 年，切花的生產量增加了將近 58%。根據俄羅斯農業部的資料，2024 年，該國生產了創紀錄的 4.368 億朵切花和鮮花，年產量成長了 3-5%。目前，俄羅斯聯邦有超過 135 個花卉苗圃，總面

積約 325 公頃，主要生產玫瑰。除了玫瑰之外，溫室還種植鬱金香、菊花、非洲菊、百合，另外，還有適合夏季的花卉幼苗，以及在人口稠密區的溫室生產適合切花的花卉。



Gorkunov 集團的溫室蘭花

農業部正在考慮是否提供資金改建

工業化的花卉生產是昂貴的投資。根據 Nikolai Rovneyko 的說法，打造一座現代化設備的新溫室，每公頃約需 2.5-3.2 億盧布 (平均標準溫室面積為 3 公頃)。花卉產業對花卉溫室的設置可以申請貸款優惠，受益於政府的支持，溫室數量在過去十年間顯著增加。

然而，對於大多數廠商來說，現有苗圃的改造更為迫切，改建溫室每公頃約需 1-1.5 億盧布。Kaluga Flower Holding 公司的執行長說：「透過導入先進技術，將產量提高 25-30%，溫室升級的改建計劃將有效加快產業更新和增加產量。」

NAF 報告說，4 月 15 日，在俄羅斯聯邦農業部長 Oksana Lut 參加的一場會議上，大家討論了政府支持現有溫室改造的可行性。

Victoria Krylova 解釋說：「就這一項議題，NAF 開發經濟模型研究，綜合政府措施，來延長營運多年的溫室使用壽命。」

俄羅斯溫室協會主席 Alexey Sitnikov 補充道，廠商很著急地等待這項政策。



Gorkunov 集團的蘭花種植機器人

俄羅斯蘭花種植機器人

另一個接踵而來的問題，新的生產設施應該有哪些設備呢？過去 8 到 10 年來，俄羅斯建造的大多數溫室都符合國際標準，配備了電腦控制的氣候控制系統、節能照明技術（包括 LED 系統）、自動灌溉和施肥系統等等，這些計劃都依賴西方的技術，目前看來，這些設備以及其零件的供應變得非常困難甚至無法取得。NAF 表示，對歐洲設備的依賴仍然是該行業的挑戰，但是他們正在設法解決這一問題。

協會執行董事 Victoria Krylova 說：「我們與工業部及貿易部合作，正在制定優惠貸款計劃，專門優惠有關花卉生產的俄羅斯本土設備製造商。此外，我們也在研擬相關措施，例如購買俄羅斯技術的農民提供稅收減免的優惠。2025 年，我們計劃提出本土零件的產業標準，例如氣候控制系統。」

Nikolai Rovneyko 道，由於生產蔬菜的溫室成長，促使設備市場有了新的廠商，而蔬菜用與花卉用的溫室在許多方面雷同，像是溫室需要的多數設備（例如泵、灌溉系

統、氣候系統和消耗品）其主要供應商是俄羅斯公司，其餘的設備大多來自中國和土耳其。建造新溫室或改建溫室，投資者應該首先選擇俄羅斯本土技術。

這樣的投資動向吸引了一家俄羅斯的機器人製造商，表示對於 Gorkunov 集團位於雅羅斯拉夫爾（Yaroslavl）的新蘭花苗圃相當感興趣，根據獨家客製化訂單，他們投入的設備成本就占了整個計劃的一半，約 12.5 億盧布。「類似的設備曾經在歐洲使用過，但在俄羅斯境內，我們是第一個採用的公司。」

全國花商協會 NAF 指出，Gorkunov 集團採用本土設備，將是產業發展重要的一步。儘管在某些領域，俄羅斯溫室相關設備製造商仍然落後於外國同行。Victoria Krylova 解釋道：「同時，NAF 現正積極與研究機構合作，我們的計劃目標是要將花卉產業整體技術做現代化的提升。」由於種植材料主要仍仰賴進口，目前花卉育種領域嚴重落後。

本篇圖片來源：<https://mashnews.ru/rossii-nuzhnyi-svoi-czveti-biznes-zhdet-deneg-na-re-konstrukcziju-teplicz.html>

點亮日常風景

Anthura 全新蝴蝶蘭系列 螢光黃唇瓣把陽光帶進居家空間



這款蘭花新品種將風靡每間商店、辦公室和客廳

當人們走進花店、園藝中心或 DIY 商店時，都會看到櫃檯附近擺放著蝴蝶蘭，白色、粉紅色、紫色都是常見的顏色，要找到一株脫穎而出的蝴蝶蘭，成為消費者必買的商品，真可謂鳳毛麟角。Anthura 公司決定挑戰市場，推出 Sunca 系列蝴蝶蘭。Sunca 系列由亮黃色的唇瓣與色彩繽紛的花瓣完美融合，解決了蘭花育種的難題之一。

全球最大的蝴蝶蘭育種商是 Anthura 公司，該公司的蘭花部門經理 Robert Kuijf 深入探討了這一系列產品的誕生歷程，包括這個朗朗上口的名字，以及它受歡迎的原因，這將會是書架上或家中擺放的熱門花卉。

破解 Sunca 系列蝴蝶蘭的故事

黃色唇瓣 + 粉色花瓣聽起來很簡單，對吧？其實不然，即使是對世界最大規模的育種者來說，也並非如此！

「Sunca 十分獨特，令人驚艷、有著對比強烈的顏色、最容易辨認的特徵就是



Anthura 公司蘭花產品經理 Robert Kuijf

日期：2025/5/14

資料來源：<https://thursd.com/>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

中間的亮黃色唇瓣，像是光芒四射，又被多樣化色調包圍，呈現出溫暖明亮的夏日風情。」—Anthura 公司蘭花產品經理 Robert Kuijf

「身為育種者，我們努力尋找擁有 X 特質的新品種，一個能夠瞬間虜獲人心的品種。大約十年前，我們找到了培育這種蝴蝶蘭的方法，它的唇瓣呈現亮黃色，幾乎像螢光色一樣，我們成功將這項獨特的特色融入蝴蝶蘭新品種，首先推出的是粉紅色花朵的新品種，在蝴蝶蘭育種領域中，這是大大創新的產品。」

如今，我們終於找到了一個名字：Sunca—穩定、一致且具有商業可行性。現在我們不再煩惱蝴蝶蘭的顏色，而是要保證這款花卉從溫室到客廳，都能展現一致的色彩。

具有商業價值的技術突破

坦白說，花店總是在尋找新的事物來帶給顧客驚喜，而 Sunca 與眾不同之處在於：它並非色彩的狂野爆發，而是精心設計的對比，既清新又熟悉。粉紅色花瓣與陽光明媚的黃色唇瓣相映成趣，營造出極具衝擊力的視覺效果。唇瓣引人注目，卻又不會喧賓奪主，令人聯想到日出與日落時令人陶醉的溫暖光芒。

Robert 說道：「零售商需要的是貨架上的視覺衝擊力，你只有幾秒鐘的時間來吸引顧客的眼光。Sunca 正是如此，受惠於強大的基因，在離開溫室後，它依然保持著這種品質。它非常適合重視節日氛圍的顧客。」

從生產角度來看，這也意味著更小的損失和可預測的產量。無論是在歐洲、亞洲或拉丁美洲，他們種植在9至12公分花盆中，花農回報優秀的開花表現、可靠的一致性和良好的運輸表現。



Sunca 系列蝴蝶蘭

為何是此刻？為何是 Sunca ？

對產品發表而言，適當的時機點顯得相當重要，尤其是打破常規的產品。依據 Robert 的介紹，Anthurus 多年來一直在構思這個概念，希望產品能適應各種氣候和生產系統，現在，市場已經成熟，準備好迎接溫暖、樂觀、與眾不同的產品。

那麼命名呢？Robert 說：「熟悉 Anthura 的人會注意到，我們經常使用城市名來命名新品種。我們選擇易於發音、並與品種故事有連結的名字。我在克羅埃西亞度過了一個美好的假期，並萌生了用克羅埃西亞城市命名新品種的想法。一位同事告訴我，克羅埃西亞語中的 Sunce 就是太陽的意思，我們立即將這個名字運用到新的“Sunca”產品線中，該系列產品是有著陽光顏色的心形蝴蝶蘭，我們希望帶給顧客度假的感受。」

Sunca 系列產品

Sunca 系列的多樣性令人驚嘆，系列的共同點在於亮黃色的唇瓣（這才是真正的賣點）以及持久的賞花期。

- Sunca Split 蝴蝶蘭 -

第一款亮相的 Sunca 品種是 Sunca Split，這是一款大頭蘭花，花朵粉紅色，唇瓣是溫暖的黃色。這種美麗的蝴蝶蘭以克羅埃西



Phalaenopsis Sunca® Split

亞的城市斯普利特（Split）命名，該市因色彩繽紛的建築和壯麗的日落而聞名。Sunca Split 的盆栽尺寸為 12 公分，保存期限超過 16 週。Sunca Split 已在全球投入生產。

- Sunca Pula 蝴蝶蘭 -

小巧而繁茂的 Sunca Pula 蝴蝶蘭，擁有粉紅色的花朵和暖黃色的唇瓣，將陽光帶入您的家中。這款美麗的蝴蝶蘭以克羅埃西亞的城市普拉（Pula）命名，該城市以古羅馬建築而聞名。Sunca Pula 蝴蝶蘭的盆栽尺寸為 9 或 12 公分，株高 45 公分，花朵繁茂，花徑 7 公分，賞花期為 13 週。目前，Opti-Flor 和 Stolk Flora 是種植 Sunca Pula 蝴蝶蘭的兩家苗圃。



Phalaenopsis Sunca® Pula

- Sunca Zagreb 蝴蝶蘭 -

札格雷布（Zagreb）是克羅埃西亞的首都，一株令人驚豔的花是必不可少的。Sunca Zagreb 有著引人注目的白紫色斑點花瓣，環繞著亮黃色的唇瓣。與 Sunca Split 品種一樣，該品種的盆栽尺寸為 12 公分，可長至 60 公分高，賞花期至少有 16 週。



Anthurus 試種設施內的 Sunca® Zagreb 及 Pula

- Sunca Zadar 蝴蝶蘭 -

系列中的第四個品種是 Sunca Zadar，花瓣從白色到淡紫色，環繞著火紅的黃色唇瓣，這些顏色象徵克羅埃西亞古城札達爾（Zadar）悠閒的假日氛圍，Sunca Zadar 種在 12 公分的花盆中。

Sunca 系列不會止步於一個品種，Robert 暗示，還有幾個姊妹品種已在籌備中，這些品種將延續黃色唇瓣為主題，同時並開發其他色調的花瓣，像是更柔和的粉彩色系，或更具對比的組合，這些都建立在相同基因的基礎上。

他說：「這不是曇花一現的產品，我們希望打造成一個完整的系列。」這表示花店可以利用 Sunca 的系列產品，推出一個小的組合，非常適合進行主題設計、做成套裝禮品或季節展示。



Sunca® Zadar

這對花店有什麼好處？

你知道，保持蘭花的新鮮感而不落入噱頭有多難嗎？Sunca 系列讓人感覺清新而不浮誇。黃色與粉紅色的搭配與許多設計主題相得益彰——例如夏季婚禮、寶寶派對（baby showers），或是陽光明媚的春日景色。

由於這個品種很穩定，你不會遇到一批過早枯黃、或擺放一週後就失去活力的蘭花。這種可靠性對於注重品質和風格的顧客（回頭客！）至關重要。

此外，Sunca 還敘述了一個陽光的故事，「這是一款新品種，實現了其他蘭花尚



Sunca 系列組盆

未達成的目標。」光靠這句話，就足以讓人駐足，甚至抱著一盆蘭花買單離開。

Anthura 更大的目標

如果你在這個行業打滾了一段時間，Anthura® 這個名字一定不陌生。這家荷蘭育種公司總部位於 Bleiswijk，早在我們大多數人出生之前，他們就涉足這個領域，至今已有超過 85 年的歷史，仍然不斷發展。他們不僅規模龐大，而且十分精準，從花色發展到抗病性，一切都在全球研發網路中進行精細入微的監測。

每年，他們提供 700 多個品種的幼苗，發往五大洲 70 多個國家，如今市面上出售的蘭花品種都有他們的印記。Sunca 的加入，為這本已經相當豐富的育種寶典增添了新的篇章。

別忘了，他們已經提前佈局了。Robert 說道：「我們希望在色彩創新方面保持領先地位，唇瓣顏色是遙遙領先。」唇瓣顏色是一個微妙的特徵，經常被忽略，但一旦你開始留意，就會意識到它對花朵的表現有多麼大的改變。

陽光氛圍的外觀 A Sunny Outlook

結論是什麼？Sunca 不僅是一款美觀的新品種花卉，它巧妙地填補了市場空白，專為全球花農打造，尤其是為期待色彩靈活性的花店提供了契機。Anthura 並非只追求一種新的色調，他們圍繞著這種色調打造了整條產品線。Robert Kuijff 總結道：「Sunca 真的獨一無二；它擁有令人驚艷、對比豐富的色彩，中間的亮黃色唇瓣清晰可辨，周圍環繞著明亮多樣的色調，營造出溫暖的夏日氛圍。」

無論您是在設計餐桌上的擺設，或者只是想翻新家裡的蘭花，黃色唇瓣的 Sunca 都能為您提供新的玩法，以及值得信賴的選擇，可以持續關注這款蘭花，它或許能為您的書架或家居增添更多光彩。

本篇圖片來源：<https://thursd.com/articles/phalaenopsis-sunca-by-anthura>

減輕負擔、增加收益！ 小菊分級新標準獲市場好評

日期：2025/4/29
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



為了提高小菊價格並降低成本，日本岩手平泉農協的花卉部會小菊專門部於2024年度將小菊最高等級從75公分改成70公分，原本有三級的分級方式變成二級。如此一來，執行選花作業的生產者和農協職員負擔減輕，花卉消費地的垃圾量也可以減少，而且市場評價提高，每公畝平均產量和銷售額也比前一年度增加。

以往岩手平泉農協小菊專門部的小菊分為三個等級，最高等級是75公分，接下來依序是70和60公分。雖然如此分類可以滿足買家的瑣碎需求，但是對於執行選花作業的生產者而言，負擔很大。於是從2024年度開始，改成70和60公分二個級別。因應分級制度改變，花卉部會的幹部專程拜訪了有交易往來的市場尋求理解，並且要求預約相對交易價格（事先議價交易）方面，70公分等級的小菊要和「全農岩手農協」提出的縣內其他產地75公分小菊同樣價格。

經過種種努力，2024年平均每公畝的小菊產量是1,846枝，比前一年增加5.02%，平均每公畝的銷售額是8萬4,917日圓，增加2.78%。出貨所需勞力減少，需求期出貨又可以增加，這些都促使小菊價格提高。

原本有人擔心花莖變短會導致花價降低，沒想到反而因為加工時產生的莖葉垃圾減少，處理成本隨之減少而獲得消費地好評。

小菊花農藤野壽美回顧表示：「當時很怕分級標準改變會影響價格，不過實施後作業效率改善，小菊出貨數量沒有減少，也符合市場要求的品質。」

而且農協職員為了執行分貨作業等的加班工時也隨之減少。農協園藝課的藤代昇表示：「其實不只花卉產品，生產現場有很多問題不能拖延，必須儘快解決。即刻採取行動才能增加生產者的實際收入。」

本篇圖片來源：<https://www.agrinews.co.jp/economy/index/303070>

香氣成差異化利器 日本國產康乃馨切花 力抗進口競爭

日期：2025/5/1
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本國產康乃馨切花打算把焦點放在「香氣」上，以便增加和進口康乃馨的差異。長年持續研究康乃馨香氣的日本農研機構（國立研究開發法人農業、食品產業技術綜合研究機構）蔬菜花卉研究部門上級研究員岸本久太郎，在今年三月八日在千葉縣CAINZ茂原店，四月十二日在埼玉縣CAINZ浦和美園店，進行了以一般消費者為對象的香氣問卷調查，主題是「經過香氣保持劑處理過的康乃馨切花」。

岸本先生表示：「康乃馨自古以來就被用來幫葡萄酒增添香氣或是當作香水使用，根據2012年的消費者調查，一般大眾都認為康乃馨切花沒有香氣，因此，具有『香氣』的日本國產康乃馨可以藉此和進口康乃馨做出區別。」

日本國內流通的康乃馨切花，其香氣以受歡迎的果香（methyl benzoate，苯甲酸甲酯）為主，其他所知道的還有香辣味（eugenol，丁香油酚），但只占很少數。據說由於品種開發過程都以生產性、花朵觀賞期長短、花色等為優先考量，因此多數品種都沒有香氣。

這次調查準備了經過香氣保持劑處理和未經處理的三個康乃馨品種進行比較，包括：紅花鑲白邊的「Designer」、紅色的「Rosse」和白色的「Milky Way」。



康乃馨「Milky Way」

協助此次調查的南房總市康乃馨生產者鈴木昭良表示：「希望有助於日本國產康乃馨的差異化，擴大康乃馨消費，吸引對香氣有興趣的新客層來購買，開創新的市場。」

流通方面，FRENET HIBIYA的須藤俊哉表示：「花店業者也都不曉得康乃馨有香氣，經我告知後都嚇一跳。對於鮮花銷售來說，香氣算是附加價值，希望讓街坊的花店業者都知道康乃馨可以有香氣。品種選拔時也希望香氣能夠列入評選標準，目前由於香氣未列入評選條件，有些有香氣的康乃馨品種因而停止生產，逐漸消失。」

岸本先生的研究也找出了康乃馨切花採收後維持香氣的管理條件與有影響的溫度帶等，其中乾式處理（運送時）是香氣減少和縮短芳香時間的一大主因，不過據說經過香氣保持劑的後處理，有可能可以解決運送後香氣減少的問題。

岸本先生已經在考慮增加康乃馨的香氣種類：「今後應該值得嘗試一下，利用香氣多樣又豐富的石竹屬園藝品種來當作育種材料。」



康乃馨「Rosse」

本篇圖片來源：<https://kota.co.jp/photo-sprycarnation-red/>、<https://www.faj.co.jp/?p=39651>

香氛商品帶動鮮花銷售熱潮

發掘香氣商機

愈來愈多花店開始販售用鮮花製作的香氛商品，例如把鮮花香氣濃縮製成的香水。除了使用日本國產鮮花展現對品質的追求，也讓不符合規格的切花獲得充份利用，因此得到消費者支持。各家公司都希望透過香氛商品帶動本業的鮮花銷售。

根據「富士經濟」的調查，2023年日本香氛市場規模達500億日圓，比前一年增加12.6%，因為疫情緩解，外出使用機會恢復以及送禮需求增加之故。預估2024年會再增加9.4%，達到547億日圓的規模。

有如新鮮植物的芳香

「青山花市」於四月下旬開賣期間限定的鈴蘭香水(eau de toilette淡香水)。使用日本長野縣「長野MIYUKI農協」鈴蘭研究會所生產的鈴蘭，從花朵和葉片抽出精華成分製作而成。特點是充分展現鮮花才有的植物芳香，售價為40ml 3,960日圓。該公司三浦素直表示：「我們的本業是販售鮮花，希望藉由香水商品帶動消費者購買切花的意願。」

「青山花市」從2013年開始銷售香氛商品，2024年約賣出2萬件。目前全年都有銷售的是玫瑰、百合和香豌豆三種香氛商品，使用的原料也是由精選產地所生產的高品質鮮花。



青山花市開賣由日本國產鈴蘭所製成的期間限定香水

日期：2025/5/13
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

活用不符規格的鮮花

作為一個環保品牌，「Japan Flower Group」公司的室內用香氛商品主要以不符規格的日本國產玫瑰為原料。「Rose Gallery」是他們所經營的玫瑰專賣店，該公司面田繪美表示：「無法當作切花銷售的商品也能得到充分利用」。

該公司收集神奈川縣製作花農的規格外玫瑰切花，從花瓣抽取香氛精華。自2021年品牌成立以來，約售出1,000件。面田小姐表示：「希望大家聞聞看真正的玫瑰香氣」。

生活雜貨也豐富

「日比谷花壇」則和專營香草進口、加工製造及販賣的「生活之木」合作開發、經營香氛商品。由於生活雜貨銷售成長，因此又追加推出用來聞香的擴香瓶商品。「日比谷花壇」作為連鎖花店，自然熟知花卉特性和消費者喜好，從開發香氣到設計包裝都有參與。母親節時也推出鮮花和香氣的組合商品。

「富士經濟」認為，使用香氛的習慣還有擴大推廣的空間，未來業者應該會加強舉辦宣傳促銷活動，或是主打香氣成分的功效等，從不同角度推出新商品。



以規格外日本國產玫瑰為原料的室內用香氛商品



日比谷花壇和「生活之木」合作開發的香氛商品

不知道怎麼選花？做個測驗就搞定！ 婚禮花藝線上測驗 助準新人找到命定風格

日期：2025/6/9
資料來源：PR TIMES 株式会社日比谷花壇
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



左：NATURAL GARDEN/中：CASUAL POP/右：WARM CASUAL

手指在螢幕上滑一滑做個測驗，就可以找到自己「理想的婚禮花藝佈置」，兼顧「時間效益」和「符合自我個性」。一年經手2.5萬組婚禮花藝的「日比谷花壇婚禮(HIBIYA KADAN WEDDING)」，已開放婚禮花藝諮詢網站『Favori』給一般大眾使用。

「不曉得該用怎樣的花才好！」針對準新娘的煩惱，不妨利用網路諮詢服務，消除準備婚禮時的「隱形負擔」，得到更滿意的婚禮體驗。

日比谷花壇公司旗下的婚禮事業「日比谷花壇婚禮(HIBIYA KADAN WEDDING)」，一年約經手25,000組婚禮花藝佈置，他們最近更新了婚禮花藝風格，重新發表十四種花藝類型，具體呈現出新郎新娘的各種想法。此外，為了幫助新人實現理想的婚禮，也對一般大眾開放網路諮詢工具『Favori』，只要根據直覺，在螢幕上滑一滑做個測驗，就可以找到自己喜愛的花藝風格。如此一來，不但可以解決新人「無法完整表達自己想要的感覺」的煩惱，也加速和設計師的溝通效率（提高時間效益），幫助實現「符合自我個性」的婚禮，滿足多樣化需求。

以前飯店婚禮是主流，隨著2000年代私宅、別墅婚禮抬頭，婚禮花藝佈置的流行趨勢也開始跟著改變，從豪華、夢幻少女風轉變成較為自然的風格。之後給人沈穩感覺的復古色和灰濁色受到矚目，經過了新冠疫情，現在受歡迎的是開朗明亮、色彩鮮豔繽紛的風格。雖然流行趨勢隨著時代不斷改變，但近年很多新人都表示，希望婚禮能夠確實展現新郎新娘的「個性」，婚禮花藝也變得多樣化。

因此「日比谷花壇婚禮」根據新的流行趨勢更新了以往的花藝風格，從「色彩、材質感、動感、形狀」等四個要素將各種情感與想像分類為十四種花藝類型，設計出多樣又符合新郎新娘心中形象的花藝空間。

此外，為了幫助準備婚禮之餘還要煩惱「不曉得用怎樣的花才好」「無法向設計師完整描述想要的感覺而感到不安」的新郎新娘，「日比谷花壇」決定開放花卉諮詢網站『Favori』給大眾使用。看著『Favori』上面各式各樣的婚禮花藝圖像，只要憑直覺滑動手指選擇「喜歡/還好」，就可以找出符合自身喜好的婚禮花藝類型。測驗結果可以和負責婚禮的花藝設計師共享，如此一來，新人與設計師的溝通可望有效、順利進行，進而獲得更理想的花藝設計。

「日比谷花壇婚禮」本著「和鮮花與你一同走下去」的概念，為了讓新郎新娘以最



花卉諮詢網站『Favori』

棒的笑容度過最好的一天，今後也將持續提供貼心又高品質的花藝企劃與服務。

日比谷花壇的『十四種婚禮花藝風格』概要

◆ 『CASUAL POP (休閒流行)』

繽紛花朵圍繞，笑逐顏開的愉快時光

黃、橘、粉紅、淺藍等五彩繽紛的配色打造出一個快樂、自由、有活力的世界。整個婚禮空間佈置就是要新人和最喜愛的賓客一起盡情享受這段時光！利用小朵鮮花表現出飛揚跳躍的愉快氣氛，水果也被拿來作為佈置素材，增加趣味性，很受歡迎。



◆ 『WARM CASUAL (溫暖休閒風)』

溫暖的配色與錯落有致的插花，給人自在熟練的印象

恰到好處的休閒感與華麗感調和得宜，展現熟練自然的漂亮時尚風格。配色方面採用橘色加上酒紅、咖啡色等深色系，帶出溫暖氛圍。存在感十足的大花搭配躍動感小花，展現輕盈感是現在的流行趨勢。



◆ 『NATURAL GARDEN (自然花園)』

季節性鮮花迎風搖曳，有如自然豐富的花園

無需努力無需勉強，輕鬆自在的氛圍是最大的魅力。綠色枝葉搭配色彩明亮的季節性草花，彷彿置身花園。枝材的綠意呈現有如被植物包圍的森林氣息。在各種花草草妝點的休憩空間，讓身心煥然一新。



◆ 『NATURAL NOBLE (自然尊貴)』

有如海外名流的婚禮，優雅的花園派對

有如大朵玫瑰盛開滿園的花園，自然又高雅的風格。花朵佈置以正統婚禮必備的純白玫瑰、百合、蝴蝶蘭等為主，搭配有光澤感的綠葉，打造美麗又自然的形象。白色和綠色為基調，再配合金黃色物件和淡卡其色花朵，展現高雅氣氛。



◆ 『NATURAL BOTANICAL (自然植物風)』

植物的力量洗滌心靈，充滿綠意的空間

有如熱帶叢林般，充滿生命力的佈置。用形狀特殊的熱帶花卉，搭配龜背芋、黃椰子等葉形令人印象深刻的綠葉，享受植物原本的姿態。提供一個療癒的空間，藉由自然的力量洗滌心靈。



◆ 『RELAX HEALTHY (放鬆健康)』

感受清爽涼風，氣氛輕鬆的舒適空間

這種風格最適合自然光充足的明亮會場。若以令人聯想到海洋或水的藍色為主色調，再搭配明亮的白色就像來到海邊的渡假村；白花綠葉若配上透明的玻璃花器又可以呈現高原渡假村的感覺。水面燭光漂浮搖盪，請享受一段平靜的時光。



◆ 『NUANCE CHIC (復古時髦)』

以灰濁色調打造，漂亮雅緻的空間

以卡其、灰白為基礎色再搭配濁色調，打造出漂亮雅緻的空間。推薦給不喜花俏，偏好高雅時髦者。雖然看似低調，仍能感受精緻品味。



◆ 『SWEET (甜美)』

洋溢幸福笑容的浪漫風格

粉紅色為主色調，整體色彩柔美浪漫。甜美柔的花朵打造出被幸福感包圍、充滿笑容的空間。主要採用花瓣柔軟帶圓弧的花朵，搭配白色呈現更明亮柔和的氣氛。也推薦使用淡綠色葉材搭配紫色，不會過於甜美，給人健康的印象。



◆ 『ELEGANT (優雅)』

優雅沈穩的空間，氣質淑女的氛圍

華麗優雅的氣氛散發溫柔感，適合成熟女性的高雅風格。淡紫色～粉紅灰色系搭配灰綠色，展現沈穩氛圍，加上珍珠和緞帶裝飾更符合潮流。這種風格正適合小細節也不能放過的特別日子。



◆ 『ROYAL CLASSY (皇家品味)』

重視傳統與形式的正統派皇家婚禮

純白大花搭配金色，美麗正統的華麗風格。如果使用深藍色桌布更能增添皇室感，特別推薦。配合酒紅色等深色系可以展現更時髦、沈穩的印象。燭光閃耀的特殊空間，專為靜心享受料理的成年人所設計的佈置。



◆ 『LUXURY LUX (奢華大器)』

超脫日常的戲劇性空間，極致的待客之道

成熟俐落的大人婚禮，超脫日常的豪華空間。

深紅和紫色的花朵搭配金黃色物件，完成令人驚



豔的華麗風格。大量燭光閃耀生輝的景象，彷彿電影場景一般。對於出席賓客而言，是在一生難忘的戲劇性空間，享受最頂級的款待。

◆ 『URBAN MODE (都會風格)』

簡潔俐落的都會氣息，優質極簡風

沒有多餘事物的簡潔風格，遠離日常喧囂，打造隆重氣氛。以灰色調、黑白色和單一色調的配色為基礎，再添加大膽用色畫龍點睛，表現原創感。推薦使用花形特殊的花朵、花瓶以展現流行氣息。



◆ 『RUSTIC (質樸鄉村風)』

自在無拘束的舒適空間

只有親友家人齊聚一堂的自在派對，新人和賓客都輕鬆自然的舒適氣氛。自然素材搭配卡其色、咖啡色系小花，表現質樸溫暖風格，令人想起懷念的鄉村景緻，安心自在的空間。



◆ 『ETHNIC (異國風)』

散發異國情調的個性派婚禮

以大地色為底色，加上紅、棕、綠等刺激的對比配色，令人印象深刻，充滿異國情調。推薦給想讓賓客留下強烈印象、喜歡衝擊感的新人。



本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000077.000075797.html>

活用社群力 開創花卉消費新需求

日期：2025/4/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「日本花卉生產協會」盆栽部會於1月31日和2月1日在橫濱市舉辦2024年度盆栽研究會。座談會主題是「『發掘新的花卉需求』～優良店舖的銷售策略、如何增加高附加價值等～」，由生產者金澤美浩（矢祭園藝）和園藝店業者久保田洋平（Yoneyama Plantation）進行對談。

金澤和久保田分別站在自己的立場，針對社群媒體的運用、改變中的產業現況與因應之道、未來的展望等進行闡述與討論。第二天的活動是參觀2027年國際園藝博覽會（橫濱花博）的會場，大家都對博覽會深表期待。

以下是座談會內容摘要。

發佈活動訊息集客・用趨勢、極少量、限定商品吸客

園藝店業者久保田洋平 （Yoneyama Plantation）

我們店每週都推出活動，這些活動在一年前就已預定好，所以我們進貨都是以活動需求為優先。以前都是看到好貨才進，但是因為想要多推活動所以就變成現在這樣。只要在社群媒體上公佈活動訊息，就會有來自日本全國各地的客人前來參與。

花禮商品只占店頭營業額的2%。以前花禮是一大項目，但現在已經不是那樣的時代了。雖然部份是因為我們不再把重心放在這上面，但最大的因素是很難做到差異化，又無法做到原創性或是委託製作。花苗方面，我們花了十年才找到願意幫我們生產原創商品的生產者進行交涉。和花苗相比，花禮更難。

只要拿出品評會的品項，遠方的客人也願意專程前來。這麼一想，即使不執著於花禮，只要推出符合趨勢或是產量極少的商品、限定商品等，也可以吸引客人上門。2%這個數字也會跟著增加。期待社群媒體的效果。

從育種家開始育種，經過栽培生產過程，再到商店販售，這個流程已逐漸穩定成型。以我的情況為例，育種家育種之後，我找到八位生產者幫忙生產出貨，然後在店內作為原創商品販售。如今異業合作商品愈來愈多，我認為這將成為不可或缺的一種銷售方式。開發商品的三段式流程應該會變得很重要。我們將從花苗開始提升價格、做出差異化，期待這個流程帶來的成果。

向消費者宣傳品種・交換資訊思考促銷方法

生產者金澤美浩（矢祭園藝）

不能不讓消費者知道品種，更何況有很多品種在消費者知道之前就結束了，因此要在社群媒體上宣傳品種方面的資訊，其他像是生產者的想法、栽培植物的方法等都應該讓消費者了解。

像是「花友園藝祭」靠著YouTuber們合作就能召集2～3萬人到「東京 Big Sight」參加活動。很多人不用花錢就可以聚集這麼多人，賺到令人驚訝的營收。即使個人社群媒體的追蹤者不多，也可以由幾個人組成團隊來吸引消費者成為粉絲，這麼做是必要的。

年輕育種家正逐漸聚集起來，這些人如果不丟一些新東西到市場也不會有人注意他們。多肉植物就是那樣才引起大家注意。為了不讓這樣的機會溜走，我們每天都和花店業者討論各種商品提案，思考要怎麼做消費者才會買單。

雖然好不容易才跟上大家的腳步，但是現在非常樂在其中。如果什麼都不做，新的時代不會到來。只要大家持續交換資訊，同時不斷思考如何促銷花卉，一定會迎來大好時機。現在是脫胎換骨的時期，也會感到痛苦，為了迎接新時代必須把以往累積的經歷統統丟掉，重頭累積新的東西才行，雖然很不容易。

冷鏈資訊即時掌握 紙質數據卡加速花卉 物流永續轉型

日期：2025/5/14
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



先正達花卉公司宣布與 Tapp 合作，將目前的一次性塑膠數據記錄器替換為 Tapp 的紙質數據卡。

將傳統的塑膠資料卡轉換為 Tapp 的設備，可減少塑膠垃圾，並大幅減少電子垃圾—從電池、印刷電路板到 LED、晶片和其他電子元件—使先正達符合永續發展目標。

全球花卉負責人 Mark Schermer 說：「我們優先考慮品質和客戶服務，新型資料卡讓客戶透過智慧型手機即時取得物流的資訊，同時，也讓我們能夠監控冷鏈的狀況。這項創新不僅提高了產品品質，還能更深入地了解產品航線的運輸狀況，這完全符合我們對永續發展的承諾。」

本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9731989/nl-syngenta-flowers-trades-plastic-for-paper-data-loggers/>

Tapp 的數據卡不含鋰電池，是由採收後農業廢棄物提取的纖維製成，隨後將其製成紙質外殼。只需用行動裝置輕輕一掃，即可將溫度和濕度資料傳輸到安全的雲端平台，發貨人和收貨人均可查看。紙質數據卡可視為一般紙張進行回收，大幅減少最終的處理時間和電子垃圾的總量。

Tapp 創始人 Niels Postma 說道：「身為市場領導者，先正達正在開創舉世矚目的行動。我們對此次合作感到無比自豪，堅信此次合作一定成功，祝賀先正達在減少電子垃圾方面邁出了重要一步。」

首批使用 Tapp 紙質數據卡的貨物將於第 20 週從先正達的農場發貨，計劃在秋季全面使用。

永續概念在花卉產業的意義

永續栽培讓每一朵花都有責任與價值



整合環境管理、社會責任與經濟可行性的花卉生產方法

永續性是跨越不同產業的重要概念，花卉產業也不例外。當今世界面臨無數的環境挑戰，全球對鮮花的需求不斷成長，花卉產業面臨越來越大的壓力，需要採取永續的做法，確保生態系統的健康、工人的福祉和花農的經濟可行性。

花卉產業體會到永續實踐的重要性，採取一切措施確保遵守這些實踐準則，因此，從本質上講，花卉栽培的永續性集合了環境管理、社會責任和經濟可行性。

對花卉產業來說，什麼是永續呢？

簡而言之，花卉產業的永續性是指以滿足現代人需求的方式來使用資源，同時又不損害未來世代的資源。這項定義是根據 1987 年聯合國布倫特蘭委員會報告所闡述的理想，考慮環境、經濟和社會因素後強調平衡的方法。



中國的海芋產地

資料來源：<https://thursd.com>
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

永續性通常會透過三個互相關聯的重點原則來定義，這三項重點會包含在各種永續性認證計畫裡，例如花卉栽培永續性倡議 (FSI) 和 Florverde® 永續鮮花等，這些計畫為花農實現永續實踐設定了標準。另一方面，美國花卉基金會 (AFE) 於 2022 年成立的 Sustainbloom 等計畫為花卉產業提供協助，指導花卉企業解決永續發展的複雜問題，並提供所需要的教育工具和資源，而這些工具都是經過研究認證的。

環境永續性

這一部分的重點在於盡量減少花卉生產的生態足跡，其中包含減少農藥使用、節約用水、有效管理廢棄物和促進生物多樣性等做法。這將落實保育生態系統、維護生物多樣性和減少污染等措施。在花卉產業中，這意味著使用有機種植方法、減少化學物質的使用和採用節水技術。因此，鼓勵花農採用這些方法來保護自然棲地並有效利用資源。

經濟永續性

經濟可行性對於花卉產業的長期成功非常關鍵，這包含降低成本而且提高獲利能力，同時又能保持環境標準和社會標準的做法，永續的經濟實踐可能包括多樣化產品供應，和利用創新技術來提高效率。簡單地說，這項重點原則注重的是花卉產業的財務可行性，永續的做法不僅應該對環境友好，

也必須在經濟上可行，確保花農在採用更環保方法的同時能夠保持獲利能力。

社會永續性

這一項重點主要強調公平勞動和社區參與的重要性。包含了為農場工人提供安全的工作條件、提供公平的薪資並支持當地社區，社會永續性也包含供應鏈的透明和材料的道德採購，社會永續性應確保花卉產業中社會公平和社區福利的重要性，考慮公平勞動、社區參與，並確保花卉栽培的好處可以嘉惠所有利害關係人。



為何永續對花卉產業如此重要？

由於花卉產業持續面臨不同的挑戰，因此，永續花卉產業的重要性再怎麼強調也不為過。想想氣候變遷、資源枯竭和消費者偏好的轉變，挑戰有很多，因此永續性的概念就是試圖解決這些挑戰來確保有利的結果。

環境保護

花卉產業依賴自然資源，從農藥使用到水資源使用，對生態系統有重大影響。永續的做法有助於減緩土壤劣化、水污染和生物多樣性喪失等負面影響。透過採用這些技術，該行業可以減少生態足跡。例如，綜合蟲害管理 (IPM) 技術可以最大程度地減少化學物質的使用，而節水灌溉系統則有助於保護這種寶貴的資源。



符合消費者的需求

現今的消費者注重購買的商品對環境和社會的影響，從本質上講，消費者越來越傾向於選擇符合永續來源的產品，因此，隨著人們對環境問題的認知不斷提高，消費者更傾向於選擇負責任地生產的花卉。零售商的應對措施是優先考慮能夠展示永續實踐的供應商，使永續性成為花農的競爭優勢。同樣，許多買家也願意為永續來源的花卉和植物支付更高的價格，消費者行為的轉變意味著花卉企業必須適應這些期望，否則就有可能失去這類的市場。

這也影響進入市場的條件，許多國際拍賣市場要求永續認證，並以此作為交易的先決條件。因此，透過遵守永續的做法並獲得相關認證，花農可以進入更多的市場，增加產品出口機會。

監管規定

世界各國政府都在實施更嚴格的農業法規，特別是有關農藥使用和環境衝擊的法規。採用永續實踐的花卉企業更有能力遵守這些法規，避免潛在的罰款和處罰以提高其聲譽。

長期的韌性

永續的做法確保為後世子孫保留自然資源，強化花卉生產系統的復原力。這種方法保護了環



在 Decorum 公司溫室中的雞冠花



在 Marginpar 的農場採收落新婦

境，也保障了從事花卉栽培的人們的生計。從本質上來說，永續性不僅僅是一種趨勢，它是花卉產業長期生存的必需品，透過投資永續實踐，花卉企業確保其營運在面臨環境和經濟挑戰時保持彈性。

花卉產業的永續圖像

好幾項創新措施示範了永續性如何融入花卉產業，所有這些努力都是為了產業的整體利益。

有機種植的做法

也許永續性在花卉產業中最顯而易見的例子就是採用有機種植的做法。有機花卉栽培避免使用合成肥料與殺蟲劑，轉而使用自然的替代方案，這不僅可以減少化學物質逸散到水陸，也可以改善生態系統。全世界多數的花卉農場在永續實踐上多採用這個方法。



Kikwetu Flowers 的水源保護



Sian Flowers 苗圃的太陽能板

可再生能源的利用

花卉產業改用可再生能源的轉變正在加速，農場投資太陽能電池板來為農場提供電力，可以大幅減少其碳足跡，有多個花農轉向綠色能源的例子，例如，肯亞的花卉生產者 Tambuzi Roses 利用太陽能和參與社區投資計畫獲得了碳中和黃金標章。同樣的情況也發生在世界各地許多花卉農場。

無泥炭基質

人們了解泥炭開採對環境產生衝擊，這樣的意識不斷提高，許多花農轉向使用無泥炭基質來種植植物。這樣的轉變不僅減少了棲息地的



整合蟲害管理

越來越多的花農採用 IPM 策略，主要使用生物控制方法而不是化學殺蟲劑。舉例來說，有些農場在改善生態系統時就會利用益蟲來控制害蟲，進而減少使用有毒的化學物質。

節約水資源技術

水資源管理在花卉生產中相當重要，『水』這種商品的缺乏是許多地區面臨的緊迫問題。因此，越來越多花卉企業採用滴灌等節水技術。此外，他們也採用雨水收集系統來收集和回收水用於灌溉，這些方法不僅減少了用水量，也降低了花農的成本。

破壞，而且符合保護泥炭地的監管趨勢。

廢棄物減量策略與永續包裝解決方案

許多花卉產業採用減少廢棄物的策略，例如堆肥植物廢棄物和使用可生物降解的包裝。這些做法不僅盡可能減少垃圾掩埋量，還創造了一種循環經濟，將廢棄物重新使用轉換為寶貴的資源。有鑑於此，花卉業使用可生物降解和可堆肥的材料代替傳統的塑膠包裝，來解決包裝廢棄物的問題。這種創新設計大幅減少包裝廢棄物的累積，也保持鮮花的新鮮度，為花卉栽培的整體永續發展做出貢獻。

永續採購

FSI 提出一系列的標準原則，用來鼓勵責任採購花卉與植物。這項倡議鼓勵花農採用環境與社會負責任的做法，藉以提高花卉供應鏈的透明度與可追蹤性。



公平貿易的做法與其他標準

公平貿易認證 (Fairtrade certification) 是花卉產業永續性的另外一個重要的面向，這個認證確保花農收到公平的薪資以及在安全的環境下工作，支持公平貿易產品，消費者就能支持該產業的社會永續性。



公平貿易認證 (Fairtrade certification)

社區參與計劃

許多永續花卉農場支持教育計劃，或為工人提供公平薪資，積極與當地社區合作。這些項目促進花農與社區之間的正向關係來增強社會永續性。



肯亞花卉生產者 Kisima 以永續實踐聞名

花卉產業的永續性是一個多面向的概念

花卉產業的永續性代表平衡環境健康、社會公平和經濟可行性的整體方法。消費者對責任生產履歷的花卉需求不斷增加，花農必須適應這些期望，同時應對監管環境和市場動態。產業面臨來自消費者、監管機構和環境挑戰的壓力，實施永續的做法不僅有益，也對花卉產業的長期成功十分重要。

永續實踐不僅有利於環境，還可以強化花卉生產系統的復原能力與獲利能力。從本質上來說，根據 Sustainablebloom 的說法，花卉產業的每個人都應該實現永續發展。在花卉產業中，採用永續理念代表繼續蓬勃發展，同時為社會做出積極貢獻並保護自然資源。



日本花卉市場預測：2025年7月

日期：2025/6/15

資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「孟蘭盆節」日期

新盆（7月盆）：2025年7月13日至7月16日
舊盆（8月盆）：2025年8月13日至8月16日

東京切花（大田花卉）

回顧母親節銷售戰，今年在商品類別方面出現了明顯的趨勢變化。

銷售鮮花的電商平台提供了多樣化商品以因應消費者需求，依然以康乃馨為主，粉紅與紅色仍受歡迎，但由黃色、橙色為主搭配的花束也反應熱烈。此外，今年的特色之一是，除了康乃馨，也有許多其他花材商品頗受歡迎，例如，向日葵、蘭花、大理花、玫瑰等花材所組成的產品，整體銷售表現良好。

未來預期與其他業種的跨界合作將更加頻繁，依據贈送者與收禮者的年齡層不同，選用的花材也將有所區分。

實體店面銷售情況方面，本期的特徵為母親節前夕的買氣大幅升溫。康乃馨盆栽在連假期間銷量活絡，許多消費者在返鄉時順便贈送，或集中於母親節前一週末購買。

各地區表現也有差異。都心地區、商業設施、車站內外的店面人氣旺盛。儘管關東地區的週六受降雨影響，但母親節當日人潮踴躍，許多花店從下午之後到關店前都大排長龍。切花銷售亦表現良好，如同電商平台，連鎖花店中，比起販售單一康乃馨產品，販售自家設計的花束或花藝品並使用多樣花材的商品更受青睞。有不少案例是由顧客自行挑選花材組成花束，顯示出民眾對「選花、送花」的行為，不再只是單純贈送，更是一種自我享受與參與的體驗，這類需求正逐步增加。

輪菊 主要產地為愛知、福岡、靜岡。7月孟蘭盆節用途的數量大致與去年相當，目前生長狀況順利。未來梅雨結束後的高溫，可能會對植株造成立枯等影響。長野、秋田等高冷地的產區，預計從6月下旬開始陸續出貨。數量方面，將以上級品為主，到貨充足。

玫瑰 主要產地為山形、青森、栃木、愛知、靜岡、滋賀。高冷地以單朵型為主，出貨量穩定。暖地則需視後續氣溫變化而定。

LA百合 埼玉深谷地區因種苗費高漲，種植量略減。上旬至中旬的新盆期間出貨量仍有一定規模，但下旬預計出貨量減少。山形產以黃、橘色為主，預計7月中旬開始出貨量增加。

鐵砲百合 秋田、兵庫、福岡等地的新品種鐵砲百合預計將穩定出貨。岐阜的荷蘭球根鐵砲百合則有少量供應。

洋桔梗 上旬千葉產進入出貨高峰，以白色、粉紅色為主。中旬起依序由長野、福島、山形、岩手、青森等地開始出貨，下旬時夏季各產地的貨將出齊。以大輪鋸齒邊品種為主，品質良好。

仙台切花（仙台生花）

繼去年之後，今年也同樣擔憂酷暑帶來的影響，預計將出現品質下降與進貨不穩定的情況。尤其需特別注意因高溫造成的生長障礙以及運輸過程中的品質劣化。

7月是確保穩定供貨的關鍵時期，需盡可能針對產地進行應對調整，同時也是蒐集孟蘭盆節需求資訊最為重要的階段。

輪菊 除了周年產地之外，夏秋產地如宮城、秋田、青森的出貨將加入。主力品種為白菊「精之一世」、黃菊「精之光彩」。雖然預估供應略顯不足，在業務需求尚未恢復的情況下，行情可能會較為嚴峻。不過從月底起，隨著舊孟蘭盆節的需求開始啟動，行情預期將轉為上揚。**多花菊** 以愛知、栃木為主力產地，來自夏秋產地如秋田、福島の供應將逐漸增加。隨著品種選擇的增加，非祭祀用的需求亦值得期待。

小菊 主要來自福島、秋田、岩手。上旬進貨不穩，但中旬以後將趨於穩定，行情也預計回穩。從月底起將開始出現舊盆需求的交易。

康乃馨 日本國產以北海道產為主，但由於今年預估也會出現酷暑，氣候變化可能導致進貨狀況波動較大。另一方面，進口品預計有與往年相當的進貨量，價格行情將趨於穩定。

鐵砲百合 以秋田與兵庫產為主，因為是露地栽培，到貨預測困難，容易受到天氣影響。雖然

供應量會在下旬逐步增加，但需求主要集中於業務用途與佛事用途，因此價格將視進貨量而定，但預估與往年接近。

滿天星 上旬以宮城產為主，中旬以後則轉為以福島產為主。品質穩定，多為預訂與定價交易，預計價格也將穩定。

洋桔梗 到貨以宮城、福島、秋田產為主。今年同樣預計會出現高溫天氣，因此預期會出現生長提前與提前出貨的情況。近年來病蟲害頻繁，呼籲產地做好防治工作。

東京盆栽（東京FP）

掌握一般消費者的需求 把握趨勢是關鍵

繼去年之後，今年也明顯感受到母親節需求的減少。事前預約的訂單量下降，消費者傾向於看過實際進貨商品後再決定購買。

今年母親節商戰日本全國皆顯示出預約量偏低的現象，從4月中旬起，雖然康乃馨的出貨開始增多，但銷售在初期便面臨苦戰。

進入5月後，氣溫趨於穩定，霜害的顧慮也減少，這是一個適合人們開始從事園藝活動的季節。受飲食成本上漲與健康意識提升影響，民眾傾向於親自種植可食植物的風潮正在擴大，例如全家人一起種植蔬菜的「食育體驗」，或是利用自家種植的香草來入菜，也已成爲一種趨勢。

在社群媒體上常看到如「開始園藝生活」、「陽台美學」等熱門hashtag標籤，Instagram上「綠意生活」類的貼文特別受到歡迎，花草與蔬菜的生長記錄也成爲具有「視覺美感」的內容，吸引大量關注。

反映到市場交易中，蔬菜、香草類與觀葉植物的銷售情況均呈現較去年增加的趨勢。雖然花卉禮品需求減少已成事實，但室內觀葉植物與組盆等禮品需求仍維持穩定。

觀葉植物與組盆不僅作為禮品，也因其具備「陽台裝飾美感」、「療癒效果」與「轉換心情」等特性而被消費者選購。在觀葉植物當中，尤其是具有高度室內裝飾性的品項最受歡迎，預期未來觀葉植物的銷售也將持續穩健成長。

到了7月，梅雨季結束，各地會陸續舉辦朝顏市、鬼燈市等活動。這些充滿日本風情的傳統活動，不僅吸引當地民眾，也吸引了來自海外的觀光客，有助於向其留下深刻的日本文化印象。儘管日圓貶值、實質薪資下降與物價上漲持續壓抑消費者購買意願，但因放寬所得限制等刺激消費的政策推動，有部分預測指出

消費將有機會回升，在重視環保、SDGs、健康意識與食育需求等關鍵詞的背景下，這些都與花卉產業息息相關，未來也會持續成爲市場的主流趨勢。

此外，因應療癒與心理健康需求的綠色空間所帶來的放鬆效果，也日益受到關注。若能聚焦這一點，並與終端消費者的需求連結起來，仍有機會為整體花卉產業帶來實質的成長與提升。

兵庫盆栽（姬路生花批發市場）

由於4月天候不佳的影響延續至5月，導致許多品項的出貨延遲，為母親節準備的商品，也出現集中出貨或延遲無法出貨的情況。

康乃馨的行情雖未大幅下跌，但也未出現高價位。繡球花依舊穩健熱銷，在零售店的銷售情況良好，大輪的大理花的動態也相當不錯。

母親節結束後，花壇苗與草花類的出貨激增，然而整體行情仍未回穩。許多零售店原本就預測母親節銷售會比去年更嚴峻，因此大多保守進貨。即便是那些依照去年規模備貨的店家，也普遍反映今年銷售狀況艱難。

從統計來看，花卉在禮品類市場的占比正在下降，而美容、化妝品與健康飲品等實用型禮品的占比則在擴大。整體而言，消費者傾向選擇實用性高於花卉的商品。

受到白米等民生必需品漲價影響，消費者對非必需品（嗜好品）消費愈加保守，因此預估盆栽花卉的銷售情勢將更加嚴峻，難以預測。雖然去年已被評為「嚴峻的一年」，但今年的情況比去年更為雪上加霜。消費者傾向購買花期長、耐放的品項，但7月能選擇的品項本就有限，現在生產量又在減少，許多店家在推廣商品時，也面臨除了室內用的洋蘭之外幾乎無推薦品項的困境。

目前處於消費者根據個人興趣投入金錢的時代，重點在於花卉能否切入這樣的個人化消費模式。

在關東地區有朝顏市、鬼燈市等活動，關西則有大阪、關西萬博等大型活動吸引人潮。若能多舉辦與在地緊密結合的祭典活動，就能吸引群眾並激起「想在家中或庭院擺花」的心理，因此希望這類活動能不斷推展。

過去曾出現關西市場花卉價格便宜、但關東市場高價的情況，但近年來若某樣商品賣不動，那就是全國市況都不好。相反地，若某地花卉消費增長，也會帶動其他地區跟進。因此，應將祭典所帶動的花卉需求擴展至日本全國。

日本花市六月份行情

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2025年6月1日~6月30日)

2025 6月	地區	東京 (大田花市)		大阪 (Naniwa)		札幌 (札幌花卉)	
		日本	進口	日本	進口	日本	進口
		枝數	均價	枝數	均價	枝數	均價
文心蘭	枝數	15,551	139,765	16,811	100,500	52	26,675
	均價	¥190	¥76	¥154	¥74	¥168	¥82
	高價	¥516		¥368		¥201	
	中價	¥110		¥149		¥89	
蝴蝶蘭	枝數	16,361	40,239	7,386	43,728	-	12,694
	均價	¥426	¥243	¥435	¥321	-	¥281
	高價	¥1,119		¥940		¥71	
	中價	¥336		¥577		¥27	
火鶴	枝數	34,761	48,419	2,510	80,805	-	22,499
	均價	¥171	¥94	¥202	¥82	-	¥98
洋桔梗	枝數	531,600	7,720	311,851	6,960	137,444	-
	均價	¥140	¥24	¥130	¥28	¥163	-
	高價	¥421		¥603		¥494	
	中價	¥157		¥319		¥203	
劍蘭	枝數	183,262	-	73,505	-	183,262	0
	均價	¥70	-	¥79	-	¥97	-
	高價	¥119		¥150		¥140	
	中價	¥83		¥100		¥105	
玫瑰 (單朵)	枝數	1,074,017	142,415	659,726	50,492	104,070	5,199
	均價	¥71	¥56	¥60	¥43	¥110	¥115
玫瑰 (多花)	枝數	470,377	9,390	301,412	16,420	30,560	0
	均價	¥78	¥64	¥68	¥37	¥143	-
康乃馨 (單朵)	枝數	726,145	825,636	440,680	591,940	153,415	136,828
	均價	¥56	¥48	¥56	¥46	¥68	¥58
康乃馨 (多花)	枝數	604,684	320,484	526,357	291,170	233,930	58,558
	均價	¥59	¥41	¥56	¥41	¥60	¥53

2025 6月	進口切花 (東京大田花市)	
	高價	中價
火鶴	¥176	¥108
文心蘭	¥133	¥82
玫瑰(ST)	¥146	¥68
康乃馨	¥71	¥52

2025 6月	盆花 (東京FAJ)	
	高價	中價
文心蘭(6號)	-	-
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,096	¥3,608
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥8,142	¥5,775
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源:日本農業新聞2025年6月1日~6月30日)

2025 6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)	
		日本	進口	日本	進口	日本	進口	日本	進口
		枝數	均價	枝數	均價	枝數	均價	枝數	均價
文心蘭	枝數	315	17,788	837	37,060	681	11,650	10,780	55,060
	均價	¥147	¥71	¥248	¥73	¥199	¥78	¥111	¥73
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	601	4,136	7,312	15,252	1,838	11,133	7,485	21,744
	均價	¥235	¥216	¥439	¥288	¥477	¥461	¥298	¥411
	高價	¥459							
	中價	¥244							
火鶴	枝數	-	2,462	1,952	24,102	-	828	-	39,478
	均價	-	¥80	¥214	¥126	-	¥91	-	¥83
洋桔梗	枝數	64,477	-	117,253	1,760	48,810	60	229,465	-
	均價	¥121	-	¥128	¥26	¥147	¥20	¥115	-
	高價	¥335		¥358		¥339		¥354	
	中價	¥139		¥165		¥148		¥130	
劍蘭	枝數	13,430	-	19,330	-	5,580	-	24,948	-
	均價	¥73	-	¥95	-	¥73	-	¥74	-
	高價	¥118		¥131		¥127		¥131	
	中價	¥83		¥101		¥83		¥86	
玫瑰 (單朵)	枝數	83,442	720	473,092	21,870	91,505	12,200	313,485	2,888
	均價	¥73	¥118	¥57	¥63	¥57	¥46	¥69	¥97
玫瑰 (多花)	枝數	51,594	2,790	121,669	5,300	41,598	1,420	173,569	-
	均價	¥98	¥51	¥65	¥63	¥75	¥22	¥88	-
康乃馨 (單朵)	枝數	39,493	45,488	268,175	167,671	50,245	70,350	65,500	76,139
	均價	¥39	¥50	¥52	¥39	¥58	¥56	¥53	¥63
康乃馨 (多花)	枝數	119,775	28,941	231,825	115,550	119,020	30,860	97,370	52,210
	均價	¥46	¥35	¥52	¥30	¥64	¥61	¥50	¥38

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

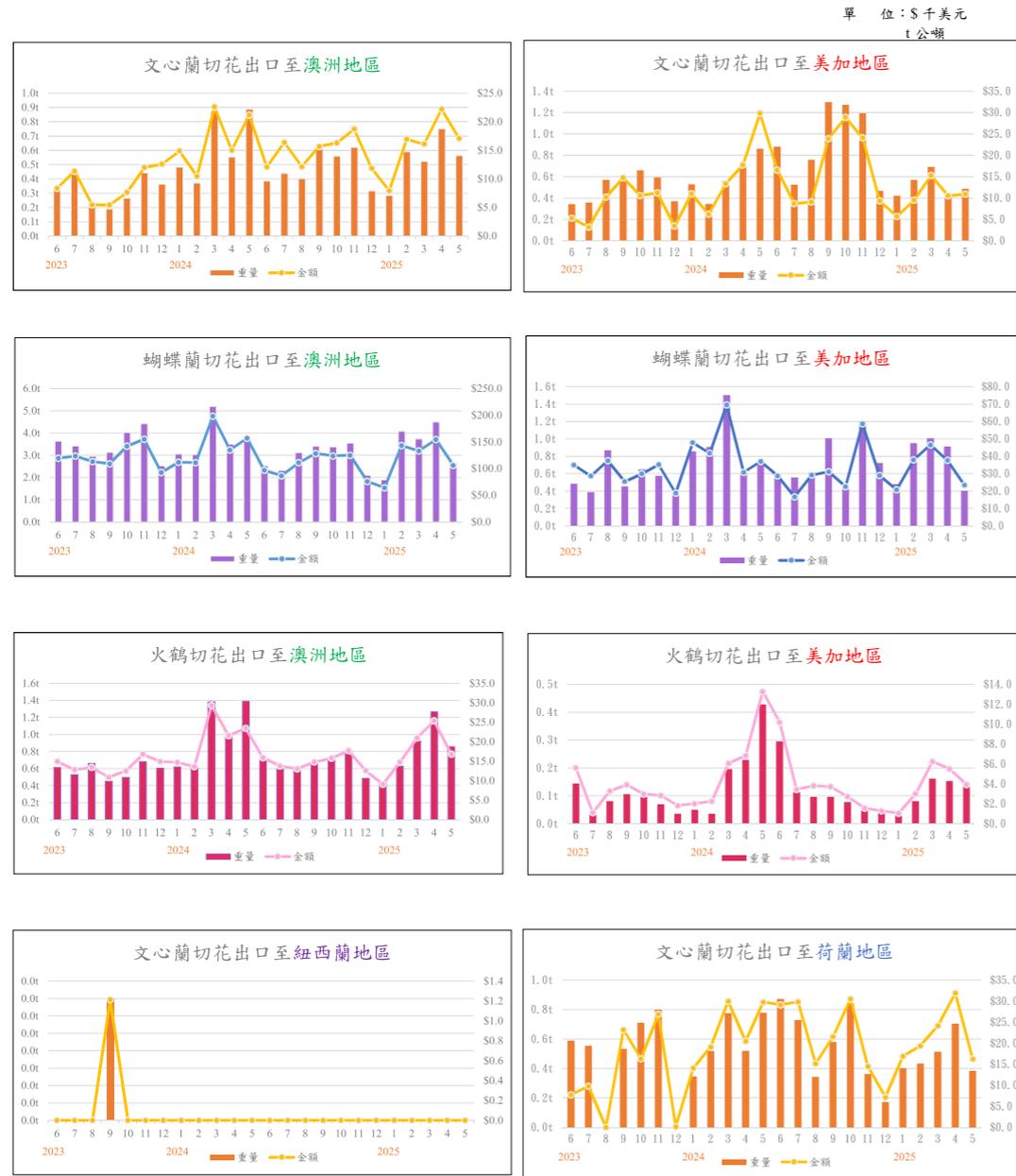
交易日期：114/06/01 ~ 114/06/30 (農曆:114/05/06 ~ 114/06/06)

資料來源：農業部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	44.0	4,267	26.7	1,281	28.8	1,654	22.3	750	23.2	1,638
FB火鶴花	9.3	272,861	8.5	105,447	9.6	100,520	8.1	129,892	9.0	71,933
FC大菊	73.8	75,519	41.3	32,033	51.9	91,533	54.5	57,103	52.0	65,651
FD小菊	46.3	104,332	30.7	34,503	37.1	113,238	39.5	77,043	38.5	91,493
FE非洲菊	52.5	89,190	36.6	29,801	37.1	55,726	37.2	52,544	41.2	64,443
FG劍蘭	69.3	7,934	62.8	1,140	62.3	8,536	66.1	12,945	71.7	13,784
FH101天堂鳥	140.2	2,443	67.5	848	70.2	1,194	85.4	415	71.5	1,430
FH230夜來香	58.1	5,777	44.0	167	41.8	245	61.8	993	57.4	1,094
FH251秀線	42.8	7,144	27.8	3,850	44.0	9,950	36.6	7,285	40.5	8,320
FH29向日葵	94.1	32,189	65.1	7,718	63.5	9,017	64.0	6,585	60.6	9,714
FH330雞冠花	62.1	10,680	40.3	3,848	32.6	6,644	33.4	7,134	31.0	5,040
FH381麒麟草	32.0	27,700	21.0	9,863	24.6	21,235	29.1	15,653	26.5	14,568
FL姬百合	69.5	7,695	45.5	1,591	67.2	3,575	67.9	2,736	73.4	3,257
FM重瓣百合	225.3	10,546	184.3	1,334	185.9	1,022	215.6	1,577	229.8	1,872
FO003 腎藥蘭 曼谷火焰	131.1	2,929	7.9	4,750	10.5	7,330	57.3	1,278	10.9	8,940
FO006 腎藥蘭 深紅色	68.8	125	6.7	190	5.5	160	34.7	64	8.0	240
FO027 萬代蘭 巨輪紫	34.7	8,866	43.3	501	34.7	1,194	25.7	708	17.2	842
FO331 大文心蘭	47.4	307	25.3	25	44.5	293	0.0	0	51.0	6
FO335 檸檬綠文心蘭	74.2	28,958	71.4	6,892	65.5	14,387	66.9	9,618	65.0	10,450
FO336 文心蘭 太陽之子	64.1	2,036	31.0	401	32.0	40	78.2	288	58.0	193
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	35.2	27,630	37.9	140	49.4	230	38.1	100	62.1	726
FR玫瑰	180.8	78,091	142.9	17,650	112.4	20,020	125.2	12,053	126.9	17,180
FS香水百合	182.6	164,854	161.7	49,085	164.3	89,304	167.6	91,588	177.0	95,400
FT鐵砲百合	68.6	8,379	75.5	1,103	57.0	831	56.2	1,316	61.0	2,438
FU洋桔梗	110.0	116,841	74.6	25,466	77.0	24,000	80.3	23,356	89.9	20,967
FW4卡斯比亞	41.0	11,248	39.0	3,561	44.1	4,292	38.0	3,501	41.4	2,448
FW5滿天星	86.1	1,371	102.4	2,893	91.9	3,170	65.5	644	98.6	1,329
FY004 黃椰心	107.3	7,762	72.2	5,963	71.9	16,728	84.3	9,189	85.5	9,328
FY009 電信蘭	62.9	12,729	36.3	5,589	54.6	17,209	60.1	12,971	61.1	10,429
FY050 山蘇葉	17.5	2,613	18.7	3,095	21.7	1,435	13.2	1,664	18.5	565

BLOOMING

KEEP

用心相待 時刻傾聽
與花共舞 同您並進



誠信共榮為基石

理念堅持的品質

出色專業之服務

洞悉市場與趨勢

