

國內郵資已付
北區第8支
直轄可證
許
台北字第12105號
台灣北區郵政管理局
第5701號雜誌登記

雜誌類

www.tfea.org.tw

台灣花訊

Taiwan Floriculture News



台灣花卉輸出業同業公會 發行 | 2023年 第5號
Taiwan Floriculture Exports Association



文心蘭切花品質管理-從種苗作起
全球花束出口市場版圖



電子版

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：2023 年 5 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

- 4 文心蘭切花品質管理-從種苗作起
產業新聞
- 8 「KANEKO種苗」兩種洋桔梗獲優秀獎
「SAKATA SEEDS」與「青山花市」共同開發的新品種也入選
- 9 2023廈門國際花卉新品種展、中國國際花卉園藝展覽會
- 12 青山花市開業30周年紀念 展出100種超人氣粉紅色玫瑰
- 14 不用加水的「飄浮切花」話題性十足
- 15 全球花束出口市場版圖
- 17 ALDI超市與花束供應商JZ Flowers再續約4年
- 20 英國連鎖超市Tesco作出以環保為優先的決定 推出無泥炭花園植物
- 22 加拿大蝴蝶蘭生產者淺談北美蘭花市場
產業趨勢
- 24 弔唁花禮及線香業者推出合作商品組合
- 25 新娘捧花趨勢調查
- 27 專用染色鮮花的花藝佈置品牌 為婚禮增添獨創性
市場行情
- 30 日本花卉市場預測：2023年5月
- 32 日本花市四月份行情
- 34 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	

文心蘭切花品質管理 - 從種苗作起

行政院農業委員會種苗改良繁殖場
邱燕欣、張珈錡、蔡瑜卿、劉明宗

前言

根據 2022 年輸出統計可知台灣花卉出口總量為 19,742 公噸，價值約 2.24 億美元，其中蝴蝶蘭及文心蘭佔總出口量的 72.4%，佔總出口額的 77.5%。文心蘭以切花型態為大宗，外銷量 1,278 公噸，總額約 1350 萬美元，主要外銷市場以日本為主，佔總銷售 95% 以上。日本海關輸入資料可知，台灣文心蘭輸日雖仍保有 9 成的占比，但自台灣進口的總數量卻有逐年下降的趨勢（圖 1.）。而我國文心蘭外銷出口近乎是依賴單一輸出至日本市場下，日本市場的供需動態，稍有風吹草動皆會左右台灣生產地的價格與栽培者的獲利。

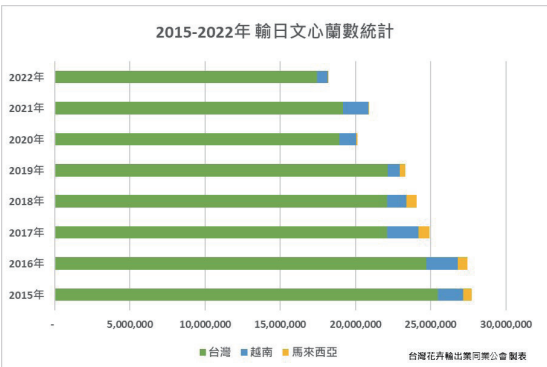


圖 1. 2015-2022 年 輸日文心蘭數量統計

1996-2020年日本的切花輸入國變化

單位：百萬日幣

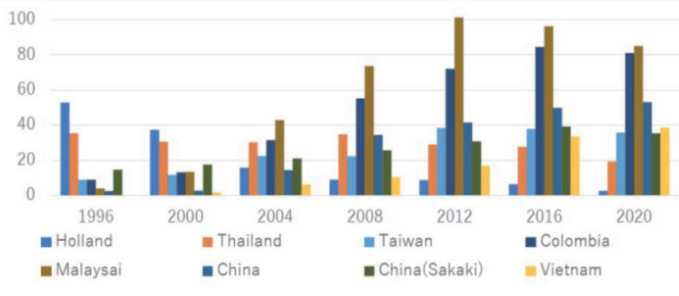


圖 2. 1996-2020 年日本的切花輸入國變化（資料摘錄自 Global floral trends and the strategy of Japan，Nobu Kaishita, Chrysal Japan Limited.）

日本 Chrysal 有限公司 Nobu Kaishita 先生在全球花卉趨勢與日本戰略一文分析指出，過去 20 年日本的切花輸入國的動態成長變化幅度相當大，從原本集中在泰國和荷蘭輸入石斛蘭及百合的樣態（佔總輸入 50%）逐漸洗牌，至 2020 年輸入國及品項皆大幅增加，包括馬來西亞、哥倫比亞、肯亞、印度、中國、越南和台灣等，除了因運輸成本，產地受地緣影響外，花卉品項、價格與品質的差異化，都影響著日本在切花輸入的選擇考量（圖 2.）。

過去農產品的供需以賣方主導，生產者因產地的風土、氣候等因素主導著產品的項目及價格。而在全球貿易活絡之後，運輸成本占比下降，勞工成本占比急速上升，產地的氣候因素可以藉由選擇產地的海拔高度，或是以外部設施克服，溫帶園藝先進國家如荷蘭前往近赤道地區進行技術異地投資施作，建造近消費國家的生產基地，突破原溫帶氣候的限制，使得生產者眾，市場競爭者變多，獲利和成長空間日益萎縮。倘落貿然掉入以削價競爭為重點的「紅海市場」，勢必使得生產者困在嚴峻的競爭當中。

台灣文心蘭產業從 1990 年開始茁壯，從 10 公頃擴展至 2021 年為 245 公頃，產程鏈結從傳統的產銷集團、合作社轉變為垂直一體化的生產模式（圖 3.），如何在供需上鏈結市場動態，達到價格具競爭性、品項供貨穩定及高品質的切花供應，成為文心蘭切花供應者要殺出紅海的必要技能。

在紅海價格戰中，在終端售價高度競爭下，減少成本支出是最大考量，以科技晶圓廠為例，除了投入更高運算量、更小搭載空間的晶圓開發外，晶圓廠更重視如何在產程上，減少劣品的成數。在產品品質管理上，



圖 3. 文心蘭切花生產、供應鏈

追求六個標準差 (six sigma，又稱 6σ) 的指標值，改善製造工廠產品良率的一項目標，藉由各種品管、統計與管理科學的方法論，來有效的辨識與移除流程中潛在的錯誤與瑕疵點，並將產品製造與管理流程的變異 (Variability) 降至最小，追求產品品質的穩定與不斷的改善。將此概念導入文心蘭切花產程管理的思維中，探究劣品原因，將之條列化並列出改善優先順序，逐案紀錄並滾動檢討去除成因後，拉升良品比例，創造獲利空間。在文心蘭切花產程中，栽培者在充分獲得品種育成所有者的授權，充分了解栽種材料的切花品種特性及最適栽培模式，在減少變異發生率的前提下，優化種苗量化技術，縮短量化與育苗時間，合理加速進入開花期，延長切花櫥架壽命，以及應用產期調節技術，以供應期差異，創造價格優勢等是產業的重點目標。

行政院農業委員會種苗改良繁殖場（以下簡稱種苗場）文心蘭團隊自 2021 年起造訪中南部多家文心蘭切花場域，收集並檢視母本材料罹染病毒情況，檢測結果發現所測材料帶有蕙蘭嵌紋病毒 (Cymbidium Mosaic Virus, CymMV)，罹病率分別為 23%-47% 不等，其中不乏有與齒舌蘭輪斑病毒 (Odontoglossum Ringspot Virus, ORSV) 複合感染者，至高約佔 8%，複合感染時病徵明顯，造成葉片上退色斑塊、壞疽條斑（圖 4.），嚴重造成落葉和植株黃化生產力衰退。然而栽培者在僅有單一病毒感染時，往往未能區分植株是否罹染病毒，選擇帶有病毒感染的植株作為母本，進行組織培養苗的量化繁殖。



圖 4. CymMV 與 ORSV 複合感染造成文心蘭葉片上退色斑塊、壞疽條斑

張清安博士於 2012 年的應用健康種苗於文心蘭病毒病之防治一文即述明，遭病毒感染的文心蘭在組織培養期間，在原原種瓶苗量化時程上，無病毒感染材料以 15 萬苗為生產目的約需要 15 個月的生產量化，而病毒感染材料因受到病毒感染生長速度受阻，需要 24 個月才能達到原訂生產目標，可知母本選擇與管理，直接影響組織培養苗的產程成本。而出瓶後的生長速度，無感染病毒的材料在葉長與株高皆優於感染病毒的植株。

有鑑於此，種苗場盤點文心蘭產業技術缺口後，從母本材料開始，投入病毒檢定及組織培養研發量能，進行一系列的產程管理（圖 5.）。針對國內新興的文心蘭切花商業品種（圖 6.），由其育種者或栽培者於田間篩選性狀良好的母株材料近 20 種（圖 7.），提供本場進行文心蘭組織培養量化繁殖條件測試及標準作業流程建立。

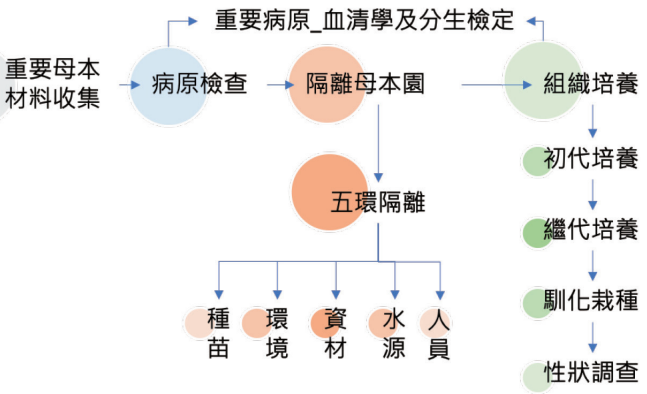


圖 5. 文心蘭種苗生產策略地圖

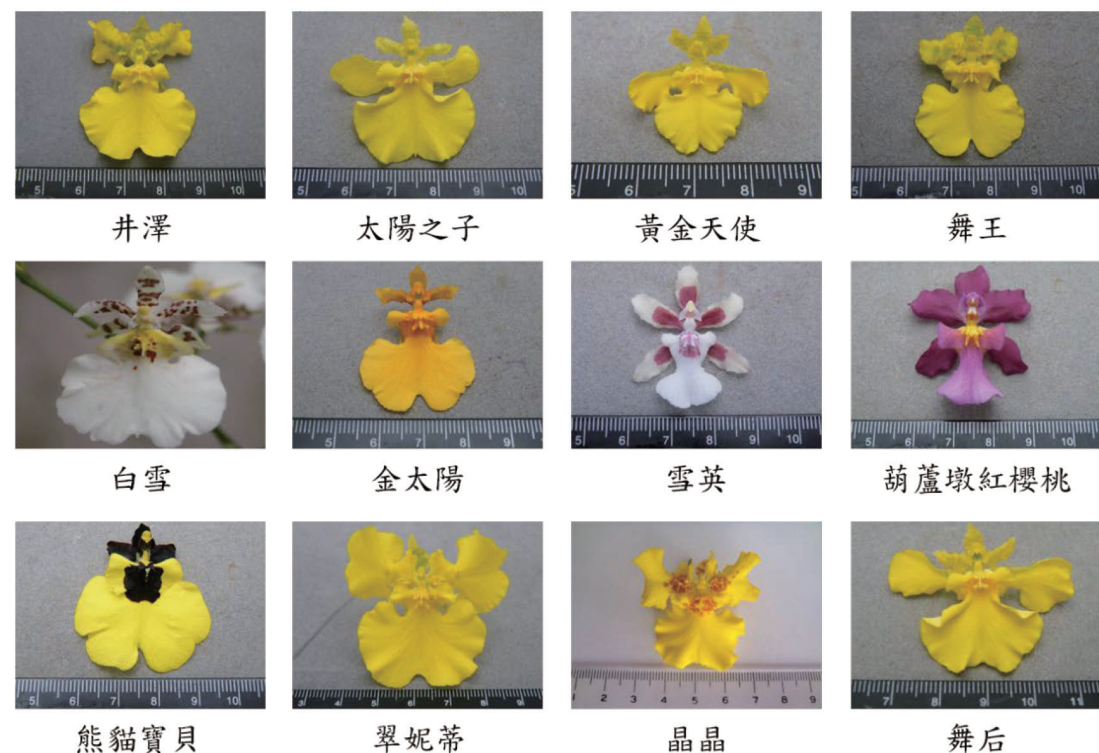


圖 6. 文心蘭切花品種



圖 7. 新興文心蘭切花商業品種收集

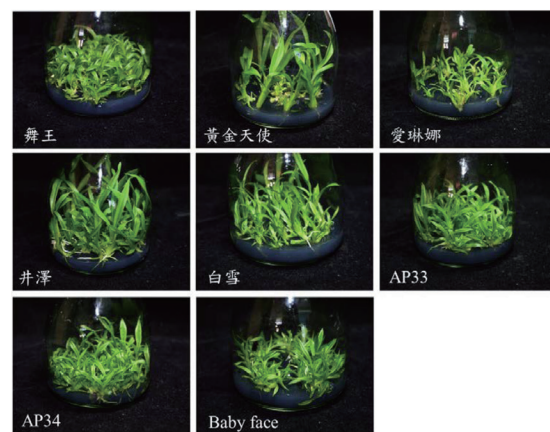


圖 8. 文心蘭新品種組織培養苗量化生產

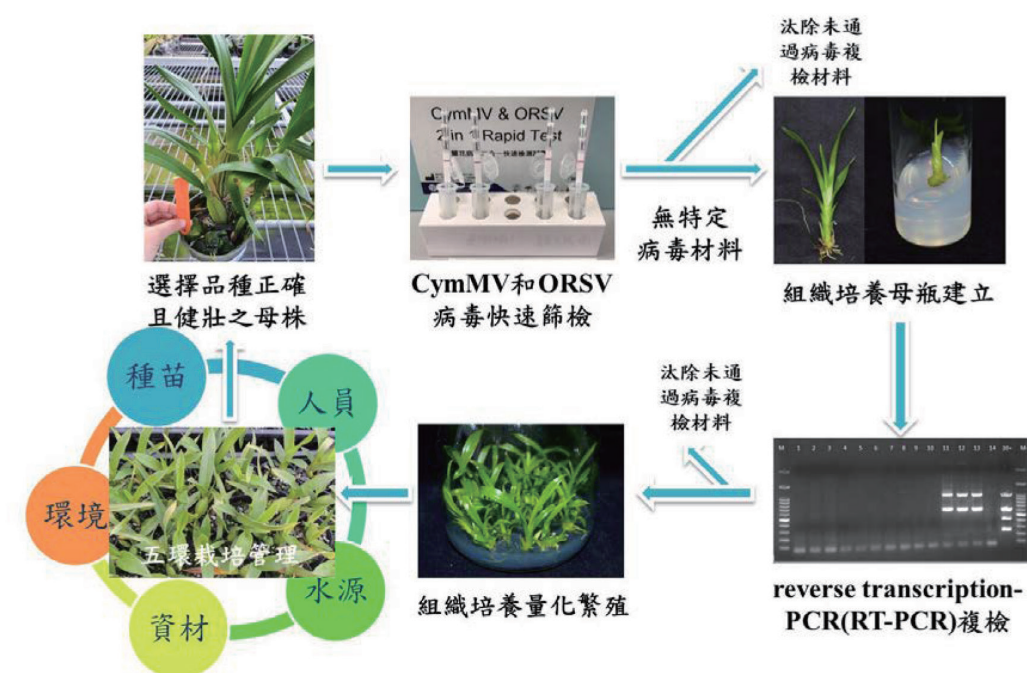


圖 9. 無特定病毒文心蘭組織培養苗生產作業流程

基礎研究探討影響文心蘭組織培養繁殖效率之因子，包括培植體部位、培養基配方，以及單芽和品種間之繁殖倍率差異等，結果顯示文心蘭組織培養的效率在相同培養條件下，不同品種間和同品種不同單株間存在明顯差異，故有必要針對不同品種之特性研發最適化之培養條件。同時建立文心蘭無特定病毒健康種苗標準作業流程，以確保繁殖種苗無感染重要危害性病毒，從田間母本材料採集開始，以病毒篩檢試劑進行快篩檢測作為第一階段檢控，排除使用已感染病毒材料作為繁殖材料，在完成組織培養母瓶建立時，以高靈敏度之反轉錄聚合酶連鎖反應 ((Reverse Transcription-PCR, RT-PCR) 病毒檢測技術進行第二階段檢控，僅無特定病毒的母瓶材料可進入後續量化生產，隨後在量化期間不定期進行 RT-PCR 病毒重複篩檢，以確保在組織培養苗繁殖期間，不會有二次汙染之情形發生。

目前已陸續完成國內 14 個文心蘭新興商業品種之無特定病毒組織培養苗建立 (圖 8.)，並持續進行

最適化培養條件測試，以期未來應用於商業生產。同時輔導國內組織培養生產場導入無特定病毒文心蘭組織培養苗生產作業流程 (圖 9)，落實健康種苗源頭管理。若要達到文心蘭高品質切花的永續生產，僅仰賴健康種苗是遠遠不夠的，在生產栽培期間加強五項重要栽培管理項目，包括種苗、人員、介質、水源與隔離設施環節等之栽培管理 (圖 9.)，減少外部病蟲害感染導致損失，以及在後續保鮮、包裝和儲運等每一個到達消費者前之生產階段，使場域環境和操作流程達到精準生產，方能用最小的投入與損耗，換取最高的品質與收益。

在充分掌握紅海戰線密碼下，增加產品品質，提升場域產出效能和持續降低產品損耗，才能與其他生產區拚搏。在栽培五環管理與永續經營下，以品質創造市場區隔，拉長戰線才能回歸到育種特性的創造，從迎合市場趨勢，進而馴化市場品味，再度創造無人或少人競爭的市場空間為主軸的「文心蘭藍海」。

「Japan Flower Selection 實行協議會」切花類春季審查會

「KANEKO 種苗」兩種洋桔梗獲優秀獎

「SAKATA SEEDS」與「青山花市」共同開發的新品種也入選

日期：2023/4/15、4/1

資料來源：日本農業新聞、花卉園藝新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「Japan Flower Selection 實行協議會」在日本東京都大田花市舉辦了切花類春季審查會，選出「KANEKO 種苗」的「Exe Antique Pink」和「Emma Light Blue」二個洋桔梗品種為優秀獎（「Best Flower」）。今年包括菊花、玫瑰等共有十五個品種入選，並將在十一月從優秀獎中選出年度最優秀獎（「Flower of the Year」）。

「Exe Antique Pink」與「Emma Light Blue」



「Exe Antique Pink」是偏紅色的粉紅中大輪品種，重瓣、花瓣邊緣鋸齒狀，花色雅緻又有華麗感，符合現代潮流的氛圍獲得好評。

「Emma Light Blue」是散發清涼感的藍紫色單瓣中小輪品種，現今市場上充斥眾多感覺厚重的重瓣品種，這款新品種在風中搖曳的輕盈姿態令人感到新鮮，而且也適合用在和式插花等，用途廣泛。

「SAKATA SEEDS」和「青山花市」共同開發的新品種洋桔梗也入選

青山花市的母公司「Park Corporation」和「SAKATA SEEDS」共同開發出來的綠色洋桔梗「Citron Veil」也在入選名單當中。他們的開發計劃就是希望商品流通能夠真實反映消費者需求。淡綠色的「Citron Veil」是「SAKATA SEEDS」和「青山花市」共同進行商品開發的第一個企劃案，經由實體花店和網路上和消費者溝通之後掌握到消費者的需求，再結合最新花卉消費趨勢而得到的成果。

一般來說，新品種開發多半是站在種苗公司、市場和生產者的角度來進行，由於零售店直接接觸消費者，而且對流行趨勢較為敏感，在開發新品種時若能加入零售店的觀點，比較有可能做出符合消費者需求的商品。

未來兩家公司仍將繼續合作共同開發新品種，希望發揮各自的強項，開發新的客層，深耕原有的客群，以便擴大切花消費，讓更多人了解有花為伴的生活多麼美好。



本篇圖片來源：<https://otakaki.co.jp/showroom/230407-jpfc/>、<https://corporate.sakataseed.co.jp/news/2023/20230301.html>

中國花卉展覽回顧

2023 廈門國際花卉新品種展 上千種新品種花卉亮相

中國國際花卉園藝展覽會 500 多家企業參展

展出面積達 4 萬平方米

日期：2023/4/8、4/9

資料來源：南方都市報 APP、南都廣州、澎湃新聞福建資訊平台

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



2023 廈門國際花卉新品種展

2023 廈門國際花卉新品種展於 4 月 8 日展出。花卉展區 2.5 萬 m²，共 1000 餘個新優品種爭奇鬥艷。來自中國國內外花卉種子種苗企業、科研單位參展代表及個人育種家共 300 餘人共襄盛舉。

國外參展商近 30 家，包括德國 Benary、荷蘭 Hoogendoor、日本瀧井（Takii）、以色列 Danziger 等，國內展商則近 40 家，側重展示了近年來中國國內外花卉產業在育種研發創新、新優品種培植、規模化生產示範、

園藝生活化應用等領域的最新發展成果。

本屆新花展規劃了四大展區，包括溫室種植展示區、戶外種植展示區、盆栽展示區及企業風采展示區，集中展出時花、觀葉植物、新優花灌木、奇花異草、觀賞蔬菜五大類新優植物 1000 餘種，其中「廣州系列」矮牽牛集體亮相，由華南國家植物園團隊選育的「大灣區兜蘭」也在此次展會面世。

「廣州系列」矮牽牛的植株強壯，花色豐富，抗病、耐熱性能力更強。「大灣區兜蘭」是多花型兜蘭新品種，由華南國家植物園自

主選育的「功勳兜蘭」和從台灣引進的「布斯少女」雜交選育而來，其花瓣長可達 20 厘米以上，花期較長。

本次展會面積超過 25000 平方米，其中室內展示品種區達 5000 平方米，室外 20000 平方米展區以地栽結合各類型容器的形式進行展示。

中國國際花卉園藝展覽會 (Hortifloexpo IPM Shanghai)

2023 年 4 月 13 日至 15 日，第 25 屆中國國際花卉園藝展覽會在上海新國際博覽中心舉辦，有來自 21 個國家及地區的 500 多家企業參展，展出面積達 4 萬平方米，展品範



「廣州系列」矮牽牛花

圍涉及鮮切花、種苗、生物技術、灌溉系統、冷鏈保鮮等。



各色菊花



來自比利時德魯仕集團的迷你波羅和鳳梨花卉



三角梅



用蝴蝶蘭打造婚紗造型



展館內的花藝作品展示



菊花切花展示



"Pink Kisses" 初吻 = 康乃馨品種



來自 Floricultura 的蝴蝶蘭



花卉品種展示

本篇圖片來源：https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_22632793、
<https://m.mp.oeeee.com/a/BAAFRD000020230408781718.html>、
<https://www.hortidailychina.com/photos/album/10402/ipm-shang-hai/>

青山花市開業 30 周年紀念 展出 100 種超人氣粉紅色玫瑰

日期：2023/4/6

資料來源：PR TIMES 株式会社パーク・コーポレーション
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本「Park Corporation」所經營的「青山花市」(hana-kichi) 於 4 月 20 日～23 日四天期間
南青山總店(包含咖啡店「茶屋」和花藝教室)舉辦「青山玫瑰祭」，展出 100 種粉紅玫瑰。



「青山花市」南青山總店為了紀念開業三十周年，決定選定一種正值盛產期的品項，然後在店內準備很多該種花卉舉辦「青山花祭」。

這次是第二次舉辦，主題是「玫瑰」。「青山花市」販售的多種花卉當中，進貨枝數最多的品項就是玫瑰；而且，依照花色陳列在店面的鮮花就屬粉紅色花朵最受歡迎，人氣勝過其他花色。事實上他們一整年進貨的各色切花當中，粉紅色系就占了約 25%。著眼於此，也為了慶祝春天到來，決定以粉紅玫瑰為主題舉辦花祭，希望讓大家充分體驗粉紅玫瑰濃淡不一的各種花色、質感，以及靠著冬季蓄積的能量所散放的香氣。

花色各異、別具特色的粉紅玫瑰 100 種

即便花色相同，不同花形帶給人的印象各異其趣。溫柔的珊瑚粉、優雅的紫粉紅(Fuchsia Pink)、成熟可愛的裸粉色(Mauve Pink)。自然生成的花色配上花瓣的質感展現出豐富的個性，再加上分為七類的玫瑰香氣，更讓人記憶深刻。

粉紅色的整體佈置，妝點空間展現玩心

「青山花市」二樓的「花瓶藝廊」收集了花藝師精挑細選的花瓶大約一千種，這次配合青山玫瑰祭，將拿出 100 種可以襯托粉紅玫瑰的珍藏花瓶來銷售。尤其值得注意的是新引進的品牌「MOBJE」，其中「Lapel(翻領)」系列屬於署名商品，瓶口像衣領般的

設計是其特點。

插花時可以把瓶口的領片大大展開，以平面來襯托花朵，也可以將領片彎折重疊用夾子固定做出造型，享受不同的樂趣。



以玫瑰花點綴的「花冠法式吐司」再度登場

「青山花市」附設的咖啡店名為「茶屋」，每個月都會更換店內的鮮花擺飾。去年搬遷開幕時成為熱門話題的玫瑰花冠法式吐司再度登場！店內佈置粉紅玫瑰來迎接客人，同時也與花藝教室合作推出許多活動。



在花藝教室「hana-kichi」體驗被春季玫瑰香氣包圍的感受

課程使用有香氣的玫瑰來製作芳香花束，在花與綠圍繞的空間，體驗奢華氣氛。一年當中就以春季的玫瑰品種最多，這個課程教大家把療癒心情的芳香玫瑰做成花束，十分特別，粉紅色也有穩定心緒的效果。



本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000123.000007230.html>

不用加水的「飄浮切花」話題性十足

日期：2023/4/15

資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

位於日本東京都稻城市的「HANA BIYORI 花園」最近展出裝在氣球狀包材、懸在半空中的康乃馨鮮花，引起大家注意。裝在氣球狀包材的鮮花不用加水就可以維持二個禮拜左右。迎接五月十四日「母親節」到來，希望藉此激勵大家送花給媽媽。

這項商品是由在東京都葛西市場營業的花卉批發商「東京 F P」所開發，使用市售的包材「Air Fleur」，袋中充滿空氣保護鮮花，再加上提高袋內濕度等獨家技術來延長觀賞期。到場參觀的民眾看到入迷：「袋中的鮮花都不會枯萎，真是太不可思議了！拿來送禮還可以增加話題。」

未來預定還會舉辦展示和銷售。負責經營的讀賣樂園（植物園部）表示：「很多人看到鮮花彷彿飄浮在空中都很驚訝。希

望得到年輕世代的好評，成為他們買花的契機。」

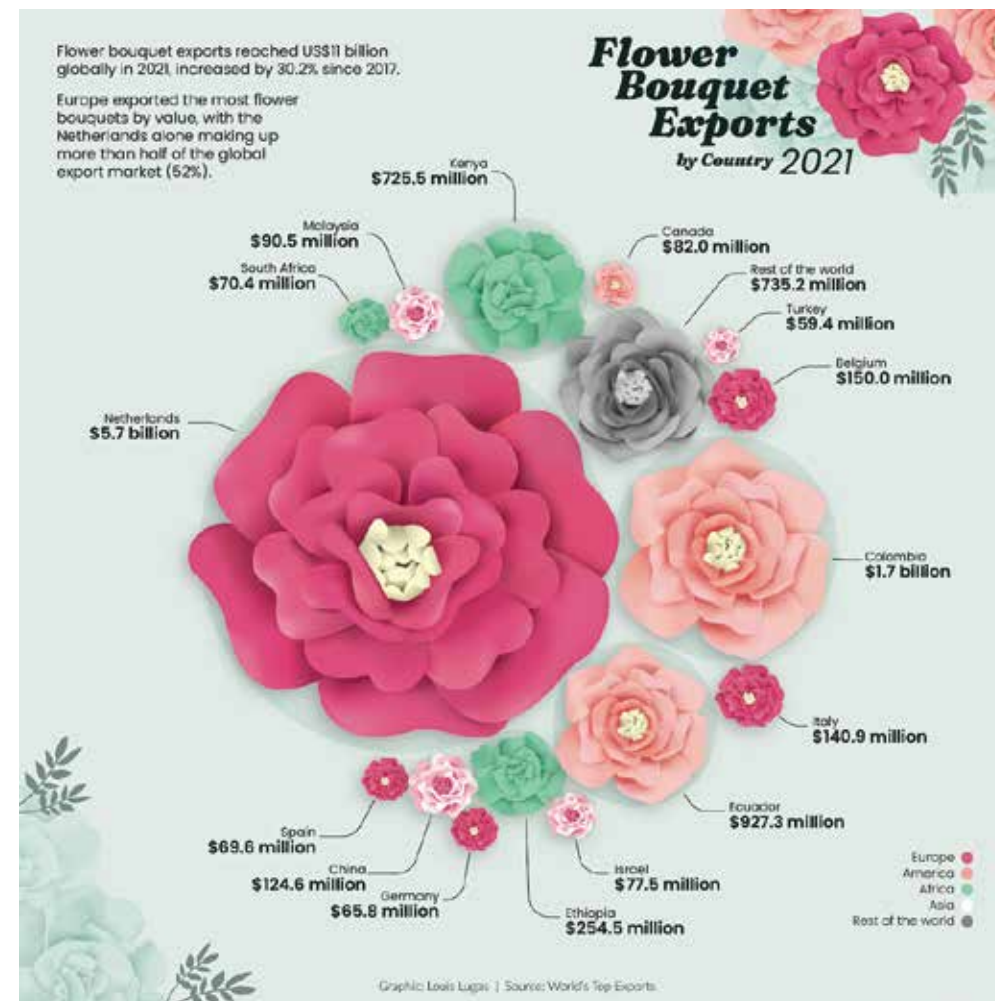
本篇圖片來源：<https://www.agrinews.co.jp/news/index/150088>



全球花束出口市場版圖

日期：2023/3/27

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



對很多人來說，花束是祝賀同事、拜訪生病家人、或者單純向伴侶或朋友表達愛意與善意的首選禮物。

這些精心設計且色彩鮮艷的花束受到全世界喜愛，創造出高達數十億美金的市場。花束的需求還在持續成長，單看 2021 年出口量就高達 110 億美元，與 2017 年相比成長了 30.2%。

Louis Lugas Wicaksono 參考世界頂尖出口雜誌 (World's Top Exports) 的資料來呈現這個市場的狀況。在這幅花束出口版圖中，他展示了 2021 年不同國家的花束出口量。

花束貿易量最多的國家

居於首位並且遙遙領先的出口國是荷蘭，他們以鬱金香聞名於世，在 2021 年主宰著花束出口產業。

排名	國家	洲別	出口花束金額 (2021 年 美金)
1	荷蘭	歐洲	57 億
2	哥倫比亞	美洲	17 億
3	厄瓜多	美洲	9.273 億
4	肯亞	非洲	7.255 億
5	衣索比亞	非洲	2.545 億
6	比利時	歐洲	1.5 億
7	義大利	歐洲	1.409 億
8	中國	亞洲	1.246 億
9	馬來西亞	亞洲	9,050 萬
10	加拿大	美洲	8,200 萬
11	以色列	亞洲	7,750 萬
12	南非	非洲	7,040 萬
13	西班牙	歐洲	6,960 萬
14	德國	歐洲	6,580 萬
15	土耳其	亞洲	5,940 萬

本篇圖片來源：[/cp/visualizing-the-worlds-flower-bouquet-export-market/](#)

在 2021 年，這個小小的歐洲國家出口了價值 57 億美金的花束，這樣的出口量超過全球一半的交易量。幾個世紀以來，荷蘭是全世界最大的花卉生產國，久居龍頭地位，其有利的地理位置以及與花農、供應商與批發商的關係，促使荷蘭成為花卉貿易的樞紐。

哥倫比亞與厄瓜多分別是第二與第三名，他們的出口額分別是 17 億與 9.27 億美金，大量的玫瑰、康乃馨以及菊花從南美洲出口。

在大西洋的另外一邊，肯亞與衣索比亞是玫瑰切花出口的主要推動力，分別為這兩個非洲國家帶來 7.25 億與 2.54 億美金。上述這 5 個國家加起來就佔了 2021 年全世界花束出口額的 85%。

後疫情時代策略

儘管新冠疫情帶來了許多挑戰，花束出口產業仍然是很有韌性的，這不是憑空而來的，很多花店採用新的策略，像是線上銷售以及免費運送到府，以及出口商需要因應全球海運的塞車問題，部分國家像是哥倫比亞與肯亞，他們設法生產賞花期較長的產品，如此，這些產品就可以運往更遠的地方。當新冠疫情趨緩，全球貿易也逐漸復甦，我們期待這個產業越來越興旺。

ALDI 超市與花束供應商 JZ Flowers 再續約 4 年

日期：2023/4/6
資料來源：FloralDaily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



英國 ALDI、愛爾蘭 ALDI 與德國 ALDI 和長期合作夥伴 JZ Flowers 簽署了一份新的 4 年期獨家供應合約。這份新合約價值 4 億英鎊，JZ Flowers 將在合約期間供應 2 億束的花束，供應地點遍佈英國及愛爾蘭的 ALDI 超市。

JZ Flowers 供應 ALDI 花卉已經超過 25 年，該超市遍佈英國及愛爾蘭。他們在赫爾（Hull）附近的紐波特（Newport）、林肯郡（Lincolnshire）的斯伯丁（Spalding）、愛爾蘭納斯（Naas）以及美國邁阿密雇用超過 900 名的員工。該公司於 1995 年開始供應第一批 ALDI 店鋪，隨著 ALDI 的成長，兩間公司合作更加緊密茁壯，目前 JZ Flowers 公司的產品已經在英國與愛爾蘭境內超過 1,150 家店鋪販售。

將近 30 年長期而穩定的合作，JZ Flowers 擁有 ALDI 花卉銷售的專業知識，這也代表 ALDI 超市信賴 JZ Flowers，也支持他們的產品策略，他們的共同目標就是提供性價比最高的花卉。

JZ Flowers 也供貨給全英國與愛爾蘭的零售商，他們屬於荷蘭花卉集團（Dutch Flower Group，以下簡稱 DFG），這是一個很特別的花卉貿易集團，共同合作為全球觀賞用花卉供應鏈

服務。該集團最近持有 Nini Herburg Roses 的股權，這讓 DFG 成員與農場進一步的合作，提供 ALDI 這類客戶垂直整合的供應鏈服務。

英國 ALDI 的採購部總經理 Julie Ashfield 說：「我們很自豪跟 JZ Flowers 有將近 30 年的合作關係，很期待彼此隨著 ALDI 的成長一同發展。我們深信長期合作關係是成功的關鍵，我們感謝 JZ Flowers 持續不斷的支持，為客戶以最低的價格提供最好的產品。」

愛爾蘭 ALDI 的採購部總經理 John Curtin 談到這項合作，他說：「JZ Flowers 令人驚奇的切花種類繁多，帶來非常棒的成就，消費者都很喜歡這些花卉，我們很高興將持續與這家公司繼續合作。長期的合作關係幫助 ALDI 成為愛爾蘭領先的花商，我們十分期待與 JZ 整個團隊的合作。」

JZ Flowers 的總經理 Tessa Zwemstra 說道：「我們非常驕傲與 ALDI 有這麼長的合作關係，透過這份新合約，很感動能再次有 4 年的合作機會。這份合約給我們長期的安全感，實現與花農的承諾，投資花卉供應鏈，確保 ALDI 超市以實惠的價格提供消費者最佳品質且容易入手的花卉。」

本篇圖片來源：
<https://www.floraldaily.com/article/9518753/aldi-and-jz-flowers-partner-up-for-4-more-years/>

英國連鎖超市 Tesco 作出以環保為優先的決定 推出無泥炭花園植物

日期：2023/3/31

資料來源：<https://www.bracknellnews.co.uk/>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

英國連鎖超市特易購 (Tesco) 宣布採用無泥炭的英國產花園植物，成為英國第一家響應降低碳足跡的零售商。

去年 3 月，特易購宣布從 2022 年 4 月開始減少 95% 泥炭的使用。

他們即將達成百分之百停用泥炭的目標，但現在還沒有泥炭的替代材料。Tesco Bridge Farm Horticulture 總部位於林肯郡斯伯丁 (Spalding, Lincolnshire)，該植物供應商目前使用木頭纖維以及天然副產品來生產花園植物。

Bridge Farm Horticulture 苗圃的執行總裁 Louise Motala 說：「我們跟特易購都很有信心，把泥炭從堆肥配方拿掉將會是很重要的一步。為了達成這項目標，我們開始自

行培育種子以及採收幼苗。」

「這些對設備與數量的投資將有助於達成目標，也讓我們對整個供應鏈有更大的彈性與掌握力。」

泥炭與氣候變遷的關係

泥炭培養土是由分解的植物所構成的土壤，需要在泡水與低氧的狀態下形成。泥炭沼澤是一種碳吸存 (carbon sink)，意思是可以吸收二氧化碳的天然倉庫，有助於對抗氣候變遷。

泥炭目前仍是園藝產業種植盆栽植物最喜歡使用的材料，但是在採收泥炭時會釋放大量的碳到大氣中，加速氣候變遷。

這項措施也有助於保存英國與愛爾蘭的泥炭地，這些泥炭地有很豐富的环境效益，因為他們是很多稀有植物、昆蟲與鳥類的棲息地。

以環境為優先考量

特易購是英國最大的花園植物零售商，每年賣出 4 千萬株。

透過這項改變，這家超市公司宣稱減少了泥炭使用量達一年 9,000 立方公尺。

該零售商說這有助於降低產品 75% 的碳足跡，每

年減少超過 1,200 噸的二氧化碳排放量。

今年初，特易購開始販售無泥炭的堆肥。特易購的園藝品採購經理 Alex Edwards 說：「提供無泥炭英國產花園植物是正確的一我們聽到消費者的回饋，並且很努力地證明我們可以提供相同品質的產品，而且對地球也很好。」

「展望未來，我們希望能夠更廣泛運用這個方法，目標希望推廣到更大範圍的植物與花卉。」特易購做出以氣候為優先的決定，從 2022 年 4 月開始，停止在英國產花園植物的堆肥中使用泥炭。

當時沒有幼苗植物培養用的泥炭替代品，所以我們允許最多 5% 的泥炭在堆肥配方中。現在這個問題已經解決了，可以做到完全不使用泥炭。

特易購說由 Bridge Farm Horticulture 供應的所有產品都成功通過測試，該產品不含泥炭堆肥、也不會影響產品的品質或壽命。

環境、食品與農業部長 Trudy Harrison 說：「我有信心這項措施將會鼓勵其他零售商跟進，這是非常具有前瞻思考的行動，我們也計畫在 2024 年全面禁止出售泥炭給業餘園丁。」



種植在林肯郡斯伯丁 Bridge Farm Nurseries 中的報春花



種植在 Bridge Farm Nurseries 中的三色堇，該苗圃位於林肯郡斯伯丁，是英國最大的觀賞用花卉苗圃

加拿大蝴蝶蘭生產者淺談北美蘭花市場

日期：2023/4/14
資料來源：FloralDaily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

2004 年，Mike 與 Neil van Steekelenburg 這對兄弟在加拿大安大略省 Beamsville 創立 CosMic Plants 公司，該公司的目標，是希望為當地市場帶來有效率且負責任的高品質蝴蝶蘭。一開始，他們在 5,600 平方公尺的溫室種植蝴蝶蘭，現在兩處溫室共有 3 公頃的栽種面積。根據 CosMic Plant 公司執行總裁 Arjan Noordam 的說法，母親節是最大的節日，的確有一些挑戰，但目前的準備狀況都還可以。在本篇文章中，他將與我們分享這間公司的歷史、如何調整、以及這些年苗圃如何發展、北美洲的蘭花市場、以及他們未來的計劃等。



CosMic Plant 公司執行總裁 Arjan Noordam

CosMic Plants

Mike 與 Neil 有荷蘭血統，他們家族種花的歷史已經超過 125 年。當兄弟倆決定要開始種植蝴蝶蘭時，他們買了一間 5,600 平方公尺的雙層塑膠溫室，當時，溫室需要全面的改造以符合現代的標準。「一開始，他們

使用一半的溫室種植蝴蝶蘭，另外一半用來種植季節性的產品，一方面是為了趕快在加拿大闖出名號、建立商譽，另外一方面也是為了盡快有現金的收入。」

Arjan 在 2005 年加入 CosMic Plants，目前該團隊擁有 50 名員工。時至今日，他們所栽種的植物都是從組織培養幼苗開始，「CosMic Plants 剛創立時，市面上沒有半成熟的植物或者是幼苗可以購買，我們不得不選擇一條較長的路：這是一個耗時 18 個月的過程。直到 2006 年的春天，我們開始販售第一批蝴蝶蘭。」

到了 2007 年情況又不一样了，市場上對於 CosMic Plants 蘭花的需求明顯增加，該公司停止生產季節產品，轉而全力種植蘭花。「我們的生產量從每週 2,000 株成長了一倍到 4,000 株。2010 年時，我們進行了小規模的擴大，之後我們的產量就增加到每週 5,500 株。」

2011 年，我們與另外一個花農合作擴大產量，到 2016 年時，公司採購了一座面積 2.2 公頃的現代化溫室。我們採用第一座溫室的經驗，重新改造溫室，轉變成適合種植蘭花。由於新增加的溫室面積很大，為了達到新溫室的潛力產能，我們必須在銷售與市場行銷多下點功夫。在當時，將整個溫室用做生產蘭花實在有一點大，我們決定只用溫室的前半部來種植蘭花，後半部的空間租給鄰居。2020 年時，停止該空間出租合約，

開始在後半部空間種植蘭花，這兩處的溫室加起來達 3 公頃的栽種面積。我們的產品主要是銷往加拿大當地的市場，也有出口到美國。

獨特的陳列方式以及永續性的栽培

什麼因素讓 CosMic Plants 的蝴蝶蘭這麼特別？Arjen 說道：「蝴蝶蘭是園藝中心、花店、零售商以及大型量販店的必備商品。我們能從眾多商品脫穎而出，主要是因為獨特的陳列方式—每一品種蝴蝶蘭有兩種不同的花盆尺寸，這就讓我們與市面上的產品有差異性，請參考我們網站上的展示。另外，我們採用高永續性的方式來栽種蝴蝶蘭，從品種的選擇到幼苗的培育，從產品的開始到結束始終如一。」

顧客越來越謹慎

過去兩年（新冠病毒疫情）CosMic Plants 的表現很好，Arjan 注意到顧客越來越注意他們訂購的數量。「西洋情人節的銷售狀況良好，春天與母親節也即將到來，生產狀況看起來很不錯，已將近巔峰。去年夏天以來，我們就在銷售上加緊努力，需要開發更多的顧客以及拓展銷售的區域。」

2 個月的黑暗期

最近該公司面臨了一項困難的挑戰，他們遇到歷史上最短日照的 12 月與 1 月。「這對植物的生長狀況有巨大影響，有時候甚至也會影響人的心情。」如何因應呢？Arjan 解釋說，有一部分已經超出人力所能掌控的範圍，「我們可以稍微調整氣候的設定，但是沒有任何東西可以取代自然且免費的陽光。」

令人興奮的產業

我們問 Arjan 以目前的情況看來，他是否感到滿意呢？他說：「是的，我們感到開心，在這個產業中，你永遠有可以進步的地方，也令人感到振奮。值此同時，全球的經濟與政治都有一些動盪，這當然會帶來一些不確定性，但是花卉產業已經證明他們是最有韌性的。」

未來的計劃

CosMic Plants 總是設法進步與創新，目前他們在研究 LED。「接下來，我們將投資 LED 燈，在密切注意荷蘭的相關發展時，同時也自行研究。我們現在有使用 LED 燈做了一個氣候區，希望將來能再擴大氣候區的範圍。」



本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9519929/nearly-20-years-of-growing-phalaenopsis-and-still-growing-strong/>

吊唁花禮及線香業者推出合作商品組合

日期：2023/4/17

資料來源：PR TIMES 彩株式会社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

在日本專門銷售法人祝賀、弔唁用花禮的「彩株式會社」與線香品牌「宇野千代」推出各式弔唁花禮搭配線香的組合商品，方便客戶選用。包括蝴蝶蘭、花藝商品、高架花籃、永生花、花束等搭配線香，共有 236 項選擇。其中包括蝴蝶蘭加「淡墨之櫻」線香五束入組，線香用桐木盒包裝，是具備高級感的禮物組，蝴蝶蘭盆花由獲得農林水產省大臣獎的花農直送；守夜、弔唁用高架花籃和線香組，可由工作人員直接送到殯儀館，十分便利；弔唁用花藝商品和線香、浮水蠟燭組合商品，最適合送禮用；弔唁用永生花花藝商品與迷你線香組，燃燒時間十分鐘，是幾乎無煙的環保款，散發溫柔櫻花香。



本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000010.000102408.html>

選擇捧花時新娘最重視的是什麼？

新娘捧花趨勢調查

約四成的新娘選擇「鮮花以外」的素材來製作捧花

日期：2023/3/31

資料來源：PR TIMES 株式会社くふうカンパニー
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

選擇捧花的第一要件是「跟婚紗搭不搭」

日本的婚禮情報網站『大家的婚禮』由 Kufu Company 集團的「Any Marry」公司負責營運，「Any Marry」在『大家的婚禮』IG 官網針對近二年剛舉辦過婚禮的「新新娘」和接下來準備舉行婚禮的「準新娘」共 318 人進行了新娘捧花相關調查。

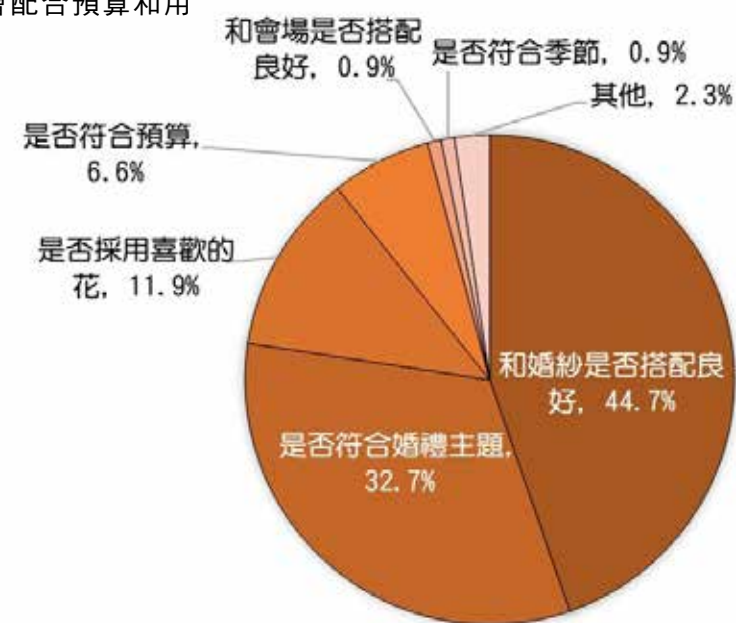
根據調查結果，選擇捧花時新娘最重視的是「和自己所穿的婚紗是否搭配良好」以及「是否符合自己婚禮的主題」。至於製作新娘捧花的素材，有超過六成受訪者選擇經典的「鮮花」，可是也有一定的人數選擇「假花」、「高級人造花」、「乾燥花」等，由此可知大家會配合預算和用途來選擇捧花。

選擇捧花時最重視的事情

選擇捧花時最重視的是「和自己穿的婚紗是否搭配良好」44.7%，其次是「是否符合婚禮主題」32.7%。由調查結果可知，用來襯托新娘手部的捧花，選擇的重點在於是否適合當天穿的婚紗及婚禮主題。

關於『大家的婚禮』婚禮顧問

『大家的婚禮』從以往的營運經驗累積了日本全國約六千件的會場情報、口碑和費用明細等資料，經驗豐富的婚禮顧問對於所有婚禮相關問題可以給予充分的建議。從一般的教堂婚禮到打破既有框架的新式婚禮，都可以根據新人的需求和預算提出適合方案。





製作新娘捧花的素材

針對捧花素材的調查結果，有 63.8% 的受訪者選擇使用具有天然花色和華麗感的「鮮花」。另一方面，由於「希望儘量壓低費用」、「希望婚禮之後捧花仍能繼續保持美麗」、「希望事先確認設計」等原因，有 12.6% 的人選擇「假花」，12.3% 選擇「高級人造花」，5.7% 選擇「乾燥花」，代表約有四成的新娘選擇「鮮花以外」的素材來製作捧花。此外，高達七成以上的新娘會利用 IG 等社群媒體來收集新娘捧花的資料，希望從中選出自己喜歡的設計。

充滿躍動感的輕便花束及染色鮮花花束最受矚目

『大家的婚禮』IG 官網小編 鈴木彩夏的意見：

最近動感十足的「空氣感花束」很受歡迎，似乎是受到韓風婚禮的影響，尤其鮮花像要飛出來一樣的「跳跳花束」或是模擬芭蕾舞者張開雙腿躍向空中的「芭蕾舞孃花束」等捧花設計在 IG 上很多。傳統新娘捧花是把所有花材紮成一束圓形，最近流行的輕便花束（Clutch Bouquet）則是把全部花材剪成一樣長，然後直接把花莖綁一綁變成花束，不加任何包裝。

至於新娘捧花使用的花卉以蝴蝶蘭、長壽花、火鶴、文心蘭較受歡迎，最近也有

新娘配合季節和婚紗的顏色，採用染色鮮花來製作捧花。

此外，隨著婚禮模式多樣化，新娘捧花的準備方式也有所變化，最近有的新娘會向個人開設的網路商店或是自己偏好的設計師直接購買，也有人自己製作捧花，或是從前輩、朋友那裏接收過來。對於婚禮當中一直拿在手上的捧花，愈來愈多新娘希望「能夠展現自己的個性」，根據不同的喜好和預算，可以選擇的種類和取得途徑似乎比從前更加多樣化。



本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000277.000046400.html>

專用染色鮮花的花藝佈置品牌 為婚禮增添獨創性

日期：2023/3/17、3/23

資料來源：PR TIMES 第一園芸株式会社、日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

染色鮮花的花藝佈置新品牌「+couleur」



新冠疫情對婚慶業造成重大打擊，根據日本經濟產業省的「特定服務產業動態統計調查」，2022 年婚宴會場承辦的件數是 73,070 件，大約回復到疫情前 2019 年的九成水準。

日本第一園藝公司為了擴大婚慶事業，特別成立新品牌「+couleur」，專門採用近年流通增加的人工染色鮮花來佈置會場。

品牌名「+couleur」由英文和法文組成，含意是「添加人工色彩以表現獨特感」。除了植物原本的天然花色之外，大膽加上人工染色的染色花，讓新人的婚禮更加繽紛，更加獨特。

用特定色彩來佈置 增加獨特性

此品牌的特色之一是使用色彩來演繹新人具有珍貴回憶的地點。疫情導致舉辦婚禮不再是理所當然的事，因此愈來愈多新人希望婚禮能夠展現自己的風格，期望以特定色彩為主題來佈置婚禮會場，可是像藍色的鮮花就很少見，可以採用的花材有限。近年染色鮮花流通

量增加，而且生產者染色技術進步，可以迅速因應流行的色彩，目前可選擇的花色愈來愈多。企劃師會仔細調查對新人意義重大的地點、喜愛的顏色等等，然後準備一個全世界獨一無二的花藝佈置。

第一園藝表示：「主要客層是年輕世代，他們對染色鮮花沒有排斥感，反而更希望以稀有的花色來展現自己的獨特性。」

以地點為主題的染色花布置案例

主題〔日比谷 LUXE〕地點：日比谷 色彩：金色&咖啡色

作為電影、戲劇之城，日比谷擁有華麗閃耀的形象，由於自然界不存在金色的植物，特別使用染成「金色」的文竹來表現其特色，再配上咖啡色和紫色等濃烈的色彩，塑造出華美的印象。



主題〔橫濱 BRILLIANT〕地點：橫濱 色彩：藍色

使用摩登時髦的各類花卉讓人感受橫濱的海、藍天和夜景。以漸層的藍來表現港都橫濱的風景。自然界少有藍色的花卉，利用染色鮮

花豐富的選擇呈現鮮麗的色彩。



主題（輕井澤 BREEZE）地點：輕井澤 色彩：綠色

模擬輕井澤的草原，從春天到初夏整片美麗的新綠，清爽的風吹拂，草原上可以看到遠方廣闊的森林和山景。設計師用鮮美的花朵和葉材來表現輕井澤美麗的大自然所呈現的各種綠意。彷彿可以感受到高原上耀眼的陽光和清爽的微風，是一款自然輕快的設計。



品牌發想

去年秋天，第一園藝首席設計師新井光史造訪巴黎奢華酒店時，發現他們大膽使用染色鮮花來裝飾大廳，留下了深刻的印象。同時他也看到巴黎街上的花店都會使用染色鮮花製作特別的花藝商品並將染色鮮花展示出來。

由於染色鮮花是讓鮮花吸收人工色素製造出來的，有些人認為是仿造品，對其抱持負面印象。但是當新井設計師看到巴黎超高檔飯店的櫃台大膽擺飾著染色鮮花，他認為應該把染色鮮花當作花藝素材的一種，更自由的加以使用，因此有了成立「+couleur」品牌的構想。

染色鮮花是用染料去染現存的植物，不需要依賴品種改良就可以快速做出流行的花色。生產者都有研究流行色彩，可以迅速提供消費者和花店業者想要的花色。

此外，生產者的染色技術也有進步，對於浸泡時間和溫度等都有嚴格控管，做出的染色鮮花擁有美麗的花色。由於採購到的染色鮮花和天然植物相比一點也不顯得突兀，因此第一園藝決定成立專門使用染色鮮花的新品牌。



・設計師新井光史的看法

原本就很美麗的植物，被人類加上別的色彩變成染色鮮花。自然和化學交織出的微妙差異也有其趣味存在。

就像我在巴黎感受到的，希望能夠更自由的使用花草和色彩來表現婚禮，讓賓客們一起對新人的故事產生共鳴，得到感動。

本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000167.000028146.html>

112 年 1-3 月 切花輸出金額（千美元）統計 — 依國家別												
出口國	菊花	唐菖浦	玫瑰	洋桔梗	康乃馨	百合	海芋	文心蘭	蝴蝶蘭	火鶴	其他切花	合計
1 日本	-	94	-	979	-	-	43	3,340	3,948	457	634	9,494
2 澳大利亞	-	-	-	-	-	-	-	24	682	55	-	761
3 香港	23	1	1	15	0	9	3	58	8	13	52	182
4 美國	-	-	-	1	-	-	-	11	127	-	5	144
5 新加坡	7	15	-	18	-	8	0	10	17	3	52	130
6 阿拉伯	2	-	-	6	-	-	-	3	38	5	1	56
7 中國大陸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
8 荷蘭	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	12
9 泰國	-	-	-	-	-	-	-	1	88	0	-	89
10 科威特	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-	31
11 關島	3	-	5	1	3	1	0	1	0	4	8	25
12 加拿大												0
13 澳門	4	-	0	3	0	0	0	16	6	1	6	38

112 年 1-3 月 切花輸出金額（千美元）統計 — 依國家別												
出口國	菊花	唐菖浦	玫瑰	洋桔梗	康乃馨	百合	海芋	文心蘭	蝴蝶蘭	火鶴	其他切花	合計
1 日本	-	17	-	961	-	-	50	3,512	5,335	408	544	1,0826
2 澳大利亞	-	-	-	-	-	-	-	21	526	49	1	598
3 香港	51	0	2	30	-	15	9	107	17	13	170	413
4 美國	-	-	-	-	-	-	-	15	109	0	3	127
5 新加坡	5	6	-	10	-	12	0	8	17	8	15	81
6 阿拉伯	-	-	-	-	-	-	-	1	129	6	1	136
7 中國大陸												0
8 荷蘭	-	-	-	-	-	-	-	8	0	-	-	8
9 泰國	-	-	-	-	-	-	-	-	51	1	-	52
10 科威特	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-	0	26
11 關島	5	0	7	4	1	3	0	2	1	3	7	33
12 加拿大												0
13 澳門	5	0	-	1	-	0	0	14	7	3	7	38

資料來源：行政院農業委員會
資料彙整：台灣花卉輸出業同業公會
製表日期：2023 年 05 月 01 日

日本花卉市場預測：2023 年 5 月

日期：2023/4/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

東京切花（世田谷花卉）

玫瑰 母親節過後溫暖地區的改植作業照常進行，主要產地轉為寒冷地區。

康乃馨 4 月上旬時日本國產的生長情況順利，母親節前兩週的貨量充足，但接下來也有可能因為天氣因素而發生跟去年一樣生長延遲的情況。進口貨因為價格高，訂單較少。銷售通路變多了，有些品項可能會出現極端缺貨。

多花菊 主要產地是愛知、栃木，中旬過後寒冷地開始出貨。沖繩和鹿兒島等地的出貨持續。出貨量與往年相同。進口貨的到貨量預計也和去年一樣。以佔比來說，馬來西亞產偏少，越南、中國產的會增加。5 月的整體需求持續恢復到疫情前的程度，但到貨量可能不夠，市場行情可能會跟去年差不多。

輪菊 到貨主要來自愛知、栃木、熊本。到貨量和去年一樣。中旬起「精之一世」和「精之光彩」等夏季品種開始出貨。5 月上旬有母親節祭祀的需求。行情依業務需求而定。

星辰花 到貨以和歌山為主，貨量充足。花色以紫色、藍色為主，粉色、黃色系較少。紫色、藍色有母親節祭祀的需求，粉色系則有做為花禮的交易。HB 系的到貨來自寒冷地區以及暖地的二次花，到貨量與往年一樣。

非洲菊 主要產地為靜岡、千葉等。4 月開始改植，到貨量稍微減少。作為母親節的季節品項，每種花色預計可以有良好的販賣

成績。

洋桔梗 沖繩產的出貨迎來尾聲，到貨主要來自熊本、高知、靜岡。受到冬天時的不良天候影響，開花時程有所變動。下級品的比例會比往年還多。

LA 百合 埼玉為主。貨量微增。販賣情況穩定。

鐵砲百合 無大量出貨，但有小規模的產地預計會稍微增加出貨量，販賣情況穩定。

滿天星 出貨量與往年相同。寒冷地預計可以稍微提前出貨，可能趕得上母親節。越接近月底，出貨地越會有所變動。

大阪切花（JF 鶴見花卉）

玫瑰 日本國產產量數量充足，進口品項的到貨可以瞄準需求期。

輪菊 上旬為止有一些母親節的祭祀需求，行情預計可以維持。

多花菊 愛知、靜岡縣為主。連假後的母親節需求期需留意葉子泛黃的情形。

小菊 奈良、靜岡、沖繩的生長情況良好。奈良預計會在黃金週假期（4/29~5/7）結束後開始出貨，出貨量與往年相同。

康乃馨 長崎、兵庫、愛知、茨城為主。各產地的生長情況良好，但貨量的增減會依 4 月的天氣變動，預計會和往年差不多。南美產的貨量會受匯率影響，但預計會比去年多一點。

滿天星 主要來自和歌山、熊本。整體有提

前出貨的傾向，母親節的到貨量充足，母親節過後會慢慢減少。

洋桔梗 到貨來自靜岡、高知、九州縣內。如果提前出貨的品項都集中在 4 月出的話，母親節時可能會缺貨。

LA 百合 埼玉、高知為主。因為種植量減少，所以到貨量減少無可避免。

鐵砲百合 高知、鹿兒島為主。鹿兒島的出貨結束得早，到貨量預計減少。

星辰花 到貨以和歌山為主。到貨量預計和往年相同。預計會有母親節祭祀需求的交易。

非洲菊 靜岡、三重、和歌山、長崎等到貨。到貨量和往年一樣，母親節的行情也預計穩定。

東京盆栽

今年的母親節在 5 月 14 日，銷售期最長，比去年大約多了一星期的時間，很多店家也備了比去年還多的康乃馨盆栽，目前 4 號~5 號的紅色康乃馨的數量還可以確保，也有生產者還能接受粉色康乃馨的訂單。

5 號的紅色康乃馨在去年一盆難求，今年是 4 號盆幾乎完售。

防疫措施逐漸鬆綁，很多消費者在黃金週期間（4/29~5/7）會出門旅行，已經不能再像疫情期間一樣去期待「宅在家需求」。雖然說銷售期很長，但預計店家的銷售情況會跟這幾年的情形不同。

去年因為宅經濟的熱潮，即使提高售價，需求也還是跟得上，但今年受到長時間的烏俄戰爭所造成的食品及能源價格高漲影響，消費者買花的餘裕越來越少。考慮到售

價，訂單價格就有必要調整。

名古屋盆栽（豐明花卉）

5 月份客戶預訂訂單率呈上升趨勢，情況預計和去年一樣，但疫情趨緩，各地的人潮流動多，得把握將來終端消費者的消費習慣變化。

黃金週（4/29~5/7）和母親節的商品跟去年一樣訂購率高，有供不應求的情況。和去年不同的是今年的母親節在 5 月 14 日，銷售期長。

黃金週和母親節過後，中旬就會遇到商品轉換的時期，得從現在開始做好商品銷售提案。



日本花市四月份行情

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2023年4月10日~4月30日)

2023 4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	4,011	95,590	8,961	88,970	0	17,270
	均價	¥320	¥116	¥200	¥108	¥0	¥138
	高價	¥557		¥419		¥236	
	中價	¥144		¥222		¥160	
蝴蝶蘭	枝數	18,638	27,135	10,975	29,219	2,216	7,664
	均價	¥379	¥278	¥366	¥320	¥365	¥315
	高價	¥1,096		¥1,026		¥662	
	中價	¥362		¥542		¥320	
火鶴	枝數	24,621	56,215	1,675	50,368	30	15,842
	均價	¥166	¥126	¥150	¥124	¥385	¥107
洋桔梗	枝數	406,175	0	231,175	1,760	63,212	0
	均價	¥199	¥0	¥199	¥92	¥255	¥0
	高價	¥443		¥458		¥509	
	中價	¥225		¥299		¥279	
劍蘭	枝數	98,210	0	37,770	0	98,210	-
	均價	¥96	-	¥113	¥0	¥166	¥0
	高價	¥181		¥174		¥209	
	中價	¥111		¥127		¥169	
玫瑰 (單朵)	枝數	885,811	111,865	558,124	48,002	101,922	4,739
	均價	¥88	¥51	¥69	¥54	¥95	¥92
玫瑰 (多花)	枝數	365,598	26,043	262,315	13,800	41,820	0
	均價	¥97	¥55	¥79	¥63	¥124	¥0
康乃馨 (單朵)	枝數	630,490	758,675	487,895	617,856	163,605	71,155
	均價	¥62	¥40	¥53	¥42	¥67	¥44
康乃馨 (多花)	枝數	601,555	429,374	295,790	363,990	210,890	39,600
	均價	¥55	¥27	¥56	¥29	¥61	¥48

2023 4月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥162	¥140
文心蘭	¥197	¥132
玫瑰(ST)	¥108	¥58
康乃馨	¥70	¥43

2023 4月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	-	-
蝴蝶蘭3F(6號)	¥6,038	¥3,038
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥15,808	¥9,885
石斛蘭(6號)	¥1,920	¥1,209

(資料來源：日本農業新聞2023年4月10日~4月30日)

2023 4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	0	15,090	870	25,960	251	15,250	6,660	38,760
	均價	¥0	¥109	¥214	¥122	¥252	¥127	¥148	¥124
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	2,392	2,328	6,751	11,543	2,053	6,635	8,501	10,693
	均價	¥214	¥241	¥352	¥292	¥449	¥470	¥279	¥417
	高價	¥539							
	中價	¥257							
火鶴	枝數	57	3,318	1,836	16,306	330	1,972	0	25,436
	均價	¥55	¥121	¥200	¥152	¥160	¥120	¥0	¥123
洋桔梗	枝數	45,157	0	57,608	0	16,485	0	119,044	0
	均價	¥190	¥0	¥239	¥0	¥215	¥0	¥186	¥0
	高價	¥408		¥416		¥411		¥367	
	中價	¥217		¥257		¥239		¥204	
劍蘭	枝數	15,300	-	16,630	0	12,590	0	11,640	0
	均價	¥68	¥0	¥104	¥0	¥90	¥0	¥106	¥0
	高價	¥128		¥154		¥182		¥0	
	中價	¥80		¥122		¥113		¥0	
玫瑰 (單朵)	枝數	73,049	1,460	377,443	35,197	77,672	16,800	234,755	2,119
	均價	¥79	¥107	¥65	¥52	¥59	¥50	¥91	¥103
玫瑰 (多花)	枝數	43,716	720	103,280	2,700	44,218	40	132,083	2,160
	均價	¥117	¥84	¥77	¥70	¥80	¥10	¥109	¥83
康乃馨 (單朵)	枝數	43,691	36,349	342,241	161,555	75,830	39,790	118,681	75,671
	均價	¥58	¥47	¥56	¥34	¥53	¥53	¥55	¥54
康乃馨 (多花)	枝數	134,743	41,456	197,820	90,729	92,710	33,500	163,810	23,892
	均價	¥57	¥33	¥56	¥24	¥62	¥58	¥54	¥45

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：112/04/01 ~ 112/04/30（農曆:112/02/11* ~ 112/03/11）

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	42.3	76,281	42.6	23,728	38.2	34,013	40.1	48,071	39.5	39,455
FB火鶴花	9.8	208,663	9.9	75,107	11.6	85,227	10.4	118,556	11.7	50,586
FC大菊	66.4	100,923	49.3	34,079	55.6	97,367	65.0	72,031	59.7	65,000
FD小菊	53.5	158,195	32.0	37,985	48.3	143,279	51.1	108,617	52.6	107,687
FE非洲菊	30.5	120,005	28.5	31,578	27.9	85,573	27.5	93,706	27.8	81,989
FG劍蘭	72.0	17,076	57.7	2,789	70.2	15,117	66.9	22,775	68.6	19,675
FH101天堂鳥	50.1	8,257	30.1	3,213	38.1	4,034	45.4	2,548	41.0	3,788
FH230夜來香	70.3	3,681	33.5	80	47.5	778	52.9	1,243	59.3	950
FH251秀線	50.2	6,665	35.3	1,380	52.3	7,325	49.1	6,180	49.3	5,257
FH29向日葵	65.3	10,805	44.4	2,560	56.2	6,820	53.6	4,536	57.9	6,183
FH330雞冠花	66.1	5,871	44.6	1,454	54.6	3,703	52.1	2,604	52.0	2,532
FH381麒麟草	31.3	32,225	24.4	10,541	26.8	28,185	29.6	25,697	32.6	21,116
FL姬百合	98.6	5,577	125.1	627	94.8	2,667	107.5	2,721	127.8	736
FM重瓣百合	221.7	17,013	169.8	2,819	183.4	6,001	198.0	3,856	203.4	4,240
FO003 腎藥蘭 曼谷火焰	148.9	4,536	11.5	8,025	13.6	12,560	60.3	2,200	12.2	10,480
FO006 腎藥蘭 深紅色	67.0	147	8.0	1,460	7.3	2,750	38.0	32	6.2	180
FO027 萬代蘭 巨輪紫	28.7	7,164	24.2	585	16.9	260	22.1	1,821	12.4	957
FO331 大文心蘭	149.4	156	131.0	11	126.5	57	-	-	-	-
FO335 檸檬綠文心蘭	128.1	17,425	113.8	3,274	116.0	12,576	121.8	6,391	109.8	6,004
FO336 文心蘭 太陽之子	112.6	1,069	-	-	83.0	20	81.0	17	-	-
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	55.1	19,053	42.3	40	36.4	70	47.0	60	49.1	230
FR玫瑰	132.7	65,585	110.5	12,867	104.8	14,230	106.0	11,552	98.2	14,295
FS香水百合	201.2	168,302	194.7	40,872	202.0	84,444	195.2	94,566	212.9	87,078
FT鐵砲百合	118.6	7,531	79.9	2,537	96.8	2,799	84.0	4,437	80.4	4,524
FU洋桔梗	147.6	76,531	91.0	17,565	101.3	15,470	110.5	20,254	108.5	17,056
FW4卡斯比亞	40.5	13,649	34.5	3,813	42.8	4,749	39.7	6,185	37.6	3,386
FW5滿天星	48.9	3,318	53.3	2,529	53.0	3,950	54.3	2,294	50.7	2,655
FY004 黃椰心	112.3	10,537	77.3	6,265	82.7	22,771	96.7	14,079	93.2	11,599
FY009 電信蘭	77.9	13,240	34.3	6,098	75.9	20,449	81.1	15,984	69.6	10,834
FY050 山蘇葉	24.8	3,453	22.7	2,323	25.8	1,311	25.8	846	25.5	805