台灣花訊

Taiwan Floriculture News

2023年 第12號

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：世茂農業生技公司蝴蝶蘭V3外銷專業生產

日本優質蝴蝶蘭的行銷推廣與創新永續之產業現況

杜拜線上花卉B2B平台盼透過創新科技來改變全球花卉市場

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 12 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

十二月號 No. 12

4 日本優質蝴蝶蘭的行銷推廣與創新永續之產業現況

產業新聞

8 可自我供水的蘭花永續花盆
9 北美溫室業者盼能以紙塑托盤取代塑膠托盤
10 南韓的紀念儀式與鮮花需求
11 杜拜線上花卉B2B平台盼透過創新科技來改變全球花卉市場
14 日本花卉業界持續數位轉型
15 透過APP自動通知消費者花卉的即時到貨資訊

產業趨勢

20 「濁色」鮮花為何受歡迎？
22 挽救日本國產切花市場的對策—縮短切花規格以降低成本
25 重新檢視集貨方式因應「2024問題」
26 鮮花訂閱制業者建構自有物流網 進一步推升物流效率

市場行情

28 日本花卉市場預測：2023年12月
32 日本花市十一月份行情
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	

日本優質蝴蝶蘭的行銷推廣與創新永續之產業現況

福爾摩莎園藝中心（股）公司 鄭光淵

花禮與花語

每每在百花展示婀娜多姿美麗的同時，就屬有花后之稱的蝴蝶蘭能跳脫出獨特特質，其高尚、典雅及清新的氣質總是會令人印象深刻到流連忘返，蝴蝶蘭有著絢麗的花色，花語有「我愛你」「幸福飛來」的意涵，適合用在開幕慶祝、升遷、開業開店，甚至是生日禮物。而蝴蝶蘭的花期壽命長達 1-3 個月不等，讓收到賀禮的人可以擁有長時間的欣賞期，所有的花色都很優雅而迷人，非常適合用在慶祝活動，花色的選擇則會視不同的國家文化而有所差異，在日本白色蝴蝶蘭是慶祝的標準，白色和黃色唇代表著優雅純潔，白色加紅色唇組合意味著帶來好運，而粉色蝴蝶蘭則是替慶祝活動增添更多光彩營造出華麗的氛圍。(圖 1)

圖 1. 胡蝶蘭花禮花色選擇之意涵

花禮的挑選

關於選擇何種類型樣式的蝴蝶蘭當作賀禮也是一門課學習的功夫，按照蝴蝶蘭特性分類為花瓣大小、選擇組合株數及輪數。

圖 2. 胡蝶蘭花禮樣式 - 花朵大小 (左 - 中小花、右 - 大花)。

1. 花朵大小 (圖 2)

花朵大小，分成中小花 (約 6 公分) 及大花 (約 10-15 公分) 兩種，中小花的花朵層次較為緊密適合布置在居家，大花的花朵層次較為分散適合商務場合與重要慶典，不同環境場合選擇花瓣大小適合的蝴蝶蘭同樣都能吸引人的目光。

2. 株數組合 (圖 3)

株數組合，分成立式二株、三株、五株。

二株建議用在有限空間中展示，如居家、個人辦公室、商店等。

三株則是在有限空間中呈現更華麗的感覺，可比雙株可用在稍大空間。

五株通常用在特別的慶祝活動，更能脫穎而出設計層次的空間感。

圖 3. 胡蝶蘭花禮樣式 - 株數。(左 -2 株、中 -3 株、右 -5 株)

3. 朵數組合 (圖 4)

朵數組合，每株朵數為 12 輪時，則可分成三株的 (36 朵以上)、五株的 (60 朵以上) 及十株的 (120 朵以上) 的高級輪數組合。

圖 4. 胡蝶蘭花禮樣式 - 朵數。(左 -36 朵以上、中 -60 朵以上、右 -120 朵以上)

消費者可依據上述簡單的購買指南選擇適當蝴蝶蘭賀禮。

而關於選擇蝴蝶蘭賀禮，贈送的注意事項需要被納入衡量：

1. 花盆組合的大小與展示的空間，最好的是可以清楚收件人的需求，如果空間有限的情況下，三株以下的組合也可以展示出蝴蝶蘭的優雅氣息。
2. 在花盆組合立上賀禮祝詞及贈送者的標牌，可一眼分辨出賀禮是誰贈送的。
3. 而送蝴蝶蘭花盆組合切勿使用在復健或出院當禮物，據說植物「生根」的意思與疾病康復時間持續有相同的含意，文化差異上也須特別注意。

若從贈送的需求性來分類，可分作以下幾種類別：

1. 用於開業及開幕慶祝的蝴蝶蘭：推薦使用大花組合盆栽能賦予大方高尚的慶祝方式，如商業慶賀、商業合作夥伴的辦公室、商場或店面。如果場地限制，也可依照收件者場地需求客製合適大小組合盆栽，如好友、親友的室內場地。
2. 用於促銷和慶祝活動的蝴蝶蘭：祝賀商業夥伴升遷或祈禱所愛的人在未來能成功和發展，選擇蝴蝶蘭具有高貴、精緻的感覺是正式慶典的完美禮物。

3. 用於搬遷、新裝修和喬遷的蝴蝶蘭：祝賀新商店、新公司大樓或新居落成，慶祝新的開始和新地方的起始點，有新的開始的感覺。

4. 用於慶祝生日的蝴蝶蘭：可選擇中小花以下的迷你型盆栽組合且顏色的選擇很多，很適合放在客廳中當作完美的生日禮物。

商業創新與永續

圖 5. 日比谷花壇圖繪蝴蝶蘭稱之「化粧蘭」。

在優質蝴蝶蘭的商業創新中，日比谷花壇成功推廣為蝴蝶蘭繪畫的服務稱作化妝蘭，不僅有大人和小孩都喜歡的迪士尼聯名米奇與米妮的圖案，更特別的是由一位日比谷花壇高階設計師來本 曜世推出一系列的季節、花朵、風景圖案，每件作品都是獨一無二的藝術品，展現出蝴蝶蘭的體態與點綴結合的美麗。(圖 5)

SDGs 是 2030 年應實現的 17 個國際目標也是國際趨勢，為了提倡生產永續的理念，日比谷花壇推出一款新的花禮，這款花禮的特殊之處在於資源重複使用的紙盆，可以不使用太多的包裝材料外觀就很有設計感，可以減輕環境的負擔，並將豐富的自然與未來感聯結再一起取名為 E-POT，從製造到回收落實減少二氧化碳排放量。

產業現況與思維

日本歷經二次世界大戰後，自然增減數經過兩次的嬰兒時期從 1949 年的 175 萬人，經歷 70 年的時間產生變化，在 2005 年由正轉向負增長，而 2021 年負增長約為 63 萬人，顯然在這 15 年間死亡率大於出生率，嬰兒世代已開始邁入年老狀態因此死亡人數增加，日本總人口數呈現遞減的情況。(圖 6)

(＊ 2021 年出生數為 81.2 萬人；死亡數為 144.0 萬人。)

日本除了人口老年化之外，相同的道理花卉生產也是有老年化問題，其中 60 歲以上的生產者佔 60% 以上，就連可用在葬儀、祝賀贈禮的第二大花卉產值洋蘭 (蝴蝶蘭)，因為生產者老化、生產成本增加、異常氣候等關係生產減量，仰賴進口的方式就顯得格外重要，因此生產和進口量的變化也變得息息相關。

在日本蝴蝶蘭商業模式中就屬盆花與切花兩種通路系統，盆花使用多數用在祝賀贈禮，切花則屬葬儀使用居多，端看 2022 年

圖 6. 1899-2021 年日本人數自然增減數及自然增減率的變化。

蝴蝶蘭切花總輸入量 632 萬枝，其中由台灣輸入突破 500 萬枝高達近 80% 的比例，可是多數的蝴蝶蘭切花都被使用在相對較低單價的葬儀通路，然而可承受中大型葬儀費用的消費也逐漸變少甚至儀式從簡，因此該如何突破既有的蝴蝶蘭產業思維，並且增加高附加價值的應用顯得非常重要。

資料來源：

1. 令和 3 年 (2021) 人口動態統計 (報告書)，https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/houkoku21/index.html。

2. 胡蝶蘭のお祝いギフト 36 選，https://www.hibiyakadan.com/biz/orchid/。

3. 花のスタイルからさがす，https://www.hibiyakadan.com/type?ckc=00002|6&pageNo=2 。

4. 胡蝶蘭 (ホワイト) 3本立ち【e-pot仕様】https://www.hibiyakadan.com/product.html?pskunumber=TR1089。

讓照顧蘭花變得更簡單！

可自我供水的蘭花永續花盆

日期：2023/11/37
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

蝴蝶蘭以長賞花期聞名，然而，對很多消費者來說，正確地照顧這種植物是項挑戰，為了讓澆水變得容易，荷蘭園藝資材商 Elho 與 The Orchid Growers 兩家公司攜手合作，共同研發出一種永續觀賞花盆“Vibes Orchid”（與蘭花共舞），特別適用於蘭花。

他們說 Elho 與 The Orchid Growers 兩家公司的合作是很合理的，Elho 的首席設計師 Bas van de Veer 說道：「因為 Elho 是最大的永續花盆供應商，而蝴蝶蘭是最主要的室內開花植物，我們都觀察到『不易照顧』是一個機會。

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9573862/elho-and-the-orchid-growers-introduce-vibes-orchid/、https://www.elho.com/en/products/vibes-fold-orchid-high/vibes-fold-orchid-high-12-5cm-frosted-pink/#pid=3

The Orchid Growers 的銷售經理 Henk de Jong 說道：「Vibes Orchid 是一種創新的盆器，除了為蘭花量身打造的花盆尺寸，它還有一套整合的供水系統，它讓蘭花可以自己供水，而且是正確的水量，可以避免過度澆水，這就是消費者在尋找的產品。除了 Vibes Orchid 帶來的便利之外，它也是一項永續的產品。它是由 100% 的回收塑膠製成的，也能完全回收，目前有 3 種流行的顏色可供選擇。」

北美溫室業者盼能以紙塑托盤取代塑膠托盤

日期：2023/10/24
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

加拿大園藝資材商 CSK Green LLCKiran Patil 說：「全球對綠色和可分解產品的需求，再加上減少使用塑膠產品的目標，讓我們決定開始製造紙塑產品來取代塑膠包裝材料。在北美市場，我們於 2021 年推出產品，也看到需求正逐步成長。」在二月中旬左右，他們將在加拿大安大略省的一家新工廠開始生產這些產品。

於加拿大溫室研討會的 CSK 攤位

什麼是塑模紙漿？

Patil 說：「塑模紙漿，也稱為塑模纖維，是一種包裝材料，通常由 100% 回收的瓦楞纖維板和報紙製成。它用於為包裝物提供保護或食品托盤和飲料杯，其他典型用途包括端蓋、托盤和泡殼式容器。」

優點

使用塑模紙漿有很多的優點，最主要的是，使用這種材料製成的產品是綠色環保的（百分之百由消費後的廢棄物製成）、可堆肥的（百分之百可生物分解），且對環境友善（使用最低的能源製成）。還有其他的優點嗎？當然有，首先，由於產品可以堆疊，因此可以節省儲存與運送空間；它們不受溫度的影響、可以吸收衝擊、保護產品免受震動與搖動、減少磨損且防靜電。此外，在成本方面，它減少了勞動成本，不需要組裝，與其他形式的包裝相比單位成本更低，模具成本更低，價格波動最小，而且後續處裡的成本更低。

未來

Patil 預測這類產品前途一片光明，「經過初步試驗，溫室經營者已經用這些類型的產品取代了 5% 的塑膠產品。我的客戶主要使用各種運輸托盤，由於我們本身就有塑模的能力，因此可以生產客製化產品。」到 2024 年，他們將在加拿大安大略省的工廠生產這些產品，「目前，我們的產品是在海外生產，在加拿大設立新的生產工廠，更接近我們的主要市場，這是邁向更環保的另一大步。」

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9568429/north-america-greenhouse-operators-eager-to-replace-plastic-trays-with-molded-pulp-trays/

南韓金海市首開該國先例，正式禁止在墓地供奉塑膠花

南韓的紀念儀式與鮮花需求

日期：2023/10/16
資料來源：Korea Bizwire
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

韓國很注重葬後文化，會在特殊節日在墓園舉行紀念儀式。因此，每年「秋夕節」期間對紀念花卉的需求量很大。然而，過去隨著時間的推移，塑膠花比鮮花更受歡迎，成為紀念儀式的首選。

塑膠花的優缺點

塑膠花有幾個優點，他們不僅更有價格優勢，而且放置在墓地時，有不受天氣條件影響的耐用性。因此，在過去多年來，塑膠花是多數公園和墓園用來美化的常見選擇。儘管如此，大家要了解塑膠花其實是偽裝成鮮花貢品的塑膠廢料，這些材料由合成纖維、塑膠和金屬芯組成。由於它是由多種材料製成，在回收時非常具有挑戰性。

通常處理廢棄塑膠花是用掩埋或焚燒這兩種方式，過程會產生碳排放和細小塑膠顆粒，導致環境污染—這是一個很大的問題。更糟糕的是，多數塑膠花都是從其他國家進口的，每年進口量超過 2000 噸，主要來自中國。

南韓國立大田公墓（Daejeon National Cemetery）就是一個鮮明的例子，過去五年裡，這裡處理了重達 449 噸的塑膠花圈。根據南韓國防部數據顯示，2019 年大田國家紀念公園（Daejeon National Memorial Park）丟棄的塑膠花圈數量達 95 噸，2020 年為 78 噸，2021 年為 108 噸，2022 年為 92 噸，截至今年 9 月為 76 噸，這五年處理塑膠花圈的費用高達 1.42 億韓元。

提高對傳統儀式中鮮花價值的認識

認知到這個問題的環境和文化意義，以花卉產業聞名的金海市（Gimhae）慶尚南道（South Gyeongsan Province）今年邁出了開創性的一步，正式實施禁止在公園和墓地使用塑膠花的政策，在韓國首開先例。在最近的秋夕節假期期間，該市透過與掃墓民眾分享鮮花，把焦點放在提高人們對傳統儀式中鮮花價值的認識。

這項倡議獲得好評，並推廣到其他的地區，包括整個慶尚南道和釜山市。正如一位掃墓民眾說：「與人造花相比，當我攜帶鮮花時，我感到更加崇敬，相信這項政策不僅具有文化意義，而且對環境也有更多好處。」

本篇圖片來源：http://koreabizwire.com/south-korea-transitions-from-plastic-to-fresh-flowers-for-memorial-ceremonies/261966

杜拜線上花卉 B2B 平台盼透過創新科技來改變全球花卉市場

日期：2023/11/1
資料來源：https://thursd.com/
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

花卉不僅代表美麗與芬芳，他們也是許多事物的象徵，例如愛情、慶祝、欣賞和感恩，以及介於人與人之間的許多其他元素，花卉毫無疑問地表達出人們的情感。

但是，這些花卉是如何到達人們手中呢？花店、飯店、活動策劃者和超市是如何從世界各地採購最優質的鮮花？花農如何取得最佳的價格和品質？更重要的是，創新和科技如何在這些過程中發揮作用呢？

位於杜拜的 B2B 花卉拍賣市場 Floranow 公司將為大家解答。

Floranow 拍賣市場的精神

Floranow 是線上的花卉交易平台，主要經營項目是切花。他們與國際花農合作，像是荷蘭、肯亞、南非、中國、斯里蘭卡、哥倫比亞與泰國，他們從這些國家取得切花，然後賣給海灣阿拉伯國家合作委員會（Gulf Cooperation Council）的成員國家以及約旦。

為了促進花農和買家之間的直接交易，Floranow 顛覆了傳統的花卉供應鏈，並為雙方提供了多面向優勢作為回報。

該平台經營的品項包含玫瑰，蘭花、觀葉植物、夏季花卉、植物，甚至是配件材料，提供熱愛花卉和植物買家有舒適的購物體驗。

Floranow 談到：「我們很自豪提供來自全球最佳花農精挑細選的產品，這些花卉來自荷蘭、肯亞、泰國、哥倫比亞和中國等國家，並將他們與海灣合作委員會和約旦的花卉零售商、婚禮和活動策劃者以及酒店串連起來。」

Floranow 花卉市場的總部位於杜拜，由該公司執行長 Charif Mzayek 於 2016 年創立，彙集了花卉生產國的苗圃和機構潛在客戶，包括零售商和其他企業，如飯店、婚禮和活動策劃者、花店以及阿聯酋和周邊其他國家的超市。

Mzayek 是在一家花店長大的，他是一位對花卉充滿熱情的企業家，在花卉行業擁有超過 25 年的經驗，他在全世界參與了花卉產業的許多領域，包括生產、貿易、設計和零售。

Floranow 於展覽會場

Floranow 公司執行長 Charif Mzayek（左 1）

Mzayek 說道：「多年來，我十分熟悉花農和買家每天面臨的痛苦和挑戰，缺乏透明的資訊、價格波動、供應鏈冗長且效率低下，這些都是成本增加並影響產品品質的原因，也是當今花卉產業面臨的幾個挑戰。」

他補充：「買家提供給傳統供應商和批發商的產品選擇經常受到限制，造成花農進入市場的機會也受限。儘管買家支付更多費用，但由於系統效率差而且過時，花農獲得的收益也因此減少了。」

「懷著面對所有挑戰的熱情和期望，Floranow 誕生了。透過其線上市場，Floranow 使來自世界各地的花農和買家之間能夠進行直接、透明和高效率的交易，同時優化物流冷鏈確保提供最新鮮的品質。」

阿聯酋的花卉和觀賞植物市場

由於阿聯酋對花卉的需求不斷增長，以及政府對該產業有一定程度的支持，阿聯酋的花卉和花藝行業正在快速增長。

根據產業研究的市場情報和諮詢中心 6Wresearch 指出，阿聯酋花卉和觀賞植物市場在 2020 年至 2026 年間的年成長率為 6.4%。該報告將這種成長歸因於對觀賞植物持續增加的需求，尤其是年輕一代對於園藝活動和家居裝飾產品等生活方式的興趣日益濃厚有關。

近年來，阿聯酋逐漸成為世界上最大的植物、花卉、種子、肥料、配套基礎設施以及與全球花卉和園藝產業相關的供應中心之一。此外，消費者的可支配所得高、還有自由貿易區開發、提高其他國家的進口……等政府相關措施，都進一步提升市場成長的潛力。

這些都是推動 Floranow 成功的條件，Floranow 被譽為中東第一個花卉 B2B 線上交易市場，只需要點一點滑鼠，就可打開來自世界各地精美、有異國情調和漂亮花卉的大門。

除了種類繁多的花卉，還有很多好處

Floranow 是一個花卉交易平台，為客戶提供了多種好處。首先，他們有一份目錄，包含來自不同國家的各種花卉，這使得顧客可以從來自世界各地的眾多鮮花中進行選擇。

該公司還提供方便且高效率的線上平台，使客戶可以輕鬆下單並且可以隨時追蹤配送進度，該公司也提供中午 12 點前下單的當日送達服務。

Floranow 承諾其所有鮮花都是新鮮、高品質且符合國際標準。他們使用專用的桶子和推車來裝載與運送鮮花，從花農到零售商不間斷的冷鏈運輸，保證鮮花的新鮮度。

此外，該公司還擁有專門的冷藏運輸車隊，確保鮮花是最新鮮的狀態到達客戶手中。他們還精心挑選最好的花農和花卉，並且不定期地作品管調查，確認其提供的所有花卉都符合國際標準。基本上，該公司為其所有產品提供新鮮度保證！

Floranow 說：「我們接到訂單後才會進行採收切花、包裝，並透過不間斷地冷鏈運輸，來確保花卉新鮮度以及最佳狀態送達客戶手中。」

此外，Floranow 的產品定價合理，是大小規模企業最經濟實惠的選擇。該公司有專門的客戶服務團隊提供良好客服。根據該公司的說法，該團隊隨時可以幫助客戶解決遇到的任何問題或疑慮。

創新與科技是該公司營運與拓展的主要動力

透過創新技術和優化的冷鏈解決方案，Floranow 的使命是實現花農和買家間的直接交易，進一步顛覆花卉產業。該公司的目標是成為第一個也是首選的全球 B2B 線上花卉市場，為買家和賣家提供最廣泛的品種、最高的品質和最優惠的價格。

Floranow 說：「以科技為動力，我們是提高效率的核心，我們的最終使命是顛覆花卉產業的運作方式。作為中東第一個 B2B 花卉線上市場，我們將全球花農與該地區的客戶串連起來。」

2023 年 6 月 5 日，該公司正在科威特和約旦等其他中東國家進行拓展，並收購了 Bloomax Flowers 公司，這是沙烏地阿拉伯最大的切花批發商之一，而距離上一次收購 Astra Farms（總部位於沙烏地阿拉伯的花卉分銷公司）還不到兩年的時間。

執行長 Mzayek 表示，Floranow 的策略是將傳統花卉市場數位化，實現世界各地賣家和買家之間直接、透明和高效的交易，這的確符合其徹底改變花卉產業的使命。

Floranow 的商業模式結合了數位平台，確保賣家和買家間的交易順利進行，而透過堆疊優化的冷鏈物流解決方案，可以比傳統方式快上兩倍的速度運輸產品，Floranow 很恰當地管理了從農場到花店間的供應鏈，包括所有貨運階段、清關、品質控制和最後一哩的配送。

毫無疑問，在花卉產業中，這是一家大刀闊斧拓展新時代的公司！

Floranow 團隊

本篇圖片來源：https://thursd.com/articles/dubai-floranow-innovation-technology-flower-marketplace

日本花卉業界持續數位轉型

日期：2023/10/17
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

提升資料輸入、分析的效率

花卉流通正持續數位化，各種雲端服務陸續登場，幫助生產者把他們和市場、零售業者之間的交易資料予以數位化。期待藉此提升生產者輸入、分析資料的效率並擴大銷售通路。

對生產者和市場業者雙方來說，資料輸入和處理要花很多時間和勞力。市場傳送買賣價格給生產者也都靠傳真或電子郵件，而且常有接連好幾天、來自多個市場的資料要接收，生產者要管理這些銷售資料也很困難。

資料格式統一・方便使用—「花朵雲」

為了解決這些問題，日本「花卉生產供給力強化協議會」推出雲端銷售管理系統「花朵雲」，可以自動化管理出貨資料的數位輸出以及買賣價格資料，正持續推廣當中。

「花朵雲」符合日本花卉批發市場協會訂定的「花卉 EDI（電子資料交換）標準格式」，方便各批發商現有系統採用。如此一來，比起人工手寫，生產者更能在短時間內傳送出正確的出貨資料，市場批發商傳來的買賣價格也能好好管理，而且經由資料統計可以輕鬆了解每個市場的價格變化等，可望藉著分析經營現況改善業務表現。

茂木敏彥先生（68 歲）在日本埼玉縣本庄市生產蝴蝶蘭，他也參與了「花朵雲」的開發，而且活用在自己的經營上。該系統可以管理出貨及買賣價格資料，提升事務作業效率，藉著此系統分析各市場銷售價格等資料後可以進行出貨調整，「達到高價售出的目標」。

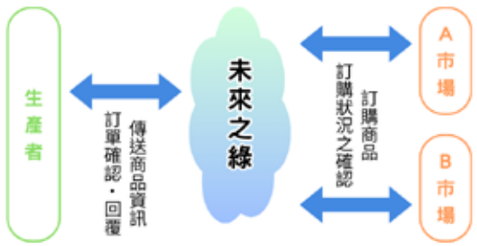
該協議會打算募集免費的顯示器，以便讓「花朵雲」普及到各花卉產地。未來預定修改到智慧手機也可使用，以提高便利性。

「花朵雲」的結構及優點

盆栽預約交易・資料同時傳送多家市場—「未來之綠」

市場批發商「豐明花卉」所開發經營的雲端服務「未來之綠」，可以讓生產者直接將商品資料同時傳送給多家市場的銷售業者。這項服務使用的是豐明市場目前在用的「彩＊綠」系統，「彩＊綠」本身就提供發送商品情報及雲端預約交易的服務。透過「未來之綠」不但可進行盆栽交易，而且可同時將商品資料傳送給包括豐明花卉在內的五個市場批發商，生產者不用再一一針對不同的市場發送商品資料。豐明花卉表示，使用該系統的市場越多，「生產者一次就可以對更多市場發送商品企劃，銷售通路便可望擴大」，希望未來有更多市場批發商加入該系統。

「未來之綠」可同時將商品資料傳送給多個市場批發商



方便顧客採購、提高來店率

透過 APP 自動通知消費者花卉的即時到貨資訊

日期：2023/10/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本愛知縣豐明花卉地方批發市場的「豐明花卉」公司和植物社團 APP「GreenSnap」合作，利用植物大數據「PlantsDATA」，從十月六日起提供新的服務，APP 的用戶將可以快速得知花店進貨情報。

利用植物大數據「PlantsDATA」開始提供 APP 自動通知植物進貨資訊的服務

這個服務是以豐明花卉的出貨資料和 APP 用戶資料為根據，自動將花店進貨情報通知用戶。用戶可以即時掌握哪一家花店有進自己想要的植物，而且可以趁新鮮趕快去買，便利性大增。以往花店到貨情報必須靠傳單宣傳或一一上傳社群媒體，有了這項服務，便可迅速、自動通知潛在客戶。

之所以會開始這項服務是因為「GreenSnap」的用戶若有想買的植物，很難得知哪家花店有賣，每次都只能一家一家打電話詢問或是親自跑去花店查看。

然而植物是活生生的東西，而且花店每天進貨的數量和種類十分龐大，要每家花店把所有資料數位化並告知顧客根本是不可能的事。

不過，只要花店從批發市場進貨時能夠做到數據同步連動，然後再連結依照地區和興趣分類過的 APP 用戶資料，就可以做到自動化通知。

於是，把園藝植物（盆栽）交易量日本第一的豐明花卉出貨資料，和 APP 下載量達三百萬件的「GreenSnap」用戶資料連結起來成為植物大數據「PlantsDATA」，終於能夠把花店進貨資料自動傳給 APP 用戶。

在北九州和山口縣開設六十四間連鎖家用五金量販店的「GOODAY」公司決定率先引進這項服務。「GOODAY」一直以來都積極推動數據驅動（Data Driven），和「GreenSnap」合作也採取 UGC（用戶原創內容）等各種活用數據資料的措施。藉著此項服務，「GOODAY」的進貨情報將可透過 APP 通知用戶，不但更方便顧客採購，也可望提高顧客來店率。

此外，未來通知進貨情報時，打算同時刊出用戶之前上傳過的植物影像（UGC），好讓用戶聯想到植物放在家裏或庭院的景象，進而產生購買意願。

豐明花卉將活用「PlantsDATA」大數據來支援植物生產、銷售，並且推動「使用者創新（User Innovation）」這種涉及使用者的商品開發方式，希望發展出新形態園藝文化，未來將以超越以往框架的合作方式，從進貨到銷售持續給予支援。

本篇圖片來源：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000105.000041711.html

和平及環保意識抬頭

「濁色」鮮花為何受歡迎？

日期：2023/10/23
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

不過分搶眼 和諧的顏色

鮮花的流行花色變了，現在年輕人喜歡的是色調沈穩的花藝商品。淺淡的中間色（灰色系）又被稱作「濁色」。根據日本東京六本木某花店的說法是受到人們生活方式和志趣改變所影響。接下來針對濁色系成為流行趨勢進行探討。

從配角變主角

現在花卉業界人氣高漲的濁色系是由多個顏色混合而成的曖昧色彩，帶點灰色調，給人淺淡柔和的印象。由於其不搶眼的特性，以往多半用來填補花藝作品的空隙，或是作為花束中襯托鮮豔花朵的配角。然而近年這種濁色鮮花卻變成了花束的主角。

經營「青山花市場」的 PARK CORPORATION 公司賣很多濁色鮮花。雖然早在成為流行趨勢前就有賣，但公司負責人表示：「十幾年前客人看到濁色系的花還會問『這花不是枯萎了嗎？』但現在已經完全能夠接受這種色調，而且還受到廣泛世代的喜愛。」

流轉變化的流行趨勢

根據花卉業界的智庫「大田花卉花之生活研究所」表示，花色的流行趨勢和時代變遷有很大的關係。

2000 年開始的頭幾年流行使用同色系鮮花組成花束，像是「母親節」經典花束等。到了 2010 年後的幾年，網路社群媒體出現帶來很大的改變，由於要拍出美照上傳網路，由鮮豔清晰的對比色所組成的花藝品蔚為流行。

現在流行的「濁色」花束

2016、17 年社群媒體開始廣為大眾接受，鮮豔的色彩也達到人氣頂峰，之後才漸漸轉移到現在的濁色系。

根據該研究所推測分析，流行趨勢的轉變「和人們的和平及環保意識抬頭有很大的關係」。由於新冠肺炎大流行、世界局勢不穩等負面新聞滿天飛，越來越多人希望維持平穩的日常生活，加上對聯合國永續發展目標（SDGs）認識加深，「不會太過搶眼的濁色被視為和諧的顏色，成為新的流行趨勢，包括鮮花花色也受到影響。」

與懷舊復古風潮也有關係

在東京六本木開設「KALIANg」花店的橫山惠美分析表示，濁色之所以流行「和懷舊復古風潮以及新冠疫情有很大的關係」。雖然智慧手機的照相功能和電視機螢幕都已進化到超高畫質，但底片相機和加工成懷舊風的 IG 照片卻反其道而行的流行起來。淺淡褪色般的色調變得受人喜愛，時尚業和室內裝潢也出現同樣的流行趨勢。

橫山小姐表示，既然日常生活中的物品都變成沈穩色調，「可以融入周遭環境的濁色鮮花也逐漸受到喜愛」。再加上新冠疫情導致生活方式大幅改變，「為求心靈療癒，和色調的鮮花需求增加。」

像是幫雜誌、廣告設計造型的造型師等，很多推動流行的人都常來「KALIANg」買花。橫山小姐會參考來店客人的第一手意見，針對未來花卉流行趨勢給予花卉產地建議。橫山小姐預測：「不久的將來會流行比現在更深的混合色。」接下來新冠疫情告一段落，人流越來越頻繁，她預測「華麗的顏色可能再度流行。」

記者請她實際展示一下未來會流行的花色，結果她拿出染成深藍色的豔粉非洲菊，漸層的花色非常美麗。

採訪後記

現在流行濁色鮮花確實和社會環境有很大的關係。

記者本人今年 23 歲，一年之前還是學生身分。學生時代懷舊復古風正盛，當時興趣就是收集唱片，也喜歡昭和風的家具和衣服。平常會定期買花回家擺飾，而且不自覺的常常都買色調淺淡的鮮花。即使現在成了社會人士，還是覺得「淺淡色懷舊風的東西很漂亮」。

透過這次採訪重新發現原來自己喜歡濁色。因此，看到「KALIANg」花店老闆展示接下來可能會流行的深色花朵感到很驚訝。雖然那花看起來很華麗很美，但實在無法想像自己家裏擺放那種花。

剛成為社會新鮮人的我目前應該還是會選擇灰濁色調的花來療癒自己。

本篇圖片來源：https://www.agrinews.co.jp/society/index/191101

挽救日本國產切花市場的對策一縮短切花規格以降低成本

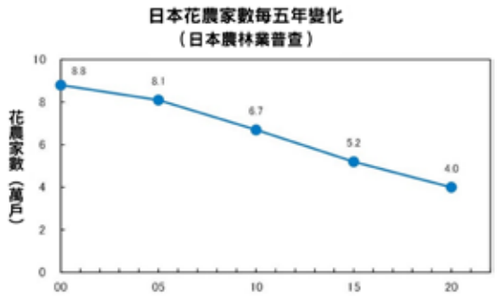
日期：2023/11/5

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

切花「貨少價高」的情況已成常態。到目前為止，切花需求不斷減少，供給也隨之減少（市場縮小），形成負的連鎖反應。

這表示，花農也持續減少。



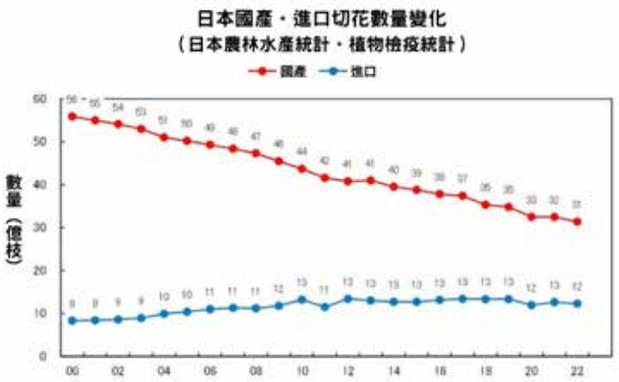
根據日本農林業普查資料，2022 年日本國產切花產量是 31.4 億枝，比起 2000 年的 55.9 億枝減少了 24.5 億枝。另一方面，為了填補日本國產切花缺口而進口的切花在 2022 年有 12.3 億枝（根據農水省的方式，祭祀用的紅淡比、柃木以 1/20 換算），比 2000 年的 8.3 億枝只增加了 4 億枝。換句話說，日本國產切花減少了 24.5 億枝，但進口切花只增加了 4 億枝。

做一下減法，等於淨減 20.5 億枝！日本切花市場竟縮小這麼多。

說起來令人感傷，其實就是日本高齡化、人口減少、經濟力衰退、薪水又沒調漲，消費者越來越沒錢買花。

度過新冠疫情的難關之後，情況略有改變，需求稍稍恢復。個人（家戶）消費雖然依然減少，不過婚禮、活動、送禮、喪葬等業務需求有少許恢復。可是供給量卻仍在減少。農業不像工業生產可以說增產就增產，以 TOYOTA 為例，如果汽車熱銷，可以讓工場機器二十四小時運作來因應，如果還是來不及，也可以延後交貨，可是農業無法輕易增產。

更何況現在切花生產正在一條下坡路上往下滾，光是要阻止其繼續往下就要花很大的力氣，增產根本不可能。想要仰賴進口，但日圓貶值加上缺少重新包裝的人手，能夠維持現狀已不容易。因此「貨少價高」就成了常態。



交易量減少，花價居高不下，市場業者獲利空前，可是，花店業者可受不了。那麼，生產者有因為「貨少價高」而享受到殘存者利益、大賺一筆嗎？

其實並沒有看起來那麼賺錢。

生產成本、出貨成本都在增加，現在也不適合讓子女來繼承種花，擴大栽種規模。「貨少價高」其實是小型泡沫現象，不可能永遠持續，只有少數花店業者有辦法把成本轉嫁出去。一旦小型泡沫破滅，日本國內生產就會瓦解。花卉產業一向由市場業者主導，日本國產切花減少卻不增加進口量，有需求卻不供給。再這樣下去，花卉產業將無法維持，現在最要緊的課題是不要讓花農再繼續減少下去，維持國產切花的供給力。

將2023年的交易量和單價與過去5年平均值比較，2022年起，交易量（到貨量）減少、單價提高

重新審視業界慣例、重新審視一般規格

為了不讓花農再繼續減少，有沒有讓農家、市場和花店都能接受的對策？筆者認為應該把切花規格短莖化，削減生產、出貨的成本，因此要重新檢討花卉業界的慣例。如果切花不像現在這麼長，花店會無法營業嗎？消費者會不滿嗎？現在是重新審視切花規格的最後機會。面對日本國內花農減少，切花供給不足，加上 2024 物流問題，不能再等了。

不要誤解短莖化的意思，並不是像因應關西拜拜花需求或配合配送型訂閱制服務把切花規格變成 30 公分，而是配合實際需要，把一般切花規格稍微縮短的提議。

最具代表性的就是輪菊秀 2L 的 90 公分規格。有多少花店一定得用 90 公分的輪菊？如果是 80 公分的輪菊，會有消費者表示不滿，出聲抗議嗎？只要把 90 公分的輪菊規格縮短 10 公分變成 80 公分，除了可以減少花農的生產成本和出貨成本之外，還有

2L 的 90 公分規格會產生花店業者須付費處理的生鮮垃圾

零售業者生鮮垃圾減少的量，加起來就可以省下 100 億日圓的經費。這 100 億日圓可以回饋給生產者，幫助他們改善經營情況。

為了讓花卉產業維持下去，必須先讓花農繼續生產以確保供給量。因此，「越長的切花越有價值」、「大的可以充當小的用」等，在經濟高度成長的泡沫時代形成的商業慣例應該被重新檢討。

呼籲產地配合實際需求縮短切花規格

過剩的切花規格既不符合永續發展目標 SDGs，也不利永續農業。沖繩、沖永良部島等遠方產地早已縮短他們的菊花規格，市場、零售業者也沒人抱怨或不滿。

本來生產者成本增加時，花卉生產協會應該發揮指導力去和市場、零售業者協商，設法檢討並改變一般規格。然而現在加盟生產協會的地方政府劇減，而且事務局功能弱化，已經沒有這個能力。而且，召集相關人士開會討論規格的階段已經過了，現在再開會根本一點用也沒有，只是拖延採取對策的時間而已。

請生產者和產地下定決心，主動宣佈把一般切花規格縮短 5 公分、10 公分，然後付諸實行。由於市場已表明要維持、擴大日本國內切花生產，若已接受產地的短莖化提議，市場本身也請呼籲所有產地、零售業者接受短莖化，而且不僅是菊花，所有切花品項都要短莖化。

為了維持日本國產切花，請配合實際需求縮短切花規格。

沖繩縣「太陽之花」小菊，從常規的 75 公分短莖化成 70 公分

沖繩縣「太陽之花」小菊的出貨箱也縮短 5 公分，減少運輸成本

本篇圖片來源：https://ameblo.jp/awaji-u/entry-12827143135.html

重新檢視集貨方式因應「2024 問題」

日期：2023/10/23
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

2024 年 日本可能會發生貨車運能不足的問題，也就是所謂的「2024 年物流問題」。2024 年 4 月開始，貨車司機加班時間將受到強力規範，距離現在已剩不到半年的時間，為了維持運量，日本東海地區的花卉產地已開始採取行動，重新檢視集貨方式。除了集貨地區和集貨品項之外，也有必要重新審視集貨方式。

「這個地區的花農是『集貨難民』。為了讓貨運公司繼續幫我們運花，有必要這麼做。」當我們向日本三重縣南勢地區花農所組成的研究會進行實證採訪時，他們所說的話令人印象深刻。已經到了自稱「集貨難民」的地步，可見對當地的影響有多嚴重。

花農將花卉放上台車

為了減輕貨車司機的負擔，採訪當時研究會正在檢討新的到宅集貨方式。以往都是由司機將盆花一盆一盆放上台車，新的方式改由花農負責這項作業，貨車司機只要把裝了貨物的台車搬上貨車即可。經過驗證，確實可以減輕司機一定程度的負擔。然而這麼一來卻增加了花農本身的負擔，「這樣好嗎？」當記者提出這個疑問時，當地花農的回答就是前述出現「集貨難民」那段話。

就連消費地附近的花卉產地也充滿危機感。「岐阜花卉流通中心農協」的花卉集貨場以盆栽為主，今年他們也在試驗共用台車的集貨方式。負責人擔心表示：「即使距離很近，但集貨作業比較花時間的品項，貨車司機可能也不願意過來收貨。」

雖然採用新的集貨方式會增加花農負擔，但他們同時也期待能被物流業者「選上」。三重縣的農家態度積極：「接下來應該會加速交涉運費調漲事宜，現在先展現出願意協助貨運公司的態度，希望未來交涉運費時有所助益。」花農的做法完全可以理解，大家互相協調妥協很重要。

根據「ＮＸ綜合研究所」試算，和現在相比，農水產品出貨團體因為「24 年問題」而不足的運輸力，預估比例達到 33%。從產業別來看，大家認為對農業的影響最大。貨主們如果願意幫忙集貨作業，減少貨車司機的作業時間，應該可以降低「24 年問題」的影響。各產地和農家不要認為「集貨難民」是發生在河對岸的火災、和自己無關，希望大家都能設法改善集貨方式。

本篇圖片來源：https://www.agrinews.co.jp/economy/index/125955

面對日本「2024 年物流問題」

鮮花訂閱制業者建構自有物流網 進一步推升物流效率

日期：2023/10/24
資料來源：PR TIMES ユーザーライク株式会社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

在日本專門提供鮮花訂閱制服務的 bloomee 將與 STAR FESTIVAL 公司、SENKO 集團旗下的 Pretty Poters 公司、ASKUL LOGIST 公司等多家物流公司合作，建構 bloomee 自有的物流網「bloomeelogi」。

藉著「bloomeelogi」的成立，希望鮮花能以更好的狀態送到客戶手上，並且進一步提高物流效率，朝向永續經營邁進。

「bloomeelogi」成立背景

由於勞動方式改革關聯法的施行，2024 年 4 月開始，貨運司機一年的加班時數將不得超過 960 個小時，物流業界預測到時候會發生人手不足及宅配貨物延遲等情況，現在各家物流公司已開始著手變更體制、改變或終止服務項目等。

Bloomee 認為要提供鮮花訂閱制服務必須和物流業界保持緊密合作，就算各家物流公司進行體制改革或改變服務項目，bloomee 也不會改變『把鮮花送到訂戶家信箱』的服務，為了繼續把新鮮的當季鮮花配送出去，每天都在努力因應。

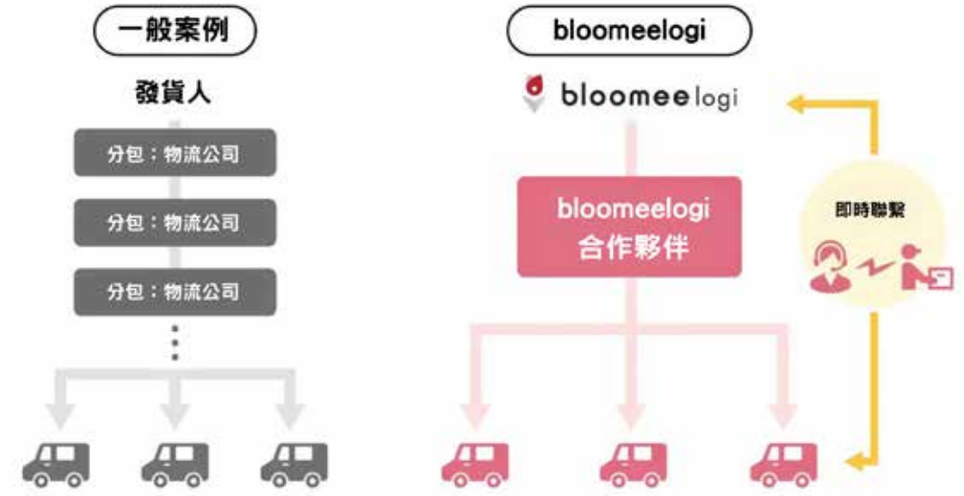
這次和 STAR FESTIVAL 公司、SENKO 集團旗下的 Pretty Poters 公司、ASKUL LOGIST 公司、近畿配送服務公司等多個物流公司合作，建構「bloomeelogi」物流網就是 bloomee 所採取的行動之一。

「bloomeelogi」概要

「bloomeelogi」是 bloomee 自有的物流網，在日本各地的出貨據點「Flower Factory」所製作的花束，會由合作的物流公司配送給日本全國的 bloomee 會員。這次合作的物流公司各有負責配送的區域，可以進一步提高物流效率，並且朝永續經營邁進。

提升物流效率的關鍵點

- 以往在各物流中心和配送最後一哩路時貨運司機還要負責分貨，「bloomeelogi」將大幅減少司機的分貨業務
- 縮短從出貨到配送的前置時間（Lead Time）
- 建立 bloomee CS（Customer Support）制度，貨運司機可以即時應對各種臨時狀況，消除二次配送的情況



大幅減少分貨作業、消除二次配送

以往貨物配送流程是：來自多個出貨地的貨物先集中到各配送公司的物流中心，根據不同種類、用途、配送地址等進行分貨後配送到各地區的物流據點。接著在物流據點再把貨物按區域分類後，配送到各配送公司的分店，分店的貨車司機再把自己負責地區的貨物挑出，配送到最終收貨地。

「bloomeelogi」物流網是由出貨據點直接將花束送到負責該區域的物流公司或是由配送公司前來收貨，減少中間途經的地點，大幅減少分貨次數。

為了防止司機發生誤送或配送不成、帶回貨品的情況，已強化 bloomee 的 CS 團隊和制度，各司機可以直接、即時的和 bloomee 連繫。

像是新會員初次配送地點的確認，或是配送時發生意外情況等，司機都可以立刻和 CS 團隊連繫合作，當場解決，避免發生二次配送。

為了擴大永續性花卉消費，bloomee 將繼續努力，朝向永續性的未來邁進。

本篇圖片來源：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000092.000013638.html

日本花卉市場預測：2023 年 12 月

日期：2023/11/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

京都切花 （大田花卉）

展望 12 月的市場情況（主要交易項目），由於生產成本提升，預計年底提高建議單價的品項會變多，但買家方面，採購價格不會完 全轉嫁至銷售價格，因此在需求高峰期將採取減少花束的花材枝數，或改變花材品項等措施。

大菊 愛知、沖繩、福岡、富山等。一部分的主要產地中，花苗受到 8 月時的酷暑影響而枯萎，雖然事後有再次種植，但有可能無法趕上年底的需求。某些產區的生長情況良好，但黃菊和紅菊的種植量多於白菊，須努力以進口產品來彌補日本國產的短缺。

小菊 沖繩的種植量與去年持平，雖然受到 9 月份颱風的影響，但數量不會大幅減少。

多花菊 部分產區受酷暑影響，年底的出貨量將減少。進口貨的數量不多。

玫瑰 因資材和重油成本高攀，各產區的到貨量將低於往年，尤其是寒冷地區，有可能比往年更加減少。不過，這個冬天預計是暖冬，如果是這樣的話，還是可以期待寒冷地區的到貨量和往年相同。

康乃馨類 寒冷地區的出貨已接近尾聲，在溫暖地區，一次花的長度逐漸增加。整體而言，交易以品質穩定的進口產品為主，上旬的需求不明顯，但下旬起預計年末需求旺盛。

星辰花 主要產地和歌山縣目前生長良好。11 月下旬左右各色貨量增加，12 月各色貨量主要集中在上級品。至於市場價格，雖然取決於出貨量，但由於有年末需求，因此預計與去年持平。

大阪切花 （NANIWA 花市場）

輪菊 因定植期間的高溫影響，年底的流通量會略低於往年。

多花菊 去年進口到貨量較低，但隨著空運的恢復，預計今年到貨量比去年增加。來自輪菊的品項轉換，加上以球型品種為主的特殊品種種植量有所增加，預計到貨量比去年多。

小菊 主產於沖繩縣。儘管部分地區受到 8 月颱風影響，但預計出貨量將與去年持平。

玫瑰 由於燃料成本上漲的影響，日本國產到貨量預計將小幅下降，但進口品到貨量穩定。預計紅玫瑰的交易會因聖誕節而變得活躍。

康乃馨 西南暖地各產區的上級品比例偏低，單朵品種和多朵品種均以 50 公分左右的到貨為主。進口方面，擔心匯率的影響，預計到貨量略低於去年。

鐵砲百合 在西南暖地有一定數量的採收，但由於鹿兒島的種植數量減少，預計供應量仍有短缺。

LA 百合 埼玉和高知的生長穩定，預計到貨充足。至今的生長進度有稍微提前。

滿天星 西南暖地各產區種植量與往年相同，目前預計到貨量穩定。

洋桔梗 主要來自愛知縣、靜岡縣、高知縣和台灣，預計到貨量穩定，但台灣的種植量略減，預計到貨量會稍微減少。

星辰花 以和歌山紫色品種為主的到貨充足。年末銷售旺季的訂單量逐年增加，主要集中在 50 公分、60 公分等級的訂單將更活躍。

非洲菊 各產區出貨量一致，品質有所提高，交易活躍。

西日本切花 （名港）

大菊 到貨主要來自愛知、沖繩。主產區愛知縣因定植時氣溫較高，預計 12 月份的到貨量略低於去年，但到目前為止生長順利。白菊主要為「神馬」和「精興之誠」，黃菊主要為「精興光明」、「精興光玉」和「新世黃」等。除

蕊大菊系列預計熱門的 Classic Mum 能在下旬達到出貨高峰。中下旬交易會增加。

多花菊 到貨來自愛知、沖繩、鹿兒島、馬來西亞、越南和中國。日本國產方面，秋季出貨略有延遲，但從 11 月開始進行品種切換，出貨順利。預計年底到貨量與往年相同。作為進口品主要來源的馬來西亞，除了空運恢復外，海運的新鮮度也有改善。此外，由於銷售價格穩定，來自中國的產品到貨量預計增加。儘管存在匯率影響的擔憂，但預訂率正在提高。

小菊 到貨主要來自沖繩。預計 12 月的到貨量與去年持平。從中旬開始，包含預訂在內的交易會增加。

玫瑰 到貨來自愛知、三重、岐阜、肯亞、衣索比亞、厄瓜多等。9 月為止的高溫影響了植株長度，但 12 月的出貨產品品質已經有所改善。聖誕節前以紅色為主的交易強。

康乃馨 到貨來自愛知、哥倫比亞、中國、厄瓜多等。受夏季高溫影響，寒冷地區的出貨提前結束，溫暖地區則提前出貨。初期，溫暖地區忙著處理作物病蟲害防治，但隨著天氣轉冷，品質改善，預計 12 月出貨的作物狀況良好。進口品很容易受到匯率影響，但除了主力的哥倫比亞之外，來自厄瓜多、中國等的進口也在增加。

HB 百合 到貨來自高知、宮崎、埼玉等地。高知縣在定植期降雨較多，但此後生長狀況良好。雖然擔心高溫的影響，但許多產品品質都很好。白色品種以「西伯利亞」和「Premium Blonde」為主，粉色品種以無花粉的「Vendome」為主。LA 百合到貨來自埼玉、高知等，顏色均衡，預計下旬數量將增加。12 月的最後一週交易將更加頻繁。

鐵砲百合 到貨來自高知、鹿兒島、岐阜。12 月到貨主要是「日之本」，但由於球莖短缺，整體種植量略有減少。儘管年底出貨量預計與去年持平，但仍存在供應短缺的擔憂。

洋桔梗 到貨來自愛知、高知、熊本、三重等。各地區的種植量與去年持平。由於定植期氣溫較高，前期的作物量感不足，但預計 12 月上市的作物品質穩定。

非洲菊 到貨來自和歌山、三重、愛知等地。克服了夏季高溫後，預計出貨順利。12 月有聖誕節的店面陳列需求，預計上旬開始紅色的交易將會增加。

星辰花 到貨主要來自和歌山，種植面積與去年一樣。受定植期高溫影響，生長略有延遲，但此後生長穩定。12 月到貨主要是上級品，下旬交易將會更加強勁，尤其是紫色。

北海道切花 （札幌花卉園藝）

輪菊 到貨主要來自愛知、靜岡、沖繩。由於夏季氣溫較高，到貨量略低於往年。出貨高峰預計在 12 月 20 日前後。

小菊 沖繩。由於颱風影響，數量略低於計劃。到貨量預計從 12 月 10 日前後開始增加。

多花菊 產地為愛知、靜岡、沖繩、鹿兒島。儘管部分產地產量有所下降，但預計到貨量與去年大致相同。進口方面，預計到貨量與往年相同，主要來自馬來西亞和越南。

玫瑰 愛知、靜岡、群馬、進口。高溫的影響告一段落，品質持續提高。然而和去年一樣，重油的高成本令人擔心，到貨資訊難以預測。進口方面，受匯率影響，到貨與去年一樣。

洋桔梗 熊本、佐賀、千葉、靜岡、愛知、台灣。日本國產到貨速度比平常快，但仍取決於月底的天氣和重油價格之間的平衡。儘管台灣產品的高成本令人擔心，但預計到貨量與去年持平。

康乃馨 產地為愛知、長崎、靜岡和進口。日本國產將從 11 月開始正式出貨，隨著氣溫下降，品質將變好，預計 12 月中旬起到貨量增加。進口量與去年持平，主要來自哥倫比亞。

鐵砲百合 鹿兒島、高知、岐阜。鹿兒島產量減少，高知和岐阜的產量預計與去年持平。

星辰花 和歌山。由於夏季高溫，栽種延遲，出貨時間比往年晚，但到貨量與去年持平。由於

運輸成本上升，到貨規格和數量存在一定的不確定性。

文心蘭 主要產地為台灣。到貨量預計與去年一樣，但會根據產地的天氣情況而有變動，目前出貨高峰期尚不清楚。

蝴蝶蘭 日本國產來自千葉、福岡，進口來自台灣。日本國產方面，包含中輪花在內，由於生產面積減少，到貨數量預計較少。台灣產到貨量與去年持平，主要是白色大花品種。

東京盆栽 （FAJ）

由於酷暑的影響，不只聖誕紅和仙客來的生長延遲，出貨高峰期也可能會變動。商品價格方面，由於資材和生產成本的增加，產品價格也在上漲，雖然可能有些商店無法改變他們的銷售價格，但未來產品的價格不太可能會下降，因此如何增加產品附加價值並調整銷售價格將變得重要。

由於運輸成本高，且調整花莖彎度需要很多時間，因此拱型蕙蘭的產量預計會減少，直立型的佔比較高。雖然直立型蕙蘭的售價在一定程度上是固定的，但由於能夠持續大量生產兩梗和三梗的生產者越來越少，幾年後或將會迎來必須調整售價的時期。

受酷暑影響，部分產品不僅生長遲緩，甚至也出現耗損，出貨量都會減少。對於每年定期進貨的產品，最好確認它們的數量是否與往年相同。即使是每年都有訂單銷售的產品，也可能會因為難以生產或不敷成本而停產。

生產成本不斷上升，越來越多產品流向場外交易，如果在訂單來之前沒有採取行動，商品可能會在進到市場來之前被交易掉，因此市場需要比以往更密切地與產地合作。

西日本盆栽 （大阪植物交易所）

11 月至明年，貨量預計與去年持平或減少。蕙蘭方面，由於運輸成本等生產成本逐年上漲，所以訂單價格必須逐年提高，有些商店已經不再供應蕙蘭了。

縱觀世界局勢，未來不可預測，而且由於汽油價格上漲，運費自然每年或每半年上漲一次。然而，即使運費成本增加，仍然很難將成本轉嫁給產品，這無疑是近年來產量下降的原因之一。

全球氣候暖化、世界局勢不穩定等多種因素的綜合作用，未來可能會出現生產品項變化、產量調整等諸多問題。

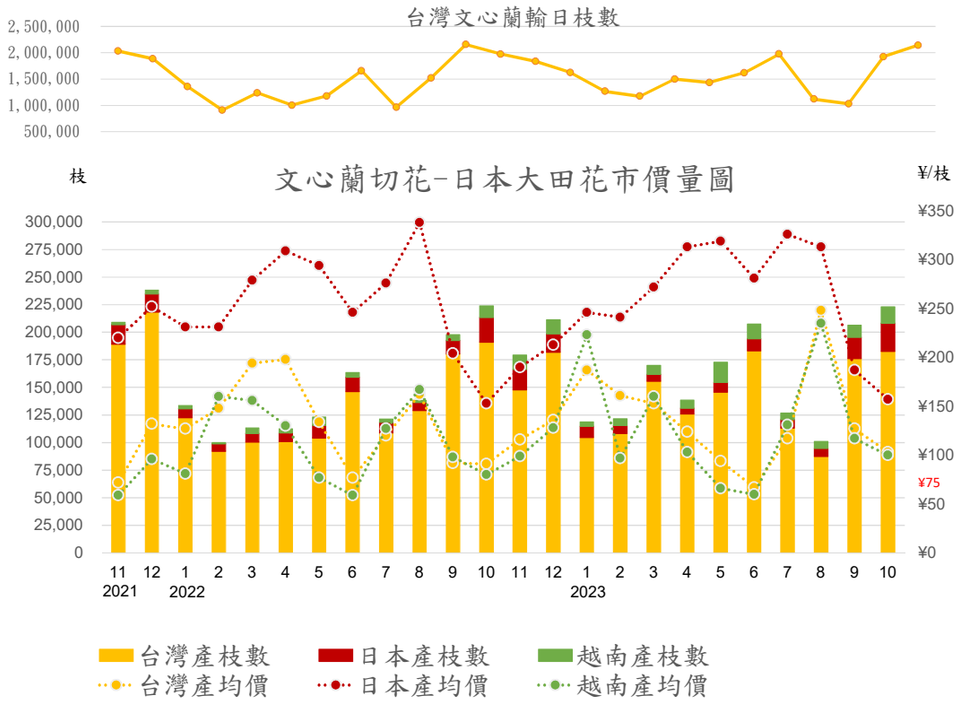
名古屋盆栽 （豐明花卉）

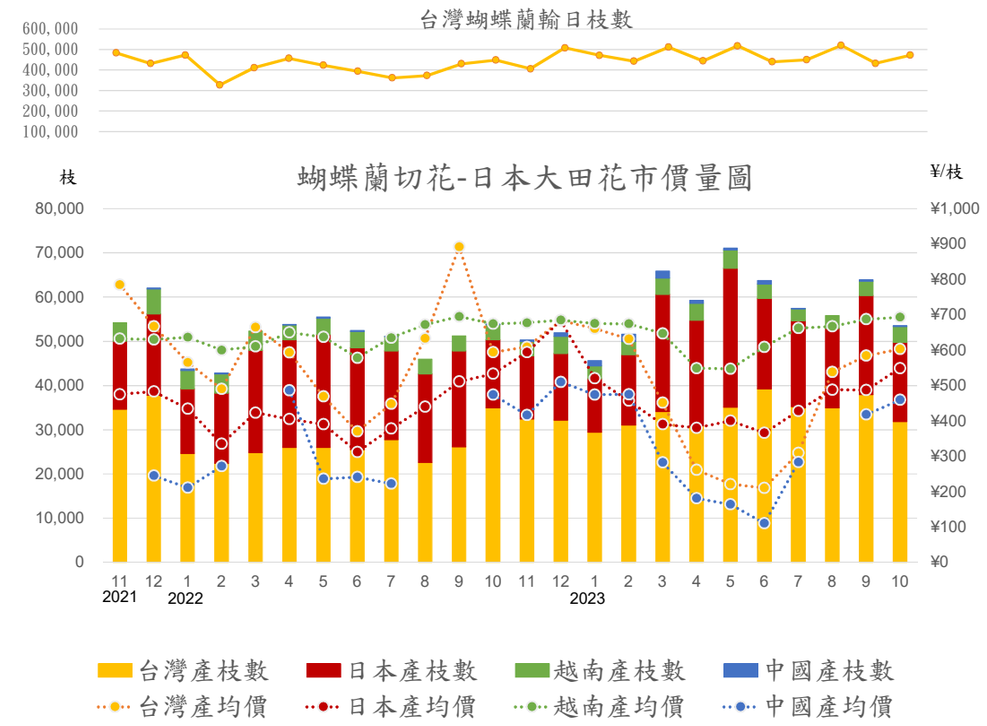
十月時氣溫從夏季突然轉變為秋季，以花苗為主的動態也突然激增，但產地的生產條件卻很艱難，即使需求突然增加，供給也無法對應。

特別是在相對涼爽的產區，也遇到前所未有的氣溫應對難題。雖然受到氣候的影響很多，但是颱風少，降雨也少，所以產品能夠順利地銷售，這是很好的。其中，觀賞植物的銷售雖然有所停滯，但並未出現嚴重下滑，銷售量維持穩定，並以多肉植物的表現特別強勁。

消費者需求方面，因居住條件的限制而傾向尋求體積小且功能齊全的產品，如今仙客來和聖誕紅都是 4 吋盆或更小尺寸，若花盆等資材也朝更衛生的方向發展，相信可以更廣泛地推廣這類商品。

情況變得越來越與氣候有關，但另一方面，如果重新思考，還是有很多具有潛力的產品，因此市場管理者和生產者應該蒐集更多線索，共同努力改進和創造能夠持續存在的產品。





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2023年11月1日~11月30日)

2023 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	9,229	95,595	18,905	83,870	-	16,410
	均價	¥246	¥97	¥200	¥87	-	¥114
	高價	¥602		¥597		¥212	
	中價	¥122		¥166		¥122	
蝴蝶蘭	枝數	15,068	22,799	5,947	23,412	1,563	7,183
	均價	¥634	¥635	¥830	¥697	¥657	¥612
	高價	¥1,214		¥1,231		¥95	
	中價	¥705		¥809		¥71	
火鶴	枝數	28,351	50,954	1,435	34,481	-	10,084
	均價	¥161	¥141	¥147	¥147	-	¥122
洋桔梗	枝數	520,691	-	360,562	640	95,847	-
	均價	¥212	-	¥193	¥81	¥245	-
	高價	¥426		¥410		¥407	
	中價	¥236		¥253		¥258	
劍蘭	枝數	173,073	-	55,465	-	173,073	-
	均價	¥87	-	¥91	-	¥146	-
	高價	¥154		¥150		¥217	
	中價	¥101		¥108		¥157	
玫瑰(單朵)	枝數	908,348	259,816	603,859	184,340	86,586	28,530
	均價	¥113	¥70	¥92	¥65	¥127	¥70
玫瑰(多花)	枝數	360,092	24,123	248,435	34,090	37,560	3,104
	均價	¥133	¥89	¥111	¥63	¥156	¥119
康乃馨(單朵)	枝數	500,040	707,867	391,483	515,504	151,486	70,095
	均價	¥51	¥44	¥37	¥44	¥48	¥48
康乃馨(多花)	枝數	353,753	337,340	291,704	319,955	176,644	46,290
	均價	¥50	¥44	¥45	¥37	¥55	¥52

本表「進口」欄位，因系統問題，未算入 11/22、11/24、11/27、11/29 四日之數據，故與實際枝數及均價略有落差。造成不便，敬請見諒。

2023 11月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥172	¥147
文心蘭	¥182	¥110
玫瑰(ST)	¥192	¥87
康乃馨	¥77	¥52

2023 11月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	¥1,100	¥1,183
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,615	¥3,731
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥15,192	¥10,654
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2023年11月1日~11月30日)

2023 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	20	15,720	770	28,850	705	11,240	11,910	42,270
	均價	¥120	¥86	¥343	¥83	¥244	¥104	¥136	¥93
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	377	1,742	5,444	11,395	1,306	6,611	5,388	9,163
	均價	¥589	¥703	¥727	¥581	¥694	¥719	¥608	¥648
	高價	¥925							
	中價	¥776							
火鶴	枝數	5	3,290	2,450	17,665	960	1,056	-	18,300
	均價	¥256	¥115	¥176	¥164	¥93	¥148	-	¥151
洋桔梗	枝數	64,031	-	113,616	-	33,103	-	199,446	-
	均價	¥172	-	¥181	-	¥219	-	¥179	-
	高價	¥332		¥384		¥365		¥333	
	中價	¥191		¥201		¥221		¥197	
劍蘭	枝數	13,730	-	20,300	-	6,560	-	28,910	-
	均價	¥76	-	¥90	-	¥83	-	¥88	-
	高價	¥134		¥148		¥140		¥140	
	中價	¥87		¥103		¥92		¥103	
玫瑰(單朵)	枝數	68,082	11,100	395,013	70,455	71,468	18,260	261,866	28,992
	均價	¥108	¥60	¥92	¥61	¥101	¥45	¥110	¥84
玫瑰(多花)	枝數	35,287	1,120	97,534	6,100	40,597	-	129,725	4,715
	均價	¥141	¥110	¥119	¥58	¥119	-	¥144	¥106
康乃馨(單朵)	枝數	72,916	29,224	282,750	145,612	56,000	32,750	75,240	81,128
	均價	¥46	¥32	¥39	¥32	¥61	¥58	¥45	¥60
康乃馨(多花)	枝數	110,352	35,072	173,450	100,355	98,859	32,180	67,850	34,865
	均價	¥50	¥38	¥39	¥33	¥59	¥61	¥51	¥58

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

本表「進口」欄位，因系統問題，未算入 11/22、11/24、11/27、11/29 四日之數據，故與實際枝數及均價略有落差。造成不便，敬請見諒。

台灣五大花市 花卉交易價量

交易日期：112/11/01 ~ 112/11/30（農曆:112/09/18 ~ 112/10/18）

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	98.2	3,065	45.6	1,669	46.2	1,114	22.5	117	42.8	1,321
FB火鶴花	13.9	249,030	13.3	82,647	14.0	86,768	11.8	103,604	14.3	59,306
FC大菊	149.7	67,834	109.2	23,248	129.9	77,257	125.5	37,403	125.2	45,529
FD小菊	95.1	106,329	67.7	30,636	84.7	125,752	86.4	79,652	87.4	80,521
FE非洲菊	95.2	77,672	85.2	23,538	93.5	53,771	77.6	52,221	87.2	53,988
FG劍蘭	104.5	11,141	81.3	2,685	91.6	10,889	95.1	14,053	102.8	12,581
FH101天堂鳥	125.4	3,698	70.9	1,211	81.5	1,865	74.2	1,201	79.3	2,172
FH230夜來香	120.5	3,103	70.9	225	43.1	51	94.0	450	87.0	444
FH251秀線	87.5	5,559	51.4	1,690	63.6	7,410	61.5	3,365	66.1	4,492
FH29向日葵	92.3	12,017	68.3	3,918	79.6	6,726	79.3	4,872	79.7	6,547
FH330雞冠花	103.5	10,811	73.2	3,799	69.2	9,313	62.7	9,287	62.1	8,325
FH381麒麟草	70.2	17,972	54.5	7,079	68.4	16,324	71.9	10,644	66.7	10,659
FL姬百合	85.5	8,887	79.0	1,315	78.1	2,678	80.9	3,622	95.9	2,075
FM重瓣百合	216.0	8,026	205.5	1,144	179.6	513	149.7	1,288	140.5	1,276
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	123.8	6,624	9.8	12,180	11.5	15,608	56.1	4,839	11.1	19,490
FO006 腎蕨蘭 深紅色	71.2	959	6.6	3,150	7.7	4,570	27.3	60	5.7	2,510
FO027 萬代蘭 巨輪紫	33.0	11,528	23.7	1,201	36.2	1,182	23.2	2,581	27.4	1,932
FO331 大文心蘭	72.0	332	-	-	80.0	199	-	-	70.0	8
FO335 檸檬綠文心蘭	81.0	30,181	86.4	7,759	77.8	18,811	75.1	13,212	72.0	10,941
FO336 文心蘭 太陽之子	85.5	3,715	-	-	54.6	127	62.4	407	57.7	638
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	60.5	19,868	80.0	40	79.2	280	-	-	60.7	146
FR玫瑰	205.3	60,637	163.9	12,745	145.5	13,668	137.3	10,175	133.6	14,180
FS香水百合	149.4	220,135	142.5	53,403	133.1	107,137	136.1	121,474	141.1	110,041
FT鐵砲百合	83.7	4,740	93.5	1,110	79.2	1,004	87.2	1,095	120.7	531
FU洋桔梗	222.4	52,406	161.6	10,209	157.2	11,352	187.1	10,186	185.2	8,852
FW4卡斯比亞	127.7	2,056	109.3	165	124.4	589	114.1	222	101.2	72
FW5滿天星	65.7	2,656	65.9	2,115	73.8	2,391	63.2	1,621	58.8	1,412
FY004 黃椰心	69.3	10,830	50.8	6,694	49.0	21,309	62.2	12,389	58.9	12,340
FY009 電信蘭	67.0	13,716	34.6	5,648	57.5	18,333	61.4	13,402	60.7	9,838
FY050 山蘇葉	19.1	3,899	18.4	2,407	22.5	1,205	26.0	2,665	23.3	645