

台灣花訊

Taiwan
Floriculture
News

2024年 第6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：ShopRite的蝴蝶蘭擺設情形與價格



淺談北美連鎖店蝴蝶蘭採購的生態
日本花卉產業展開環保行動計劃

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：2024 年 6 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

封面文章

4 淺談北美連鎖店蝴蝶蘭採購的生態

產業新聞

8 粉色盆栽玫瑰在歐洲大受歡迎

10 荷蘭市場切花價格漂亮 日本花市的康乃馨買氣偏低

12 荷蘭育種商以創新產品贏得日本年度花卉殊榮

13 提高城市之間的花卉運輸效率

14 日本花卉產業展開環保行動計劃

智慧農業應用專欄

20 蝴蝶蘭最佳栽培介質的選擇:水草 or 樹皮?!

產業趨勢

21 中國產花卉拓展中東市場 面臨高品質的挑戰

23 生成式AI花藝助理

25 花卉業者推出電子禮券 讓「送花」更簡單

26 按摩沙龍店推出蝴蝶蘭及保養品組合

市場行情

27 日本花卉市場預測：2024年6月

30 日本花市五月份行情

32 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	

淺談北美連鎖店蝴蝶蘭採購的生態

撰稿者：賴永翔

2023 年臺灣花卉出口外銷值約為 2.12 億美金，相當於 66.78 億新臺幣，而臺灣出口的蝴蝶蘭外銷值約為 1.59 億美金，相當於 50.09 億新臺幣，佔了臺灣花卉出口外銷值的 75%(表 1)，是台灣花卉出口的旗艦產業，而臺灣蝴蝶蘭出口種苗到全世界的國家中，出口美國所佔的比例高達 41.5%(表 2)，可以說美國市場出口種苗產值如果變化大，都會對臺灣蝴蝶蘭產業造成深遠的影響。

表 1、2023 年花卉與蝴蝶蘭外銷情形之比較

出口地區	花卉出口量 (公噸)	花卉占比 (%)	蝴蝶蘭出口量 (公噸)	蝴蝶蘭占比 (%)	花卉出口值 (千美金)	花卉占比 (%)	蝴蝶蘭出口值 (千美金)	蝴蝶蘭占比 (%)
日本	5,561	29.16%	3,037	24.58%	63,825	30.06%	40,843	25.62%
美國	5,343	28.02%	4,683	37.89%	68,561	32.29%	65,104	40.85%
越南	1,805	9.47%	1,671	13.52%	18,632	8.77%	16,679	10.46%
荷蘭	1,313	6.89%	236	1.91%	12,889	6.07%	2,880	1.81%
加拿大	960	5.03%	825	6.68%	10,084	4.75%	9,232	5.79%
馬來西亞	572	3.00%	55	0.45%	887	0.42%	396	0.25%
大韓民國	480	2.51%	100	0.81%	7,863	3.70%	1,582	0.99%
中國大陸	403	2.11%	62	0.50%	682	0.32%	200	0.13%
印尼	372	1.95%	225	1.82%	3,557	1.68%	3,014	1.89%
其他地區	2,262	11.86%	1,464	11.84%	25,365	11.94%	19,452	12.21%
合計	19,070	100.00%	12,358	100.00%	212,347	100.00%	159,383	100.00%

資料來源：農業部貿易統計資料

表 2、2023 年 1-9 月臺灣蝴蝶蘭前十大出口國家同期比較

排名	國家	蝴蝶蘭植株出口數量		成長率
		2023 年 1-9 月	2022 年 1-9 月	
1	美國	19,146,789	21,873,980	-12%
2	越南	5,965,728	6,533,774	-9%
3	日本	4,995,286	5,870,914	-15%
4	荷蘭	4,751,972	11,162,190	-57%
5	加拿大	2,807,102	3,201,917	-12%
6	澳大利亞	1,496,374	1,767,601	-15%
7	巴西	1,147,912	1,313,905	-13%
8	大韓民國	1,011,418	1,063,163	-5%
9	印尼	958,041	1,316,401	-27%
10	泰國	753,144	272,500	176%
其他國家		3,050,658	3,319,885	-8%
總計		46,084,424	57,696,230	-20%

資料來源：臺灣蘭訊 2023 年冬季版

那這麼多的蝴蝶蘭種苗銷售到美國客戶後，它們的開花株成品最後都跑到哪個地方去了呢？主要有以下幾點地方銷售管道：

1. 連鎖超市：

美國連鎖店的商家非常多，可以分為全國性連鎖超市跟區域性連鎖超市，全國性連鎖超市主要有 Walmart, Costco, Kroger, Whole Foods Market, Trade Joe’ s, Albertsons, ALDI 等等，區域性連鎖超市可能為只在美國西岸或美國東岸的超市，例如：在美國東岸的 Wegmans, Shoprite, Publix, Lidl，在美國西岸的 Safeway, Sprouts Farmer’ s Market, Raley’ s 等等。

2. 連鎖居家裝修用品店：

類似於臺灣的特力屋，例如：Home Depot, Lowe’ s 等等。

3. 花店、園藝中心、中盤商：

美國客戶端所種植的植株成熟後，會透過電話、Email 行銷詢問該地方附近所屬的花店、園藝中心或是買空賣空的中盤商是否要批貨，再配合送貨的車趟或是物流來運送到客戶端的手上。

4. 零售：

部分的美國客戶會有自己的門市，可以讓消費者自行驅車前往採購。

如何打入連鎖超市的蝴蝶蘭販售市場

從以上可知，蝴蝶蘭開花株出貨量最多的客群即為遍布全美各地的連鎖超市了，只有連鎖超市所分布的點跟可接受的量能夠滿足大量出貨的需求，因此，如何打進連鎖超市來進行銷售即為美國客戶的主要課題，因此他們會需要參加花卉貿易展來與連鎖超市的採購認識，例如每年所

舉辦的 International Floriculture EXPO (FloriEXPO), The Global Produce & Floral Show 展會上，在為期三天的展會中，擺放好自家的產品，等待與採購者面談，期望能夠打入連鎖超市販售的供應鏈，如果連鎖超市的採購有興趣的話，會安排時間去美國客戶的溫室來進行參觀，讓採購者有最好的第一印象，彼此討論，讓採購者了解生產規模、能夠生產的品項、包裝方式、物流運輸



圖 1、Costco 的貨架台車擺滿了 5” 盆的蝶蝶蘭雙梗開花株。



圖 2、Trade Joe’ s 的貨架台車擺滿了 3” 盆的蝶蝶蘭雙梗開花株。

的方式以及討論最重要的付款條件，因此，前期的準備需要相當多的資材，例如：瓷器、端盤、紙箱、蘭花照顧指南的吊牌，把一盆蝴蝶蘭開花株放入瓷器、別上吊牌、用塑膠套袋包好、放入端盤、裝入紙箱、放入台車上，最後讓物流送到連鎖店中。由於全國性的連鎖店的店家太多，單一生產者無法至每一家的點去配送，全國性連鎖超市通常會有分布在全美各地的中央倉庫，以集中商品統一配送的方式處理，節省送貨的時間成本，如果要一家一家的配送，通常是地區型的連鎖超市，還沒有建置自己的中央倉庫，此時就需要配合連鎖超市能夠補貨的時間，通常是晚上或半夜，非常的辛苦。

連鎖超市的付款模式

至於最重要的付款條件有兩種方式，一種是買斷：連鎖超市叫多少貨後，依照約定時間就直接付款、另一種是寄賣：客戶掃條碼有成交後再付貨款，多餘的蝴蝶蘭開花株殘貨則不付款；這兩種付款方式的比較，我想大家都會想要走買斷出貨比較簡單，但是蝴蝶蘭的生產受到各種因素的影響總是會有產銷失衡的情形出現，例如：疫情影響之下的港口塞港、巴拿馬運河的乾旱、葉門胡賽武裝襲擊行駛在紅海的商船導致不敢走蘇黎士運河，上述原因使得要到溫室催花的蝴蝶蘭開花期延後、全球氣候變遷導致夏天越來越熱使得蝴蝶蘭夏天不來梗等等，都使得美國客戶端在某些月份會有開花株爆量的情形，在現有連鎖超市客戶群的訂單數量固定情況下，只有兩種方式可以解套，一是降低售價來促銷、二是增加其他連鎖超市的訂單，連寄賣的訂單也要接，才能快速去化開花期強碰超產的部分，減少花開花謝的耗損。



圖 3、ShopRite 的 5" 盆蝴蝶蘭雙梗開花株。



圖 4、Mitsua 超市的 5" 盆蝴蝶蘭雙梗開花株。

連鎖超市的整併趨勢

目前美國的連鎖超市的趨勢走向大者恆大，不斷的併購區域性連鎖超市，來增加經濟規模，例如：2017 年的 Amazon 併購 Whole Foods Market，讓 Whole Food Market 能夠導入 Amazon 的技術來進行線上與線下的整合；2022 年 10 月美國連鎖超市排名第二的 Kroger 集團與排名第二的 Albertsons 宣布併購，如果併購成功就能

跟排名第一的 Walmart 分庭抗禮了；2023 年 4 月 ALDI 宣布要併購 Southeastern Grocers 手中的 Winn-Dixie and Harveys 的連鎖超市，預計收購約 400 間的門市。從以上的例子來看，當區域性連鎖店超市不斷的成長成全國性連鎖超市後，蝴蝶蘭開花株供應商已經無法只做區域性的連鎖超市的訂單了，需要從原本的區域性供應商升級為全國性供應商，才能追上連鎖超市展店的腳步。

如何趕上連鎖超市的全美供應鏈

下一個問題是：我的溫室規模夠大嗎？我的溫室在西岸，我的蘭花怎麼賣到東岸去？這時候就要開始與其他業者展開合作了，因為沒有人可以全部通吃整個美國全國性連鎖店的蝴蝶蘭開花株訂單，只有透過不同地域的蝴蝶蘭生產者，共同開會討論客戶的需求，能否供應該地域的訂單，以同樣生產的品質來準時交貨；業者之間要展開合作才能在美國西岸與東岸將台灣的蘭花銷售到全國性的連鎖超市中。

但當區域性供應商升格為全國性供應商後，也會需要面臨資格驗證的問題，以有機生鮮產品為主的 Whole Food Market 為例，它所銷售的食品需要進行外國供應商驗證計畫的驗證 (Foreign Supplier Verification Program, FSVP)，來確立進口食品符合美國法規，來保障消費者的食品安全與健康，那蝴蝶蘭開花株的銷售會不會也需要類似的驗證呢？答案是會的，臺灣在 2050 淨零碳排的要求之下，每個行業都會受到影響，要盤查自己所生產產品的碳排放量，減少所使用的能源或用綠能的方式，使生產蝴蝶蘭的過程中，到 2050 年要達到碳中和的目標，這時就需要第三方的驗證單位來確認跟計

算所生產碳排放量是否符合要求，另外在供應商驗證中有可能未來也會需要 (Suppliers Ethical Data Exchange, Sedex) 的驗證來確保所生產的產品中，所使用的人力、工時、工作環境與條件都合法，讓臺灣的蝴蝶蘭可以銷售出去到國外去，因此驗證制度是除了檢疫條件之外的另外一種貿易條件的參考了，在還沒有實施之前，可以先多聽、多看、多檢視不同驗證制度對自己的蝴蝶蘭生產的制度是否有幫助，等到未來驗證制度被列為客戶要求的條件之後，才不會狗急跳牆的去準備與申請，進而喪失商機，共勉之。



Home Depot 的多肉植物擺設攤位與價格



Home Depot 的蝴蝶蘭染色花擺設攤位與價格

母親節用花趨勢回顧

粉色盆栽玫瑰在歐洲大受歡迎

日期：2024/5/2

資料來源：Floral Daily

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



Roses Forever 是一家丹麥的育種公司，在今年的母親節季節，他們觀察到粉色品種越來越受歡迎，如 Princess of Infinity、White Infinity 與 Queen of Infinity 等柔和色調的品種。本文由 Rosa Eskelund 介紹盆栽玫瑰 Infinity 系列，以及歐洲大陸與北歐半島最新的母親節趨勢。

柔和色調的玫瑰需求明顯提高

Eskelund 表示：「過去這三年，在荷蘭、丹麥與挪威生產 Infinity 品種的花農都觀察到 Infinity 盆栽玫瑰需求明顯增加，而且銷售狀況也很好。當然，在 4 月、5 月、6 月與母親節檔期銷售量會達到高峰，荷蘭、丹麥與挪威是 Infinity 盆栽玫瑰的主要市場，以母親節來說，幾乎所有的盆栽玫瑰都會預售一空，不過，店家總是會保留數量在現場進行銷售。」

她發現柔和色調盆栽玫瑰的需求明顯成長，「在北歐地區，柔和色調的花卉一直是母親節受歡迎的顏色。我們看到這樣的風格在其他市場，例如：德國、法國、奧地利與

瑞士等等也越來越受到歡迎。以往，這些市場偏好明亮的顏色，以及大量的紅色，人們的喜好逐漸改變，其中一項重要趨勢就是北歐自然風，明亮與寧靜的北歐式風格，在這些國家都非常流行。」



Princess of Infinity

依據 Eskelund 的說法，柔和色調的 Princess of Infinity 特別受歡迎。「當初在推廣永續種植時，Princess of Infinity 問世來迎合喜歡長賞花期買家的需求。該品種栽培僅需要 9~10 週。對花農來說，這麼短的栽培時間非常有利，在同一個生產地點，運用相等的資源就可以輪番種植，達到環境友善的目標。在當時，長賞花期產品的銷售狀況良好，Princess of Infinity 一推出就大受歡迎，這歸功於美麗和大型的花朵。該系列花卉除了賞花期長之外，還可以將玫瑰盆栽移到室外種植，例如移到花園裡或大花盆裡。它的品質穩定可靠，柔和色調花卉的需求也明顯增加，新的 Infinity 品種還在持續優化，目標要提升產品耐久性與種植的安全性。」



Princess of Infinity 盆栽玫瑰與北歐風格的房間

持續的需求

由於母親節檔期動能驅使，Roses Forever 的 Infinity 盆栽玫瑰需求大幅增加，Eskelund 十分看好母親節之後，盆栽玫瑰的買氣仍可以持續。「德國和丹麥的母親節的兩週之後，就是法國與瑞典的母親節，而挪威的國慶日（5 月 17 日）也是玫瑰的大日子。長期來看，盆栽玫瑰的需求精彩可期，夏天與早秋都是很棒的季節，聖誕節與新年檔期則有應景的白色 Infinity 盆栽玫瑰。我們預估這樣的趨勢將持續好幾年，我們也有生產紅色、黃色與深粉紅色的 Infinity 玫瑰，銷量同樣很好。」



Infinity 玫瑰無論放在室內或戶外都很適合

本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9623045/currently-pastel-pot-roses-are-more-in-demand-than-red-ones/>

母親節花卉商戰回顧

荷蘭市場切花價格漂亮
日本花市的康乃馨買氣偏低

日期：2024/5/15、5/9

資料來源：Floral Daily、日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

預訂量少 最終成交量高

荷蘭花卉批發商 Hoven & de Mooij 公司的 Theo de Mooij 表示：「今年母親節的營業額與去年大致相同，幾乎所有切花的價格都很高，即使價格高，我們卻賣得非常好。今年有一個值得注意的狀況，就是提前訂購的人很少，有許多人是最後一刻才進行採購，這也是這幾年



Theo de Mooij

看到的趨勢。這樣的趨勢讓事情變得不可預測，我們必須承擔更多的風險，不過，當我們一早看到花房裡堆滿了鮮花，到了一天結束時，花房明顯的清空了，這十分有成就感。」

「與去年不盡相同，我們從厄瓜多和哥倫比亞進口了更多產品，各種色彩豐富的玫瑰應有盡有，我們的客戶對此表示讚賞。」

比去年還要忙碌

荷蘭切花貿易商 Tuning Bloemexport BV 公司的 Joost de Vries 說道：「今年母親節檔期比去年更忙碌，我們正在統計所有的銷售情況，沒有什麼大問題，成交量一定比去年好，這可能是因為今年的需求比去年稍高，但是價格也更高。」

今年主要出口到北美、北歐半島、南歐和德國等地，「尤其是在美洲，母親節非常重要，出口到美洲主要是特別的鮮花，約占我們供應的 5% 到 10%。其餘的出口主要來自南美或本地生產，我們直接向花農購買很多鮮花，然後將它們運往美洲各地。」

平均價格高

荷蘭花卉批發商 G.J. de Ruijter 公司的 Gerard de Ruijter 說：「我們忙碌了好幾週，今年熱門花卉有玫瑰和非洲菊，牡丹也很受歡迎，牡丹比往年來得早，我們現在從義大利和羅馬尼亞進口了很多牡丹，那裡有更多的花農，牡丹的需求量也很高，它讓我們有一個美好的母親節。」

這兩年半以來，G.J. De Ruijter 隸屬於 Green Flor（荷蘭語），該公司在德國、瑞士和全球其他地區有許多客戶。De Ruijter 本身的客戶主要在比利時和荷蘭。「母親節前後，鮮花價格通常會比較貴，但因為沒有出現極端數量，所以平均價格實際上比去年要高一些。價格高也是有必要的，母親節是花卉貿易的指標日之一。」

大量的花束

他還指出，母親節受歡迎的不僅僅是盆栽植物或切花，也售出許多花束，「花束採用了許多品種，包括像金魚草這樣的夏季花卉。母親節花束的顏色主要是紅色和粉紅色，也搭配有很多綠色切葉。對我們來說，荷蘭切葉的季節已經結束了，它從八月持續到四月初左右。」

日本花市切花行情高，但康乃馨買氣低落

五月八日是母親節應景花卉進貨高峰，雖然日本花市的切花行情全面走高，但主角康乃馨買氣並不旺。標準品種平均一枝 99 日圓，以母親節前二個交易日來看，比起價格高漲的 2022 年同期便宜了一成。東京都內的花店表示節前訂單並不多。另一方面，由於「母親節掃墓」需求，菊花一直維持高價行情。

五月八日康乃馨（單朵品種）日農平均價格（七家各地區大型批發商資料合計）是一枝 99 日圓，比前一交易日下滑 2 日圓，也不如去年同期的一枝 102 日圓，但比起往年（過去五年平均）貴 18%。

玫瑰單朵品種一枝 131 日圓，比往年貴 34%，多朵品種一枝 165 日圓，比往年貴 27%，行情走強。東京的批發商認為：「進口貨方面由於肯亞玫瑰受洪水影響產量減少，日本國產貨買氣增加，因而墊高了價

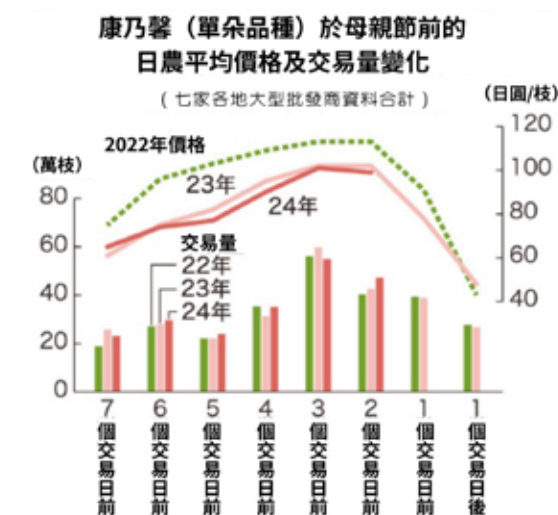
格。」

宿根滿天星一枝 115 日圓，比往年貴了 64%，價格高漲。由於天候不佳開花遲緩，日本全國到貨量少交易熱絡，呈現貨少價高。非洲菊一枝 70 日圓，比往年貴 52%，除了母親節需求之外，還有婚禮需求，買氣強勁。

至於康乃馨盆花，五月七日東京都中央批發市場大田市場交易高峰時是一盆 165 日圓（5 寸盆，拍賣中價，含稅），比起去年同期便宜 55%，可說是行情低迷。

「母親節掃墓需求」帶動菊花買氣

從黃金週連假就開始促銷的「母親節掃墓」用菊花，從四月底開始就一直維持高價。五月八日輪菊一枝 85 日圓，比往年貴 55%。因為受到三月低溫和天候不佳影響，品種轉換延遲而貨少。小菊也比往年貴 69%，一枝 49 日圓。另一位花卉批發商表示：「黃金週期間天氣好，掃墓需求有帶動部份買氣。」



本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9625728/nl-high-prices-for-just-about-everything-that-goes-in-a-vase/>、<https://www.agrinenews.co.jp/economy/index/231414>

荷蘭育種商以創新產品贏得日本年度花卉殊榮

日期：2024/4/19
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

荷蘭育種商 Schoneveld Breeding 所推出的” Illusia ”贏得 2023~2024 日本年度花卉殊榮。Illusia 是開花盆栽，以令人驚豔的姿態衝擊日本市場，在 2023 年 9 月的日本花卉品種展 (Flower Trials) 首次發表。「我們選擇在日本發表，是因為日本市場對於創新產品的接受度很高，無論經銷商與消費者都是專家。」



日本花卉大賞 (The Japan Flower Selections (JFS)) 是日本新品種花卉的競賽，日本花卉大賞協會每年舉辦這項競賽，他們給 Illusia 很美的評語：



「這款向上綻放的花，與傳統的品種有點不同，就像是櫻花，它充滿了原創性，舉例來說，像內花瓣上的突起，給人奢華新奇的感覺。持續開花的表現很好，所以有很長的賞花期。向上綻放花朵可能是植物競爭的天性，它有一種魅力能照亮人的心情。它的種子屬於 F1 等級，這確保有好的品質以及高生產效率。」

Illusia 在日本花卉品種展的展出陳列放在漂浮的花盆中，吸引現場很多的驚嘆聲。在展出後的第一個小時就接到很多的洽詢。Schoneveld Breeding 的 Huub van Oorspronk 說：「我們作夢也沒想到，在去年 9 月長野舉辦的日本花卉品種展可以獲得那麼熱烈的迴響。這些迴響告訴我們，Illusia 在日本市場以及全球市場有很大的潛力，我們很有信心也成功地將它介紹給日本市場，佔有一席之地。」

Schoneveld Breeding 將在今年 6 月舉辦的荷蘭花卉展 (the Dutch Flower Trials) 正式發表 Illusia。

本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9619292/schoneveld-breeding-won-japan-flower-of-the-year-2023-2024-with-illusia/>

因應 2024 物流問題

提高城市之間的花卉運輸效率

日期：2024/5/12
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

利用新潟做為中轉據點

日本的「以新潟作為花卉中轉據點檢討協議會」正在推動利用日本新潟縣內的中轉據點來提高大阪到仙台間的花卉運輸效率。實地驗證後發現，使用物流台車上貨可以縮短作業時間，確實可以削減貨車司機 18% 的總勞動時間。希望藉此建立起長距離運輸網，幫助花卉業界整體的發展。

協議會成員包括新花、NANIWA 花市場、仙花等花卉批發商，以及 IFN、新潟日植運輸等貨運公司和新潟縣、新潟市等政府機關。

從大阪經新潟到仙台的實地驗證是在一月下旬到二月中旬期間進行。關西以西生產的小菊、大菊等先送到大阪市 NANIWA 花市場集貨，運輸途中則利用新潟市「新花」的設施作為中轉據點。

目前這段運輸途徑全程平均需要

15.7 小時，其中行駛時間 13 小時，上貨要花 2.7 小時。若使用物流台車，可以有效減少司機上貨的時間。而且到達新潟之後改換另一位司機開到仙台，也可以減少每位司機的平均勞動時間。

以新潟為中轉據點的理由包括：

①在陸路運輸方面，從大阪到新潟的單程運輸已是司機法定勞動時間內的最長距離

②增加日本海沿岸這條路徑，有助於連結缺乏運輸途徑的關西以西地區到東北地區。建置東北、北陸、北海道到關西以西的長距離運輸網。

此次實地驗證計劃是因應「2024 物流問題」而推出，同時也被食品等流通合理化促進機構選為「生鮮食材等供應鏈緊急強化對策事業」的四個優良案例之一。

日本花卉產業展開環保行動計劃

日期：2024/4/23

資料來源：PR TIMES 一般社団法人花の国日本協議會
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

“Well-blooming project” 啟動！從六月環境月開始，日本全國約 300 家花店將參與本計畫，並同時宣傳「維他命 F」



Well-blooming project 計畫標誌

“Well-blooming project” 這個計畫是以大自然和人類的幸福健康、永續發展為目標，執行者是日本花卉業界所有成員。一般社團法人「花之國日本協議會」接受日本農林水產省「持續生產強化對策事業」中的「強化日本花卉推動計劃」的補助支援，並擔任「日本國產花卉需求擴大推動協議會」的執行辦公室，在推動活動時，將花卉業界從 2023 年度起開始準備的 SDGs（聯合國永續發展目標）相關活動總稱為「Well-blooming project」，「永續性」和「健康幸福」是活動二大主軸。

活動目標是整個花卉業界正式展開「環保行動」，同時使用「維他命 F」（自創新詞，F 是 Flower 的 F）這個關鍵詞來宣傳植物的效用，讓大眾了解花卉植物對人類的



「健康幸福」可以帶來好的影響。

Well-blooming project

計畫名稱結合了在全世界被視為時代關鍵字的「Well-being」（＝身心健康、社會人際方面也得到滿足的幸福狀態）和「blooming」（＝開花，花朵盛開）。花卉業界一直享受著大自然的恩惠，因此更須正視環境問題，期待花卉產業能夠永續存在且對人類幸福有所貢獻，所以如此命名。

希望業內人士跨越彼此的隔閡，為了花卉業界整體，甚至為了地球，大家一起學習一起思考，接受挑戰！本計劃包括資材廠商和運輸業在內，所有與花卉產業相關的業者，還有每一位花店客人，都希望能夠給予理解、協助，共同參與這個活動，並持續尋找志同道合的夥伴，期待未來有一天這個計劃被大家接受且視為理所當然，在十年、二十年後讓花卉業界在下一代面前能夠以此為傲。

本計劃目前打算先針對以下這二大主題展開行動。

- ① 東西儘量不要用過就丟，「環保行動」的目標是重新審視素材並循環利用資源
- ② 研究、宣傳「維他命 F」，讓大眾了解花卉植物對人類的健康幸福有何貢獻

首先從客人手邊變成垃圾問題的塑膠開始，敦促花店業者採取具體的環保行動

雖然花卉流通過程有許多待解決的課題，但花店是在第一線和消費者接觸的終點站，因此優先針對「花店可採取的環保行動」進行推動。2023 年度，參與「國

產花卉需求擴大推動協議會」的花店和資材廠商約二十家共同舉辦了兩次「鮮花環保包裝研究會共創研習會」，根據會中討論的內容，首先建議針對到客人手邊變成垃圾的塑膠物，「從可以做的事情開始嘗試吧！」



Well-blooming project 計畫指導宣傳手冊內頁示意

配合六月環境月和九月 SDGs 週，舉辦 Well-blooming project 啟動宣傳活動

未來藉著每年六月的環境月和九月的 SDGs 週，希望讓活動愈來愈盛大。因應今年度計劃啟動，為了讓各家花店能夠從六月五日「世界環境日」起展開具體的「環保行動」，從現在起開始招募有意參與行動的「花店」「企業」。除了花店之外，也會廣泛告知資材廠商、花卉市場、中盤商等流通業者、花卉生產者等。

期待日本全國一家家花店、一間間企業每年各自宣佈並實行自己想出來的「環保行動」，或者有時也和其他業種合作，然後一年年累積成果，最終蓬勃發展蔚為整個花卉業界的主流趨勢。

成立三個分組，開始行動

2023 年度活動剛開始，首先要掌握花卉業界的環保意識和環境對策，因此走訪了二十家花店、花市、資材廠商等聽取意見，

並由此了解到，除了顧客從花店買回的塑膠製品會變成垃圾之外，花卉流通過程中其他各種塑膠製品的相關課題也一一浮現。

於是，先針對最大的三個主題分別成立小組，招募成員並開始進行具體討論，設法解決課題。

去塑減塑・花卉環保包裝研究會

- 參與成員：花店、資材廠商、批發商
- 檢討內容：討論塑膠資材的削減、再利用及替代品／討論次世代應有的包裝方式／以實際驗證方式進行花店、消費者的認知改革

來自產地的包材塑膠資源循環利用方案

- 參與成員：以切花為主的花市／未來也要

請產地、花店、資材廠商合作

- 檢討內容：針對主要來自產地的塑膠製保水桶（「DARUMA」）希望能做到平行式廢料回收再利用，包括回收、計量、壓縮、粉碎、再生利用實際驗證。將來目標是挑戰回收花店產生的植物殘渣（莖、葉）並加以再利用，甚至升級再造，創造更高的價值，希望有效利用在產地、花店及地方。

花盆底盤塑膠資源循環利用方案

- 參與成員：以盆栽為主的花市／未來花卉
- 產地、花店和資材廠商也要合作
- 檢討內容：統一規定花盆底盤規格，以平行式廢料回收為目標進行回收、粉碎、再生利用的實際驗證



Well-blooming project 計畫指導宣傳手冊內頁示意

宣傳「維他命F」—花卉與幸福的好關係

2024 年 3 月 28 日開設了官方 note，從科學和實踐者的觀點來解析並介紹花卉植

物驚人的效果，也就是「維他命F」的價值與魅力。根據日本國內外各種關於植物效用的研究結果，以及專門追求「健康幸福」的專

家、實踐者的經驗談，花卉植物能夠為人類的「健康幸福」帶來正面影響，包括人類心理健康在內。希望以「維他命F」為關鍵字，將花卉植物的正面力量推廣到社會各角落。



官方 note 宣傳「維他命F」花卉與幸福的好關係
何謂「維他命F」

根據 2020 年 4 月新冠疫情剛開始時所

做的一個調查，回答「和以前相比，現在變得想在自己家裏擺飾鮮花植物」的受訪者達到 90% 的比例，十分令人驚訝。事實上，在家擺飾花卉植物的年輕族群尤其增加的非常多。若要探究原因，應該歸因於「植物的力量」。

協議會把「植物的力量」命名為「維他命F」，並開發了方便向顧客說明海報傳單。日本國內外針對植物效用做了很多研究，根據這些研究結果，將海報的宣傳內容分成「鮮花」「觀葉植物」「園藝」「花禮」等四個主題，分別說明其效果，希望讓大眾了解，要打造舒適健康的家居生活，花卉植物是不可缺少的存在。



「維他命F」傳單

本篇圖片來源：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000025.000054763.html>

關於一般社團法人「花之國日本協議會」

2010 年花卉業界熱心人士組成了「花卉情人節推動委員會」，2014 年發展成一般社團法人「花之國日本協議會」。從 2011 年起的「花卉情人節」推廣送花活動開始，「花之國日本協議會」一整年都和花卉業界及其他業種合作舉辦各種宣傳活動，期盼花與綠深入日本人的日常生活。

現在隸屬於農林水產省「2023 年度強化日本花卉推動計劃」全國事業的一環，為了擴大並穩固家用需求，針對入門者推出了「花卉 ABC 工作坊」，「GREENS RESCUE」傳授成功養活觀葉植物的技巧，「花與照片」則提供新型態的婚禮模式建議。另外為了實踐 SDGs，也針對性別平等宣傳「國際婦女節」、推動「花卉業界的環保行動」「花卉與幸福（維他命F）」等。

蝴蝶蘭最佳栽培介質的選擇：水草 or 樹皮？！

撰稿：皇基股份有限公司 劉耀仁

“蝴蝶蘭不都是種在水草裡嗎？”——這是筆者有時會被問到的問題，事實上，全球每年使用樹皮作為栽培介質來種植蝴蝶蘭的數量相當龐大，尤其是在商業栽培中非常常見。蝴蝶蘭是全球最受歡迎的花卉之一，主要因其美麗的花朵、豐富的花色和較長的花期，根據一些估計，全球每年商業化生產數億株蝴蝶蘭使用樹皮作為主要栽培介質。

樹皮栽培的主要優點在於其優越的排水性和通氣性，這對於像蝴蝶蘭這樣的附生植物至關重要。蘭科植物在自然界中通常生長在樹幹和樹枝上，它們的根部需要充足的空氣流通來防止腐爛。使用樹皮作為介質可以有效模擬這種自然生長環境，使得根部能夠保持健康並吸收充足的水分和養分。

水草——源自於日本的蝴蝶蘭栽培介質，如今廣泛的使用在日本、台灣、中國、越南等多個國家的生產者，筆者粗估每年有上億株蝴蝶蘭使用水草作為介質。過去台灣也曾是蝴蝶蘭苗株可帶水草介質輸美的唯一國

家，讓許多生產者獲得不少收益。

水草栽培的主要優點在於保水(肥)性，若能掌握水草的物理特性、栽培環境、與溫室微氣候變化，並給予最適當的水(肥)分管理，可使蝴蝶蘭苗株生長良好。惟「給予最適當的水(肥)分管理」必須依賴非常有經驗的管理人員方能達成，多年前曾有蘭界的輸日知名廠長欲傳授澆水功夫給筆者，條件是要下定決心學3年。

另外介質的選擇還取決於：客戶需求、檢疫規定等，因此生產者應該沒有所謂的最佳介質，而是依據溫室的环境與設備、及訂單需求而選擇最合適的介質。惟若筆者能選擇，還是偏好樹皮的排水性，因為澆太多水自然就會排掉，是真的無法花3年學澆水啊！！



圖 2、以樹皮作為栽培介質的蝴蝶蘭——獲得日本農林水產大臣賞。



圖 3、每年數以億株商業生產的蝴蝶蘭以樹皮作為介質。



圖 1、各種不同的樹皮介質

中國產花卉拓展中東市場 面臨高品質的挑戰

日期：2024/5/2

資料來源：Floral Daily

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



來自全球各產區的玫瑰，無論是歐洲、非洲或是南美洲，都十分受買家喜愛，除了前述這些地區之外，還有一個國家生產著大量的花卉，那就是中國。「中國的玫瑰潛力無窮，除了在中國本土之外，我們也觀察到中東地區有很好的需求機會。」

以中國產花卉回應中東地區的需求

今年初，我們在越南國際花卉園藝展覽會（Hortex）與 Halex 公司的 Bob van Vianen 以及 Robin de Vos 進行訪談，這個出口商在上海擁有銷售辦公室與物流中

心，也經營了很長一段時間。他們規劃將拓展業務到雲南，雲南是中國主要的花卉生產地以及交易地。「中國市場有一項優勢，他們大量生產各種產品，而這些產品將補足荷蘭市場季節產品供應缺口。我們看到中東地區穩定的需求，希望能更積極地回應這些需求。」

處於起步階段

中國產花卉主要目標市場在中國國內，很少出口到其他國家，更別說出口到中東地區了。從昆明到杜拜，每週有3班直飛的航

班，我們也可以從中國其他的城市出口到沙烏地阿拉伯、卡達與其他中東國家。除此之外，有不少的中國公司開始與中東地區建立交流。

我們可以說，中國與中東地區的貿易還沒有真正開始，「這主要與產品品質有關係，由於花卉主要市場在中國國內而並不注重出口，因此花農只堅持傳統的品種和做法，例如，不斷重複使用百合的球莖，而這在荷蘭是不允許的。」

建立信任

Hollex 的目標是提升品質，「在荷蘭所有的東西都有分級，每一株花都有特定的長度、重量以及可能花苞數。在中國買花是用重量來計價的，你買一大把的花，就是用重量來計價，你永遠不知道買到什麼品質的花。因此，要導入標準與可量化的指標，並且讓在地的花農願意加入行動，這些將是非常大的挑戰。」

他們解釋說，首先也是必要的第一步，就是贏得信任。「這一段時間以來，我們一直都用『賣往各大洲的秘訣』這句口號來宣傳，我們是大型且可靠的公司，在全球各大市場都很活躍，如果可以說服花農一起努力，將產品品質提升達到標準，那將會是雙贏的局面。然而，這並不是一件簡單的事，多數花農想要賺快錢，舉例來說，如果現在賣掉整批花可以賺 1,000 歐元，但是 2 小時後賣給 3 個買家可以賺 1,100 歐元，他們通常會選擇第一種方案。產品的價格低廉，促使他們有這種心態：中國產的花卉就是便宜，然而這種情況的確需要扭轉。」

目標是建立全年穩定供應

上述這類情況是有轉機的，因為成功的要件都已俱足，只欠東風。中國的氣候與地理條件有絕佳的優勢，很多花卉生產都在昆明，這裡周邊的海拔高達 1,900 公尺，昆明東北邊的麗江，兩個城市距離約有 700 公里，那邊海拔更高，將近 2,400 公尺，花卉生產甚至延伸到海拔 2,700 到 2,800 公尺，其他的地區如廣州與海南島也是花卉產區，孕育多樣的品種。

「我們的終極目標是建立全年穩定的供應，這需要很多的測試及資料來評估可行性，接下來這幾個月，將有更明確的結果。或許有做白工的可能性，也或許需要更多的時間來驗證，但我們知道需求就在那裡，而生產也在那裡，如此看來，當務之急要將每一個步驟好好的串聯起來。」



本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9625727/hollex-china-pioneers-with-chinese-trade-in-the-middle-east/>

把握商機、擴大客群、提高花店營業額！

生成式 AI 花藝助理

日期：2024/4/18

資料來源：PR TIMES GreenSnap 株式会社

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



在接洽花藝訂單時利用生成式 AI 製作的花藝圖像從旁輔助，避免因認知不同而錯失商機，並減少製作樣本所造成的耗損

日本「GreenSnap」是花卉植物愛好者的社群網站，經營此網站的 GreenSnap 公司開發出了 AI 花藝助理「Al:zen ～ Flower Arrangement Assistant ～」，利用生成式 AI 生成的花藝圖像，來輔助接洽訂單時和客人的溝通。如此一來，在正式製作商品之前，對於商品該有的模樣可以與客人達成共識，防止失去商機和花材浪費，並可望擴大客層提高營業額。

「Al:zen」開發的背景與目的

在花店訂製花藝品時，一般都是用話語

描述想要的顏色和大致氛圍，或是實際拿現場的鮮花搭配模擬出客人想要的模樣，但常常會發生成品不符客人期待而損失商機的情況，或是因製作樣本而耗損花材。

藉由這次開發的 AI 花藝助理，不只能夠使做出的成品更接近客人認知的模樣，也可以讓客人在購買前就明確掌握成品出來的模樣而得以安心購買，花店業者也可望因此提高營業額。

生成式 AI 活用計劃與今後展望

最近有關生成式 AI 進化到實用階段的話題多有所聞，GreenSnap 也認為 AI 已來到可以實際應用於社會的時機。為了讓花卉園藝業界把握這股潮流，將生成式

「AI:zen」 (生成式AI) 所生成的花藝設計



Green Snap

AI 運用在提高業務效率和擴大花卉需求，GreenSnap 擬定了「生成式 AI 活用計劃」，此次提供花藝模擬圖像的服務就是第一步。

GreenSnap 會在花店配置可以使用此 APP 的平板電腦來提供服務，除了瞄準之前曾經訂製花束或花藝商品的客層之外，也

想吸引從來不上花店的族群前來嘗試使用，希望刺激出新的花卉需求。

此外，GreenSnap 正在開發以生成式 AI 來為住家、店鋪、大樓的圍牆、門口、庭院、通道等外構部份設計植栽的服務，預定不久之後開始提供服務。

生成式AI所生成的庭院設計



花園設計

庭園風設計

Green Snap

本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000115.000041711.html>

花卉業者推出電子禮券 讓「送花」更簡單

日期：2024/4/15

資料來源：花卉園藝新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本的「鮮花邱比特」公司從四月一日起開始在官網商店「網路鮮花邱比特」銷售「花與綠電子禮券」而且，以往只能在實體加盟店使用，該日起也可以在網路商店兌換花禮。

鮮花邱比特希望藉由方便簡單的電子禮券，讓送花這件事更融入大眾日常生活。電子禮物卡「花與綠電子禮券」適用於日本全國的鮮花邱比特加盟店和網路商店，透過電子郵件或 LINE、社群媒體，可以把「謝謝」、「恭喜」、「加油」等訊息和鮮花一起送出去。且即

使不知道住址也沒關係，只要能在網路上和對方取得聯繫就可以送出電子禮物卡。一如

購買、兌換都只要簡單三步驟



往常的普通電郵附上花禮就可以送給對方一個特別的日常。

本篇圖片來源：<https://www.i879.com/egift/>

異業結合與行銷

按摩沙龍店推出蝴蝶蘭及保養品組合

日期：2024/5/10

資料來源：PR TIMES 株式会社 BESTHERBS

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

由日本 BEST HERBS 公司所經營的 Queensway 及 QueenswayLUX 按摩沙龍，在日本全國有 33 家分店，以日本人偏好的「痛得很舒服」的稍強刺激為基礎，專門提供最適合日本人的英國式反射療法（Reflexology）按摩技術。日前 Queensway 開始販售蝴蝶蘭以及含有蝴蝶蘭萃取精華的手霜和美容液。



手霜。手霜成份包括：蘭花萃取精華、玻尿酸、茶葉萃取精華、荷荷芭油等，品質高級。



中型蝴蝶蘭加手霜禮盒組

此組商品包含獲得日本國內外許多獎項、最適合送禮的蝴蝶蘭盆花和含有蘭花精華的高保濕



本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000045.000081054.html>

日本花卉市場預測：2024 年 6 月

日期：2024/5/15

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）

輪菊 主要出貨地是愛知和栃木。秋季品種將遲續到六月初，從六月中旬開始將改為夏季品種。預計出貨量將與往年持平。近年來氣溫回升得早，6 月下旬業務需求可能開始回升。但從目前的情況來看，這個月不會有太大的動靜，所以還是有點擔心。

多花菊 出貨主要來自愛知、栃木、群馬、進口。日本國內種植量與往年相



同。進口受日圓貶值影響，到貨不穩。自去年新冠疫情結束以來，零售和量販的動態已經放緩，色花的動態可能也趨於低調，白花的動態則取決於業務需求。

玫瑰 暖地和冷地的出貨量都充足。高冷地區的出貨集中在上等品，交易也集中。可期待婚禮需求及父親節的黃色花趨勢。

康乃馨 寒冷地區生長良好，但已接近淡季，因此產品有所短缺。銷售穩定，但部分產品可能缺貨。

洋桔梗 熊本和高知等西南部溫暖地區的出貨季已接近尾聲。長野、福島、山形等寒冷地區的出貨量增加。千葉縣的產品正值巔峰，各種顏色的到貨量充足。品質差異大，價格也有所落差。

仙台切花（仙台生花）

輪菊 主要產地為愛知、福岡、靜岡，中旬之後是宮城、秋田等高冷地區出貨。白色的到貨以「精之一世」為主，

黃色則是以「精之光彩」為主。上旬到貨量多，中旬後略有減少。交易以業務需求為主，但根據到貨情況，預計市場行情發展嚴峻。

小菊 沖繩產地出貨結束，切換為靜岡、福島、秋田和岩手。高冷地區的出貨受 3 月的低溫影響，可能出現生長延遲，因此預計 6 月上旬將進入過渡期。無論如何，6 月市場將不穩定。

多花菊 除了愛知和栃木等主要產地外，福島和秋田等夏季產區也開始出貨。現在是切換到夏季品種的時間，到貨量與往常相同。來自越南的進口量正在增加，但品質不穩定。由於多花菊的用途廣泛，預計各等級的交易量穩定。

康乃馨 宮城縣的產量將在中旬時因進入改植期而減少，到貨主要會來自北海道和進口。雖然取決於天氣，但可期待北海道的穩定到貨。

玫瑰 宮城、山形、愛知的出貨量與往年持平。預計市場將以婚禮需求為主，有必要刺激 6 月 2 玫瑰節，以及父親節（今年日本的父親節為 6 月 16 日）的需求。

洋桔梗 主要產地為千葉、靜岡、愛

知，預計到下旬時，宮城、福島、秋田的產量也會增加。婚禮和葬禮需求的交易強勁，價格穩定。

大阪盆栽（西日本花卉）

觀賞植物，主要是耐熱、耐濕的植物，如火鶴、空氣鳳梨、鳳梨科植物，還有榕樹、馬拉巴栗、變葉木等。洋蘭的禮物需求不大。盆花方面有季節性的繡球花、扶桑花、智利素馨和九重葛。



台灣 3 大切花近五年出口國家										單位:千美元	
文 心 蘭 切 花	年別	109年		110年		111年		112年		113年1-4月	
	排名	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值
	1	日本	15,852.1	日本	15,773.2	日本	12,717.6	日本	13,560.0	日本	4,007.2
	2	香港	177.6	香港	181.7	香港	176.3	香港	237.5	香港	85.8
	3	美國	76.3	荷蘭	154.6	澳大利亞	106.8	荷蘭	100.9	荷蘭	83.7
	4	中國大陸	72.1	澳大利亞	149.1	荷蘭	57.1	澳大利亞	99.2	澳大利亞	62.9
	5	新加坡	54.1	美國	99.2	美國	34.4	美國	92.7	美國	46.8
	6	荷蘭	32.6	中國大陸	89.0	新加坡	32.0	澳門	56.5	澳門	27.8
	7	澳門	19.2	新加坡	36.1	澳門	30.9	新加坡	38.2	阿拉伯聯合大公國	18.0
	8	澳大利亞	13.2	沙烏地阿拉伯	26.2	沙烏地阿拉伯	27.1	阿拉伯聯合大公國	16.7	新加坡	12.2
	9	沙烏地阿拉伯	7.5	阿拉伯聯合大公國	21.0	阿拉伯聯合大公國	15.1	沙烏地阿拉伯	15.4	菲律賓	3.1
	10	德國	4.0	澳門	15.4	中國大陸	7.4	比利時	12.0	加拿大	1.5
	11	關島	3.5	加拿大	7.3	關島	4.0	紐西蘭	9.9	關島	1.4
	12	法國	2.4	大韓民國	4.3	紐西蘭	2.6	關島	8.3	沙烏地阿拉伯	0.9
	13	馬來西亞	0.6	關島	3.0	加拿大	2.4	馬來西亞	3.2	馬來西亞	0.7

蝴 蝶 蘭 切 花	年別	109年		110年		111年		112年		113年1-4月	
	排名	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值
	1	日本	11,965.6	日本	13,837.4	日本	15,483.0	日本	15,885.7	日本	4,492.5
	2	澳大利亞	900.8	澳大利亞	2,027.6	澳大利亞	2,384.5	澳大利亞	1,734.2	澳大利亞	556.8
	3	美國	259.7	美國	325.3	美國	434.6	美國	432.5	美國	189.3
	4	阿拉伯聯合大公國	106.9	阿拉伯聯合大公國	154.5	阿拉伯聯合大公國	258.4	阿拉伯聯合大公國	419.0	阿拉伯聯合大公國	148.3
	5	澳門	72.0	泰國	133.0	泰國	219.4	泰國	174.1	泰國	63.6
	6	新加坡	60.7	科威特	116.8	科威特	97.9	新加坡	90.3	新加坡	62.1
	7	科威特	52.4	新加坡	76.3	馬來西亞	80.3	科威特	72.9	科威特	17.2
	8	香港	35.4	加拿大	59.2	新加坡	76.6	香港	54.2	澳門	13.7
	9	泰國	34.8	越南	46.3	沙烏地阿拉伯	46.3	沙烏地阿拉伯	47.8	卡達	7.9
	10	沙烏地阿拉伯	27.7	馬來西亞	36.6	香港	45.2	澳門	45.1	香港	6.8
	11	加拿大	17.7	香港	34.1	大韓民國	34.0	馬來西亞	27.7	沙烏地阿拉伯	6.5
	12	菲律賓	10.0	沙烏地阿拉伯	30.0	澳門	22.3	法國	13.4	大韓民國	6.2
	13	荷蘭	5.2	澳門	20.3	越南	21.4	巴林	4.6	印尼	5.2

火 鶴 切 花	年別	109年		110年		111年		112年		113年1-4月	
	排名	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值	國家	出口值
	1	日本	2,523.6	日本	2,553.3	日本	2,918.2	日本	3,021.6	日本	841.8
	2	澳大利亞	158.7	澳大利亞	237.8	澳大利亞	222.3	澳大利亞	191.2	澳大利亞	79.1
	3	新加坡	40.3	香港	43.1	香港	45.2	新加坡	39.4	新加坡	20.2
	4	香港	30.0	新加坡	20.5	阿拉伯聯合大公國	34.2	美國	34.9	美國	17.1
	5	關島	13.3	阿拉伯聯合大公國	15.9	新加坡	15.3	香港	27.8	阿拉伯聯合大公國	7.4
	6	美國	5.9	美國	6.1	關島	11.2	阿拉伯聯合大公國	23.6	泰國	6.3
	7	阿拉伯聯合大公國	4.8	關島	6.0	卡達	4.3	澳門	20.5	香港	4.5
	8	沙烏地阿拉伯	2.2	澳門	4.3	澳門	3.8	關島	13.2	卡達	4.5
	9	澳門	1.7	沙烏地阿拉伯	3.9	泰國	0.3	泰國	11.5	關島	3.9
	10	巴林	0.8	巴林	1.1	巴林	0.2	卡達	1.3	澳門	2.8
	11	卡達	0.5	泰國	0.5	印尼	0.1	巴林	0.8	加拿大	0.1
	12	泰國	0.3	卡達	0.4	馬來西亞	0.1	馬來西亞	0.7	馬來西亞	0.1
	13	馬來西亞	0.1	荷蘭	0.3			加拿大	0.1	菲律賓	0.04

製表日期：2024/06/04
資料來源：農業部
資料彙整：台灣花卉輸出業同業公會

日本花市五月份行情

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2024年5月1日~5月31日)

2024 5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	8,208	117,080	7,598	91,115	-	20,130
	均價	¥291	¥131	¥244	¥125	-	¥139
	高價	¥499		¥580		¥200	
	中價	¥171		¥253		¥166	
蝴蝶蘭	枝數	33,481	37,707	13,658	36,715	3,009	11,700
	均價	¥350	¥392	¥384	¥421	¥341	¥294
	高價	¥992		¥1,064		¥70	
	中價	¥427		¥614		¥34	
火鶴	枝數	36,099	81,893	2,256	71,512	-	22,771
	均價	¥170	¥107	¥194	¥99	-	¥100
洋桔梗	枝數	451,767	-	239,786	2,140	101,010	-
	均價	¥236	-	¥232	¥96	¥272	-
	高價	¥509		¥618		¥531	
	中價	¥271		¥371		¥304	
劍蘭	枝數	154,370	-	73,585	-	154,370	-
	均價	¥96	-	¥96	-	¥127	-
	高價	¥149		¥162		¥194	
	中價	¥108		¥111		¥146	
玫瑰 (單朵)	枝數	1,135,286	242,414	698,886	106,540	119,658	30,568
	均價	¥104	¥83	¥83	¥66	¥123	¥75
玫瑰 (多花)	枝數	502,989	26,715	327,226	32,080	49,234	3,700
	均價	¥117	¥112	¥95	¥76	¥150	¥111
康乃馨 (單朵)	枝數	1,159,347	1,630,628	952,955	896,421	259,227	147,020
	均價	¥73	¥60	¥66	¥53	¥71	¥59
康乃馨 (多花)	枝數	970,698	460,073	536,055	428,790	304,885	66,700
	均價	¥68	¥46	¥75	¥46	¥73	¥59

2024 5月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥141	¥118
文心蘭	¥191	¥153
玫瑰(ST)	¥164	¥78
康乃馨	¥84	¥57

2024 5月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	-	-
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,813	¥3,650
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥12,250	¥9,467
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2024年5月1日~5月31日)

2024 5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	30	16,440	975	36,840	520	8,490	5,162	43,720
	均價	¥160	¥135	¥313	¥124	¥258	¥154	¥181	¥137
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	1,841	2,646	6,877	13,484	2,149	8,138	10,938	14,870
	均價	¥228	¥300	¥444	¥378	¥489	¥552	¥300	¥472
	高價	¥640							
	中價	¥301							
火鶴	枝數	27	3,056	1,935	26,284	645	682	-	41,195
	均價	¥209	¥104	¥188	¥146	¥96	¥132	-	¥108
洋桔梗	枝數	63,137	0	119,804	20	29,407	-	146,825	-
	均價	¥203	#DIV/0!	¥216	¥60	¥229	-	¥219	-
	高價	¥466		¥460		¥442		¥429	
	中價	¥249		¥231		¥244		¥268	
劍蘭	枝數	15,940	-	18,170	-	4,010	-	14,370	-
	均價	¥69	#DIV/0!	¥110	-	¥82	-	¥107	-
	高價	¥166		¥138		¥154		¥158	
	中價	¥84		¥115		¥101		¥120	
玫瑰 (單朵)	枝數	99,794	530	527,891	62,175	86,672	4,600	273,909	15,026
	均價	¥90	¥201	¥83	¥59	¥75	¥44	¥101	¥105
玫瑰 (多花)	枝數	56,814	1,240	137,741	8,520	42,485	1,590	157,090	1,850
	均價	¥129	¥85	¥100	¥69	¥101	¥69	¥127	¥88
康乃馨 (單朵)	枝數	85,786	74,024	509,445	275,545	83,200	64,688	190,310	168,356
	均價	¥52	¥57	¥58	¥47	¥54	¥57	¥66	¥68
康乃馨 (多花)	枝數	157,615	46,460	333,050	112,443	144,430	37,640	195,390	60,535
	均價	¥58	¥42	¥57	¥37	¥57	¥60	¥74	¥63

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：113/05/01 ~ 113/05/31（農曆:113/03/23 ~ 113/04/24）

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	102.7	155,679	86.6	40,348	91.5	45,101	85.9	47,975	93.4	59,386
FB火鶴花	9.9	344,204	9.1	112,949	10.4	119,199	9.9	162,088	11.4	89,393
FC大菊	96.0	92,590	73.0	31,932	76.6	99,107	82.9	63,521	82.0	64,852
FD小菊	84.0	132,348	46.2	36,627	60.3	145,633	59.8	103,293	60.2	107,209
FE非洲菊	75.9	106,480	61.7	31,915	62.6	70,790	55.8	73,815	62.9	76,035
FG劍蘭	100.3	9,287	70.6	1,211	85.2	9,763	92.3	12,796	98.9	12,887
FH101天堂鳥	129.6	3,378	71.1	1,554	78.3	1,840	94.6	446	82.8	1,916
FH230夜來香	64.8	6,024	59.2	377	45.6	1,040	66.1	1,989	63.4	1,946
FH251秀線	66.1	5,470	40.2	2,435	58.2	9,647	58.9	5,281	58.3	6,384
FH29向日葵	129.2	18,632	100.5	4,418	102.5	6,792	93.4	5,614	103.2	7,135
FH330雞冠花	87.0	8,724	55.1	3,274	58.9	7,800	61.1	6,648	54.8	5,105
FH381麒麟草	48.7	36,763	33.2	10,752	40.6	26,463	40.2	20,795	39.1	17,683
FL姬百合	74.8	4,613	70.7	1,835	77.1	1,144	64.9	960	72.9	982
FM重瓣百合	219.2	11,868	177.6	1,414	163.9	1,974	156.1	1,198	109.6	2,041
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	112.0	8,841	9.5	17,280	10.4	25,032	53.7	5,542	10.2	27,455
FO006 腎蕨蘭 深紅色	64.9	937	7.1	2,220	6.7	2,710	24.4	340	5.6	1,090
FO027 萬代蘭 巨輪紫	44.3	9,573	21.0	167	29.7	482	37.2	1,560	27.7	1,110
FO331 大文心蘭	111.0	612	-	-	70.6	78	-	-	78.4	56
FO335 檸檬綠文心蘭	142.6	24,689	127.2	4,599	113.0	14,848	120.9	8,141	118.4	8,119
FO336 文心蘭 太陽之子	118.7	1,224	93.0	8	96.6	133	130.2	95	124.9	31
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	53.6	24,364	-	-	63.0	60	-	-	82.2	219
FR玫瑰	195.5	95,699	173.3	21,604	130.9	27,969	145.2	15,272	142.9	23,220
FS香水百合	177.4	204,151	168.0	52,087	176.3	96,867	177.1	106,389	183.2	101,439
FT鐵砲百合	49.3	15,546	44.8	5,801	45.1	6,712	47.6	7,641	42.4	7,949
FU洋桔梗	177.8	97,911	137.7	22,809	137.9	19,543	140.1	20,095	148.2	17,811
FW4卡斯比亞	88.5	12,789	82.3	4,494	84.5	5,265	75.1	4,834	78.8	3,958
FW5滿天星	104.4	3,530	113.2	4,342	112.1	6,025	97.5	2,463	114.2	3,632
FY004 黃椰心	98.9	9,491	65.4	6,198	74.1	21,092	99.3	11,684	89.6	11,409
FY009 電信蘭	77.2	14,095	32.7	6,527	67.3	18,788	78.0	15,024	70.6	10,649
FY050 山蘇葉	19.1	4,769	18.1	3,295	18.5	1,707	15.3	3,296	20.0	1,224