

台灣花訊

Taiwan
Floriculture
News

2024年 第2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：日本辦公室裝飾需求增加，獨一無二的花藝設計受到歡迎。
攝於Nicolai Bergmann Flowers & Design日本旗艦店



2023年日本花卉產業的變化
2024年的花卉觀點與產業預測

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 2 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 2023年日本花卉產業的變化
- 8 今年日本花卉產業須努力擴大花卉需求
- 10 日本物流改革元年
- 13 DIY組裝的堅固紙製花瓶
- 14 荷蘭鮮花訂閱制公司發表2024年花束趨勢
- 21 2024年的花卉觀點與產業預測
- 27 Harris Teeter 推出美國全國鮮花快遞服務
- 市場行情
- 30 日本花卉市場預測：2024年2月
- 32 日本花市一月份行情
- 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	

年度趨勢回顧

2023 年日本花卉產業的變化

日期：2023/12/20

資料來源：PR TIMES 第一園芸株式会社

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本的第一園藝公司整理了 2023 年期間日本花卉產業的變化。

【重點】

- 酷暑和疫情導致鮮花栽種面積減少，供給呈現缺貨傾向且價格上漲，但花草裝飾需求強勁並趨向多樣化
- 濁色鮮花和灰色調染色花有流行徵兆
- 愈來愈多上班族回辦公室上班，公司慶祝周年活動也增加，不論鮮花或高級人造花的裝飾需求都增加
- 關於觀葉植物的問卷調查中，十幾歲的受訪者有 69%、二十幾歲的有 72% 都回答「喜歡上植物」
- B2B 用的花禮，使用企業識別色製成獨一無二的花藝設計，很受歡迎

酷暑和新冠疫情導致栽種面積減少，鮮花供給有缺貨傾向，再加上原料、燃料、物價都高漲，鮮花價格也大漲

2023 年的切花平均價格比起疫情前的 2019 年上漲了 26 個百分點，比 2022 年上漲 4 個百分點。這是因為 2022 年起油價持續高漲，還有肥料等原料材料費、加溫栽培時必需的燃料費以及運費都高漲，因而反映在價格上所致。

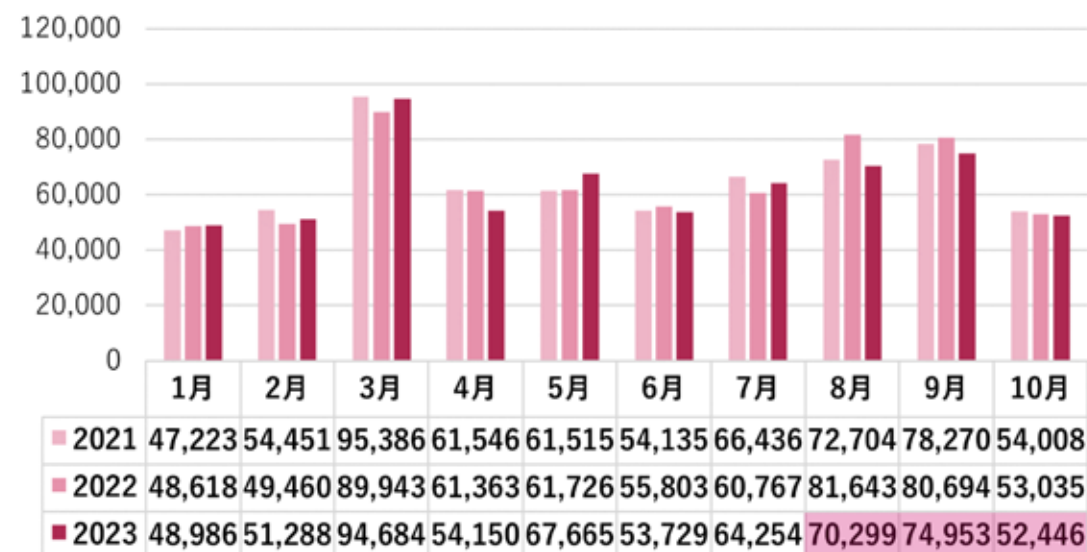


切花交易實績	2021	2022	2023
平均價格（日圓）	69	79	82
合計金額（千日圓）	44,791,038	51,003,610	51,918,775
數量（千枝）	645,673	643,053	632,453



此外，2023 年交易量比 2019 年減少了 9 個百分點，呈現缺貨傾向。這是因為酷暑影響，八到十月平均交易量比去年減少 8.2 個百分點，加上新冠疫情導致典禮等裝飾需求大減，切花栽種面積因而減少，雙重因素影響之下造成缺貨情況。

切花交易實績1~10月（單位：千枝）



< 濁色系和大自然中沒有的花色成為流行趨勢 >

2023 年用「低彩度濁色系」鮮花製作的自然風花藝設計很受歡迎。以往講到自然風一定是用白色 × 綠色的鮮花來表現，可是 2023 年使用「灰粉」、「卡

其色」等花色來呈現的機會變多了。灰色和藍灰色等「灰色調的染色花材」也受到注目。使用大自然中不存在的花色，然後把外形做成像是長在花園一角的自然風格，這種散發歐洲復古調（Shabby Chic）的花束和花藝品應該會是今後流行的趨勢。

< 來店客增加，低彩度濁色系和染色花材、枝材受歡迎 >

2023 年來店客數有增加傾向。購買花禮的金額感覺和新冠疫情前差不多。花卉種類仍延續 2022 年以「低彩度濁色系的花」和「染色花」銷售為佳。送禮方面，以花形自然浪漫像剛從花園摘下來的玫瑰花為主角，再用染色花做點綴的花束和花藝品很受歡迎。此外，



「枝材」也很有人氣。印象中，以前只有花道和店家展示等少數情況會使用，最近似乎愈來愈多人在家裡簡單擺飾一些枝材來代替觀葉植物。



＜辦公室、活動裝飾需求明顯增加，婚禮、宴會花卉裝飾金額增加＞

明顯出現增加傾向的是活動場地和辦公室的裝飾。很多企業趁著遠距工作的員工重回辦公室或是公司搬遷的機會，開始使用植物裝飾空間。最明顯的例子就是以慶祝公司周年或歡迎員工回歸等名義舉辦員工活動，會場使用高級人造花來佈置。大家對於高級人造花愈來愈不排斥，和鮮花、觀葉植物間的差別逐漸消失。自從新冠肺炎改為第五類之後，婚禮和宴會逐漸恢復疫情前的情況，感覺大家花在花卉裝飾的金額似乎有年年增加的傾向。

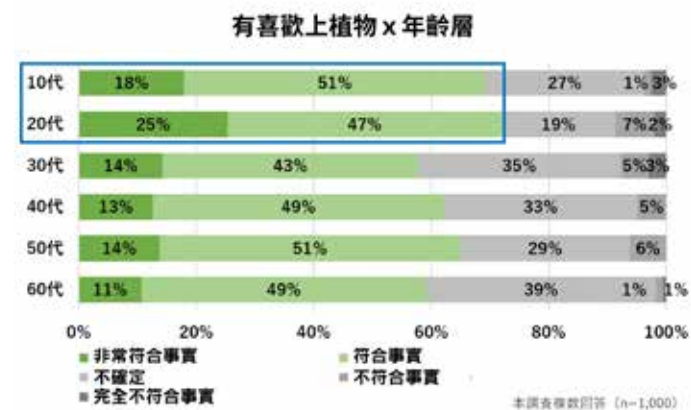
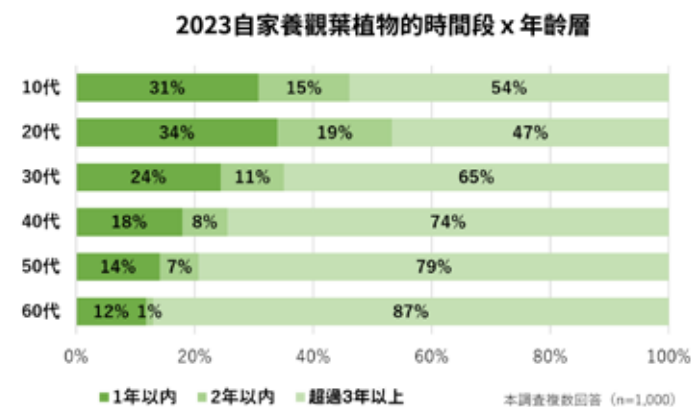


觀葉植物需求回落但平均價格仍大漲。十幾、二十幾歲的年輕人加入觀葉植物的行列，受到所有年齡層喜愛

2023 年觀葉植物的平均價格相對於疫情前的 2019 年增加了 34 個百分點。原因應該和鮮花一樣，由於原料、燃料和物價高漲所致。雖然交易量減少 6 個百分點，但總交易金額增加 27 個百分點。這是因為，除了流通量大的拍賣交易之外，以訂單方式進行的高額採購交易也增加。



觀葉植物交易實績	2021	2022	2023
平均價格（日圓）	600	647	672
合計金額（千日圓）	3,844,374	3,887,855	3,661,691
數量（千盆）	6,403	6,013	5,452



一般消費者動向方面，根據第一園藝公司八月所做的觀葉植物相關調查，三成受訪者回答「一～二年內自家有養過觀葉植物」，其中約半數是十幾、二十幾歲的年輕人。而且在栽培觀葉的過程中「喜歡上植物」的人，以年齡層來看，回答「很符合事實」和「符合事實」的十幾歲受訪者有 69%，二十幾歲受訪者有 72%。由此可知，年輕族群也已經讓觀葉植物進入他們的日常生活，不分年齡大家都喜愛觀葉植物。

本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000228.000028146.html>

＜針對熱情愛好者的稀有商品、高價品增加，受歡迎的仙人掌和多肉植物進入家飾用品店販售＞

新冠疫情特殊需求造成的缺貨狀態進入尾聲，原本以為 2023 年市場交易恢復如常，但若和以往以拍賣為主的情況相比，最近訂單交易增加，感覺針對熱情愛好者等推出的高價植物交易很熱絡。疫情前各地原有的展示會也恢復舉辦，生產者和市場相關人士都生氣蓬勃。這些展示會出現很多新的生產者帶來專供生活雜貨店和家飾用品店販售的仙人掌、多肉植物商品。另外，鹿角蕨的生產者也急速增加，而且商品種類豐富，應該會是下一波流行趨勢。

B2B 花禮獨一無二的設計受到歡迎

＜使用企業識別色的高架花籃和花藝品＞

將受贈方的企業識別色或形象色彩，象徵性的用在高架花籃和花藝品上，受到多方歡迎。積極使用染色花材製作出一眼就可認出主題的花藝設計，不論受贈公司或委託的客戶都給予好評。



今年日本花卉產業須努力擴大花卉需求

日期：2023/12/28
資料來源：農業協同組合新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

2023 年的日本花卉產業仍舊延續前一年「貨少價高」的情形。花價高漲，生產者看似有利，可是由於生產成本增加，對生產者而言經營情況未必有所改善。進貨成本上漲卻無法轉嫁到售價上，花店業者也是有苦難言。交易量減少，價格上漲，市場業者獲得空前收益。



▲ 歷年切花到貨量和單價變化 (東京都中央批發市場六家業者)
根據東京都中央批發市場花卉部年報資料製圖
2023 年的部分是 1 ~ 11 月資料

上圖是東京都中央批發市場花卉部六個批發業者歷年切花到貨量和單價 (含稅) 的變化。到貨量和單價資料包含進口貨在內。

雖然 2023 年的資料只有 1 月到 11 月，預估 12 月到貨量和去年同期差不多，因此全年數量應該與前一年相同或微減。

切花生產在 1990 年代到達高峰，之後將近三十年一直持續減少。這一點從上圖中到 2019 年為止、新冠疫情前的市場到貨量和價格變化可以看出來。

疫情發生前到貨量每年微減，單價微增。因應需求減少，生產者跟著減少供給 (生產)，勉強維持住價格。每年都陷入「需求減少→生產減少」的無限循環。一回神，產量已比尖峰時期減少了 40%。

疫情帶來的變化

這種需求和供給的惡性循環由於 2020 年開始的新冠疫情影响而一舉改變。因為花卉需求消失了。花卉需求可分為業務需求和家庭需求。業務需求包括：婚禮、葬儀、活動會場和飯店大廳等裝飾及高級花禮等。家庭需求包括：祭祀、掃墓、家庭裝飾等。

新冠疫情導致婚禮、葬禮、音樂會等活動取消或延期，業務需求劇減。失去買主的切花被丟棄，廢棄鮮花成為新聞，陸續有花農放棄種花或轉作蔬菜等。

然而，經濟活動並沒有完全停止。21 年、22 年雖然疫情威脅仍大，但經濟活動一點一點重啟，業務需求恢復相當多。另一方面，正如糧食安全保障報告所指出，一旦產量減少，要恢復並不容易。原本就有很多花農因為高齡而退休，連要維持生產現況都很困難。

結果需求恢復了，但供給 (生產) 依然減少，導致花卉產業出現 1990 年代以來再一次「需求 > 供給」的情況。

然而卻是以往未曾經驗過的那種「貨少價高」。新冠疫情前 2019 年的切花平均單價是 67 日圓。22 年漲到 80 日圓 (較 19 年增加 19%)，23 年到 11 月為止是 82 日圓 (較 19 年增 22%)。

二次大戰後到 1990 年代間，花卉產業急速成長是因為經濟高度成長帶動需求持續擴大之故。當時只要種得出來，不管多少都賣得掉，是「貨少價高」常態化的時代。

須以擴大花卉需求為目標

一樣是「貨少價高」，但 22 年、23 年並不是因為需求擴大的緣故。原本劇減的需求雖然回到 19 年水準，但供給量並沒有恢復，導致暫時性的「需求 > 供給」。這種「貨少價高」有如沙灘上的樓閣，一點也不穩固。而遇到困境，花卉產業總是仰賴進口。

疫情期間，全球運輸情況混亂，花卉出口國自身又有勞動力不足等問題，加上日圓貶值，完全無法靠進口貨來補足需求缺口。但是進口商不可能一直看著一塊大餅而不出手。進口量增加，回到之前「供給過剩價格下跌」只是時間的問題。

若是需求不擴大，花卉產業會日漸縮小。2024 年，不論生產、流通或零售業者，大家一起努力擴大花卉需求吧！

本篇圖片來源：<https://www.jacom.or.jp/column/2023/12/231228-71532.php>

日本物流改革元年

日期：2023/12/28、2024/1/4
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

今年四月，日本業界即將面臨所謂的「2024 年問題」，也就是因為司機勞動時間受限導致物流運輸力不足的問題。尤其農產品需要從地方運送到都市，如何因應司機人手不足是一大課題，產地和批發商、運輸業者等必須一起合作改善現行狀況，因此將 2024 年定為「物流改革元年」。以下為日本全國各地率先採取行動的案例。

2024 年問題

根據日本勞動方式改革關聯法，從 2024 年度 4 月開始，貨車司機一年加班時數不可超過 960 小時，因此有必要考慮中轉運輸和延長交貨時間等因應方式。



將來自青森縣、岩手縣、秋田縣、宮城縣、山形縣、新潟縣、富山縣及石川縣的米運到大阪的「全農號」。一次可運輸 50 輛 10 噸貨車的載運量

米 改變運送方式 鐵路列車「全農號」定期行駛

米和大豆等耐保存的農產品直接改變了運輸交通方式（Modal Shift）。考量到一次要大量運送而且溫室氣體排放量較少的交通方式，而決定改用鐵路運輸。日本政府訂定了運輸力轉換目標值，全力推動。

全農（全國農業協同組合聯合會）農協、全農物流和 JR 貨物鐵道公司包下整列車，從 23 年 11 月開始定期行駛長途貨運列車，把東北、北陸八縣的米運到大阪。「全農岩手」米穀販賣課的高橋遼先生積極表示：「未來將多利用鐵道列車來運貨，除了米之外，大豆和小麥也希望能穩定運送到消費地。」

肥料 統一棧板規格 東北六縣有九成已達標

全農努力推動日本全國使用統一規格的棧板以提高肥料運送效率。到 2023 年 5 月為止，東北六縣一年內已使用約 12 萬片規格統一的棧板，棧板物流有九成已達到統一規格。

秋田市「全農秋田」的倉庫裏，10 月份縣內各農協歸還的棧板疊起來約達三層樓高。以往各農協都使用自己的棧板或人工搬貨，多費很多工夫。

全農秋田肥料農藥綜合課的淺野健一課長表示：「採用統一規格的棧板之後，每天可以增運一到二趟。希望和貨運公司、肥料廠商等合作，提高物流效率，好讓農民可以繼續務農。」



全農推動肥料用棧板的統一規格。製造商和使用者都可以更有效率地裝卸貨。

花卉 中轉據點發揮功能 連結日本全國產地和批發商

貨車運輸方面，當務之急是如何因應司機總工時縮短，以及裝卸貨物、等貨時間須縮短在二小時以內的「二小時規則」。尤其花卉運輸，各品項使用的紙箱大小不一，裝卸工作負擔很大；而且若從產地直接運到市場，容易導致周邊地區交通量過大，還得解決交通壅塞問題。

「永井」物流公司位在東京都江東區的倉庫面對東京灣，夜晚從產地載來鮮花的貨車頻繁出入。這裡原本只是東京離島地區生產的花卉分貨的地方，現在已成為日本全國花卉的中轉據點。作業員將紙箱從貨車搬到輸送帶上，數量

多的時候一天有十萬箱鮮花要分送給日本全國約六十家花卉批發商。

以往直接從產地運到市場的方式，會有等待時間過長以及無法確保回程有

貨可載的問題。使用中轉據點轉運的話，貨車司機只要單純運貨即可，回程也能夠確保有貨可載。



將花卉依目的地做分類的永井物流公司作業員

新規格棧板試用

千葉縣「安房農協」為了因應「2024 問題」，於 2023 年 12 月中旬在神戶和白濱兩家分店以專用的新式棧板進行花卉運送實驗，打算積極推動 2024 年正式採用新式棧板。

受限於勞動時間規定，貨車司機很難再像以前那樣到處收貨，對生產者而言也變成一大問題。

這次實驗使用全新規格的棧板裝載紫羅蘭和金盞花從產地送到東京都內的

花市。新式棧板完全配合裝切花的紙箱來設計，尺寸是 1.1 公尺 × 1.1 公尺，可以完美裝載紙箱，沒有空隙也很耐震。在運送實驗中，紙箱都沒有損壞，而且比舊規格可以裝載更多貨物。因應最近發生的棧板遭竊事件，新規格的棧板也搭載了衛星定位系統（GPS），可以追蹤棧板所在位置。

本篇圖片來源：<https://www.youtube.com/watch?v=xOxGDsvrKjE>

韓國雜貨品牌於日本初登場

DIY 組裝的堅固紙製花瓶

日期：2024/1/9

資料來源：PR TIMES インターアクト株式会社
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「half goods」的產品由韓國代表性的商品設計師「Simin」親自設計，質感高級到令人忘記主要材質是紙，而且堅固耐用不易損壞，經得起長期使用。雖然要 DIY 組裝，但不需要工具，只要照著說明書折疊嵌合即可做出很棒的家飾品。外形是清爽的素色，適合各種場所使用。這個新品牌是首次進軍日本市場的韓國 DIY 雜貨品牌。

簡單組裝就可完成的 DIY 花瓶有二種規格，可以滿足多樣需求，即使只插一枝花也別具特色，立刻就能美化空間。散發高級紙質感，堅固耐用不易損壞，經得起長期使用，且不論鮮花或乾燥花都適用，可以展現多樣風貌。



「Water Drop Vase」系列



「Water Drop Vase」系列：Grocery Grey & Grocery Vanilla



「Star Vase」系列



「Star Vase」系列：Grocery Sky Blue & Grocery Dark Silver

本篇圖片來源：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000021.000109135.html>

荷蘭鮮花訂閱制公司發表 2024 年花束趨勢

日期：2023/12/21

資料來源：<https://www.bpnieuws.nl/>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

新的一年，新的趨勢，荷蘭的鮮花訂閱制公司 bloomon 知道！在設計花束和其他花卉禮品之前，必須要先腦力激盪一番，bloomon 十分關心時尚和室內設計的趨勢，以及世界正在發生的新鮮事，而這些觀察的結果如何呢？在本文中，

bloomon 花藝設計師 Poul Brouwer 將娓娓道來新一年的趨勢與期望。

歌頌大自然

鬱鬱蔥蔥的森林，充滿了精緻的（有機）花朵和像是蒔蘿之類的草本莖，最重要的是，並非完美主義那類型，而是帶有隨意輕鬆的風格。Poul 說：「像是大自然的樣子就夠好了。我們希望回歸本源，有意識地選擇讓人們感覺更好的產品，包括鮮花。」這項趨勢與 bloomon 大受歡迎的 Bio-bos 系列無縫接軌，而 Pixie、Original 和 Deluxe 花束的俏皮風格幾乎與趨勢完美契合。



Bio-bos 系列



Pixie 花束



Deluxe 花束

我愛地球

天鵝絨般柔軟的袋鼠爪花（kangaroo paws）、玉蘭花（magnolia）、捲曲的柳樹枝（salix）和乾燥芒草（grass plumes），這些素材與自然保護常聯想在一起，完美詮釋了「我愛地球」這項趨勢，這將會引起



Original 花束



Atelier 花束

轟動，這種趨勢在 bloomon 的 Atelier 花束中表露無遺，也能在系列產品中找到這些元素。

新經典

Poul 說：「人們有一種懷舊的渴望，而且最好是帶有 2024 年風味的，圓形的比德邁爾（Biedermeier）

花束正在捲土重來，它就是經典的花束。」非洲菊、玫瑰、菊花和康乃馨是非常基本又經典的花卉，而且賞花期又長！bloomon 的經典系列，雋永耐看，圓形花束滿載了經典的花朵，當然一定要搭配時尚的調色板才行。

Peach Fuzz 柔和桃色

「2024 年，暖色調將在花卉世界和花束中不可或缺。根據 Pantone 2024 年流行色，從 Peach Fuzz 柔和桃色開始到類似的橘色色調，這樣搭配獲得協調或對比效果，紅色（全年，不僅僅是聖誕節前後）和芭比粉也很受歡迎。一抹黃色，例如向日葵的形狀，也為 bloomon 的設計帶來更多陽光。到了秋天，色調上會有稍許的變化，我們將看到紫色和洋紅色等豐富的顏色，也有白



左邊為 Darling 花束，右邊為 Original 花束

色和柔和的冷色調。」



本篇圖片來源：<https://www.bpnieuws.nl/article/9587545/bloomon-presenteert-bloementrends-van-2024/>、<https://www.bloomon.nl/>、<https://www.bloomon.co.uk/>

聚焦在影響花卉產業的新生活方式及新興文化轉變

2024 年的花卉觀點與產業預測

日期：2024/1/2

資料來源：<https://slowflowersjournal.com/>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

致力於支持永續種植花卉和葉材供應的社群組織 Slow Flower Society 以及其出版夥伴 Bloom Imprint 共同發表 2024 年度報告。主題聚焦在花卉種植和花藝設計專業人士所關心的生活方式，確定了今年 7 個最具影響力的主題。

出版物封面標題是「簡單」，該報告指出，無論是金錢或時間的消費，消費者希望能做出更有意義且具永續性的決定。

該報告作者 Debra Prinzing 和 Robin Avni 是 Bloom Imprint 的合夥人，他們在 2021 年共同創立出版社。

Prinzing 在 2015 年首次發行了 Slow Flower 運動（慢花運動）的預測報告，從此開始每年出版年度報告，直到 2021 年 Avni 加入了該份刊物，由於加入了新的夥伴，他們擴大了研究規模，將預測範圍擴大到園藝景觀、園藝活動和消費者生活方式等主題。

Prinzing 的靈感來自於她與花商、花農、網紅、製造商和教育工作者等不



同對象的對話，而 Avni 則根據她在趨勢分析方面的工作經歷，貢獻她在文化和消費者行為方面的專業觀點和知識。

追求減法

2024 年透過強調「簡單」的概念，作者注意到花卉業者朝向目標導向與價值驅動的企業，並將這些想法作為品牌價值對外溝通。Prinzing 解釋道：「對

於花卉專業人士來說，這意味著季節性和永續性更加重要。在背後更大的文化脈絡下，我們認為人們開始『追求減法』——這是對過度消費、商業主義和令人窒息的技術以及當今其他普遍問題的回應方式。」

Avni 繼續解釋：「消費者希望回歸自身的核心價值，這並不意味著不長進，相反的，無論是出於謹慎還是信念，人們都希望為自己的生活方式和環境做出明智且安全的選擇，當我們面對無法掌控事物，唯有保持簡單才是良方。」

這七大主題涵蓋了藝術與設計、農

業與園藝、永續發展以及花商、花農及其客戶等領域，深入探討今年會面臨的環境選擇等主題，每個主題的內容來自真實案例的研究，以及對 Slow Flower 社群成員的採訪，相關資料來自於 2024 年 Slow Flower Society 的會員調查。作者透過訪問「這項主題對你的意義？」來進行分析與總結，相關主題包括：

The Year of Simplicity

原生花卉的崛起

NATIVE FLORA

Paying closer attention to our ecosystems, more of us are recognizing indigenous flora, and valuing its benefits to wildlife, soil health, and providing uncommon beauty in bloom, leaf, and pod. Interest in native plants aligns with an awareness that small actions can help address climate change. As flower farmers add native plant species to their crop mixes, they inspire florists seeking inspiration for naturalistic designs that highlight the native flora.

Slow Flowers

原生花卉的崛起

越來越多的花卉專業人士關心生態系統，開始認識原生植物，並重視其對野生動物與土壤健康的好處。原生植物的花朵、葉子和莢果不僅有清新脫俗的美麗，人們也認知到原生植物對環保的優點，透過這些小行動有助於減緩氣候變遷。當花農將原生植物加入作物組合時，這會激勵花藝師尋找不同的設計靈感，突顯原生花卉的自然主義。

兼容並蓄的花園

很明顯的，詮釋花園的內容是非常主觀的，也深深影響著客戶在花卉設計偏好和選擇，而感官的刺激一如氣味、配色、質地和氣息等，都可以將人與自然連結起來的元素。在顏色方面，花店和客戶早已超越了米色和腮紅的顏色（2015 年第一本 Slow Flower 花卉觀點與產業預測中就已指出），而在氣味方面，消費者對於雜交及無香味的花朵沒有興趣，他們更喜歡有香氣的花園。

兼容並蓄的花園

THE GARDEN ECLECTIC

The cultivated garden environment clearly influences preferences and choices in floral design. We know this because so many of our members refer to "garden inspired," "nature inspired," or "cottage-garden style," among other poetic themes to describe their aesthetics.

Translating the garden for a floral customer is entirely subjective, however. And we note that the sensory stimulations - scent, palette, texture, and flavor - are the attributes that connect people with nature.

Slow Flowers

花店駭客動起來

這一趨勢開始於無泡棉運動（#foamfree）的推動和使用植物染改造絲帶和桌布的風潮。由下而上的創新發生在經濟衰退期間，雖然省錢是主要

動機，但另一個動機清楚地希望避免使用一次性的塑膠和包裝材料，並減少工作室裡的石化產品，花商運用無毒材料來落實設計解決方案，這樣的動力似乎沒有極限。



外來植物的議題

由於原生植物及其優點逐漸受到注意，圍繞強勢植物或外來植物衍生的問題是不容忽視的。首先是 2023 年夏威夷毛伊島的頭條新聞，外來草種引發毀

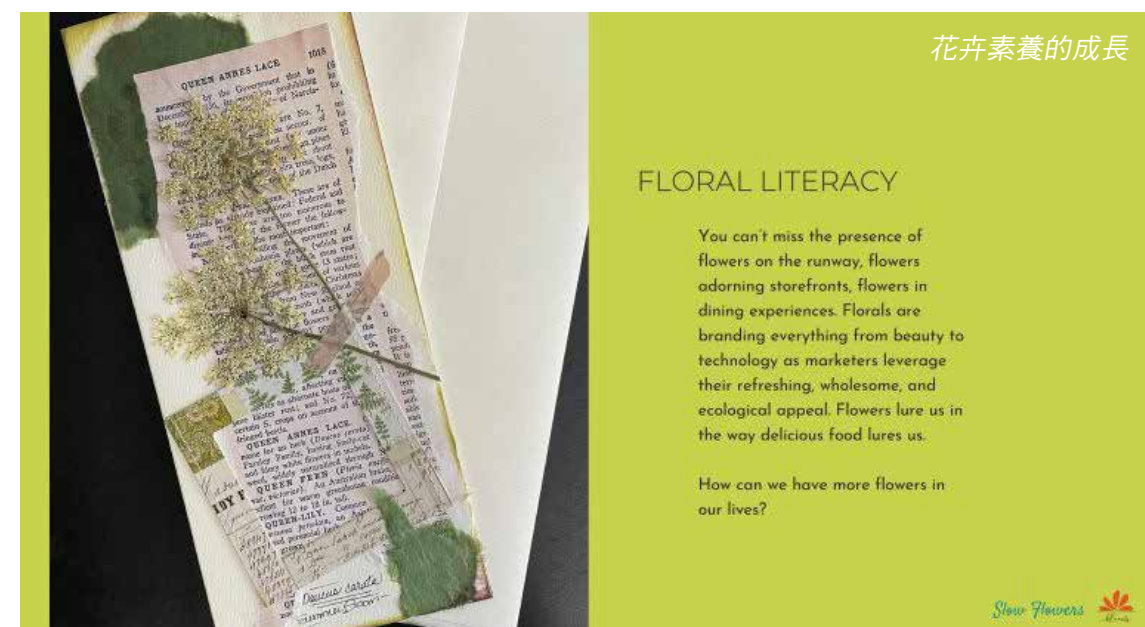
滅性火災，再到 Geico 保險公司的廣告惡搞「外來草種」佔領了一戶人家的院子，人們對外來植物造成危害的認知已經進入主流。



自製解決方案

大多數農民扮演足智多謀的角色，利用他們的聰明才智和創意，來解決小本經營會面臨到的問題。積極的花農採用生機互動農法和再生方法，減少外部物品的投入並降低農場產能，無論其動

機是節省預算還是減少對慣行農法的依賴，我們注意到這種漸進式、更簡單、更永續和循環的農業方法正在出現，從傳統的堆肥和肥料配方到利用天然成分製作肥料，自製解決方案走向最前線，而不是袋裝產品和其他現成的選擇。



花卉素養的成長

誰是麥迪遜大道最喜歡的廣告模特兒？答案是花卉！伸展台上的花卉、店面的花藝、餐桌上的鮮花。行銷人員利用花卉清新、健康和生態的吸引力，花卉成為從美容到科技的品牌，花卉對我們的誘惑就像美味的食物一樣。如何讓我們的生活與花卉有更多的連結呢？你可以洽詢花店和花農，他們十分了解如何透過花卉體驗，來幫助客戶與自然有更深入連結。



姊妹情誼的創造力

你或許已經看過、聽過或參與過一感謝 2023 年夏天，三位女性帶來的經濟力量：碧昂絲（Beyonce）、泰勒絲（Taylor）和芭比（Barbie）。她們突破票房，肯定生活的文化活動成為所有年齡和背景的女性必須體驗的活動；她們的女孩魔法繼續激發人們的靈感。隨著界線的打破，各種新的友誼正在建立。姐妹情誼確實具有鼓勵獨立自主的作用，事實上，姐妹情誼在現實生活的實踐令人鼓舞，女性團結起來可以改變我們這個時代，我們都想成為其中的一份子。

姊妹情誼的創造力

CREATIVE SISTERHOOD

You've seen it, heard it or, perhaps, participated in it – thanks to three female economic forces who permeated our collective consciousness in the Summer of 2023: Beyonce, Taylor, and Barbie. Their box-office breaking and life-affirming cultural events became a must-be-at-experience for women of all ages and backgrounds; and their girl magic continues to inspire.

Slow Flowers

本篇圖片來源：<https://slowflowersjournal.com/slow-flowers-society-bloom-imprint-release-the-2024-floral-insights-industry-forecast/>

Harris Teeter 推出美國全國鮮花快遞服務

日期：2024/1/4

資料來源：<https://www.perishablenews.com/>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



位於美國北卡羅來納州的 Harris Teeter 是雜貨零售商龍頭老大，以客戶滿意度和優質產品的承諾而聞名，他們推出一項新服務，為客戶的生活增添一抹色彩——鮮花配送！

現在，客戶可以透過 Harris Teeter 的鮮花快遞服務，方便地訂購並配送美麗的插花植物、氣球和禮物給街上、另一個州或美國全國各地的朋友和家人。送貨是由 Harris Teeter 與 Door Dash 共同合作完成，也是 Harris Teeter 店內鮮花服務的延伸。

Harris Teeter 和 FTD, LLC 合作（110 多年來，一直是插花和快遞花卉領域的領導者），推出這項新服務給 Harris Teeter 的客戶，他們可以方便地訂購花卉並直接送到指定地點的大門前。

無論是慶祝週年紀念日、舉辦夏季派對、祝賀生日快樂，還是表達同情慰問之意，Harris Teeter 的鮮花快遞服務



Harris Teeter 超市

關於 Harris Teeter：60 多年來，美國的零售企業 Kroger 的全資子公司。Harris Teeter 豐富了人們的生活——從一頓飯、一個家庭、一位同事和一個社區。Harris Teeter 總部位於美國北卡羅來納州的 Matthews，在北卡羅來納州、南卡羅來納州、維吉尼亞州、喬治亞州、馬里蘭州、德拉瓦州、佛羅里達州和哥倫比亞特區的 250 多家商店和 70 個加油中心擁有 36,000 名員工。

都能為各種場合提供完美的花束。

公司業務總監 Danna Robinson 說：「在 Harris Teeter，我們十分了解花卉的力量，它不僅可以照亮人們的一天，並創造長久的回憶。我們嶄新的鮮

花外送服務是承諾的延伸，為客戶提供最優質的產品和卓越的服務，同時讓您的 Harris Teeter 購物體驗盡可能便捷。我們很高興能為客戶提供這樣方便的選擇，向他們的朋友和家人表達愛意、感激和美好祝福。」



鮮花快遞訂購頁面

透過 Harris Teeter 訂購鮮花非常簡單，每週 7 天、每天 24 小時都有提供

服務。 每項花藝作品都經過精心製作，呈現出令人驚嘆的視覺效果。



Harris Teeter 超市鮮花販賣區

本篇圖片來源：<https://www.perishablenews.com/floral/harris-teeter-launches-nationwide-floral-delivery-in-partnership-with-ftd/>、https://en.wikipedia.org/wiki/Harris_Teeter、<https://www.facebook.com/harristeeter/posts/its-national-floral-design-day-celebrate-by-picking-up-a-fresh-bouquet-or-gorgeo/10156971643846334/>、<https://theharristeeterdeals.com/harris-teeter-deals/dozen-roses-7-00-at-harris-teeter/>、<https://www.harristeeterflorist.com/>

台灣3大切花近五年出口國家

單位:千美元

年別	108年		109年		110年		111年		112年		
	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
文 心 蘭 切 花	1	日本	19,114.3	日本	15,852.1	日本	15,773.2	日本	12,717.6	日本	13,560.0
	2	香港	265.9	香港	177.6	香港	181.7	香港	176.3	香港	237.5
	3	美國	257.3	美國	76.3	荷蘭	154.6	澳大利亞	106.8	荷蘭	100.9
	4	新加坡	141.4	中國大陸	72.1	澳大利亞	149.1	荷蘭	57.1	澳大利亞	99.2
	5	中國大陸	75.0	新加坡	54.1	美國	99.2	美國	34.4	美國	92.7
	6	澳門	72.6	荷蘭	32.6	中國大陸	89.0	新加坡	32.0	澳門	56.5
	7	阿拉伯聯合大公國	70.5	澳門	19.2	新加坡	36.1	澳門	30.9	新加坡	38.2
	8	澳大利亞	63.9	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
	9	沙烏地阿拉伯	22.9	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
	10	法國	10.7	德國	4.0	澳門	15.4	中國大陸	7.4	比利時	12.0
	11	關島	7.7	關島	3.5	加拿大	7.3	關島	4.0	紐西蘭	9.9
	12	馬來西亞	7.0	法國	2.4	大韓民國	4.3	紐西蘭	2.6	關島	8.3
	13	加拿大	3.4	馬來西亞	0.6	關島	3.0	加拿大	2.4	馬來西亞	3.2

蝴蝶蘭切花	年別	108年		109年		110年		111年		112年	
	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	10,824.2	日本	11,965.6	日本	13,837.4	日本	15,483.0	日本	15,885.7
	2	美國	956.1	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
	3	澳大利亞	897.4	美國	259.7	美國	325.3	美國	434.6	美國	432.5
	4	阿拉伯聯合大公國	318.0	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
	5	新加坡	232.2	澳門	72.0	泰國	133.0	泰國	219.4	泰國	174.1
	6	澳門	189.8	新加坡	60.7	科威特	116.8	科威特	97.9	新加坡	90.3
	7	沙烏地阿拉伯	103.6	科威特	52.4	新加坡	76.3	馬來西亞	80.3	科威特	72.9
	8	香港	77.7	香港	35.4	加拿大	59.2	新加坡	76.6	香港	54.2
	9	科威特	63.1	泰國	34.8	越南	46.3	沙烏地阿拉伯	46.3	沙烏地阿拉伯	47.8
	10	泰國	62.1	沙烏地阿拉伯	27.7	馬來西亞	36.6	香港	45.2	澳門	45.1
	11	菲律賓	48.9	加拿大	17.7	香港	34.1	大韓民國	34.0	馬來西亞	27.7
	12	馬來西亞	14.8	菲律賓	10.0	沙烏地阿拉伯	30.0	澳門	22.3	法國	13.4
13	關島	11.0	荷蘭	5.2	澳門	20.3	越南	21.4	巴林	4.6	

火鶴切花	年別	108年		109年		110年		111年		112年	
	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	3,475.8	日本	2,523.6	日本	2,553.3	日本	2,918.2	日本	3,021.6
	2	澳大利亞	140.8	澳大利亞	158.7	澳大利亞	237.8	澳大利亞	222.3	澳大利亞	191.2
	3	新加坡	132.7	新加坡	40.3	香港	43.1	香港	45.2	新加坡	39.4
	4	香港	52.0	香港	30.0	新加坡	20.5	阿拉伯聯合大公國	34.2	美國	34.9
	5	關島	36.9	關島	13.3	阿拉伯聯合大公國	15.9	新加坡	15.3	香港	27.8
	6	美國	15.5	美國	5.9	美國	6.1	關島	11.2	阿拉伯聯合大公國	23.6
	7	澳門	13.8	阿拉伯聯合大公國	4.8	關島	6.0	卡達	4.3	澳門	20.5
	8	馬來西亞	2.2	沙烏地阿拉伯	2.2	澳門	4.3	澳門	3.8	關島	13.2
	9	巴林	1.8	澳門	1.7	沙烏地阿拉伯	3.9	泰國	0.3	泰國	11.5
	10	加拿大	0.2	巴林	0.8	巴林	1.1	巴林	0.2	卡達	1.3
	11	阿拉伯聯合大公國	0.1	卡達	0.5	泰國	0.5	印尼	0.1	巴林	0.8
12			泰國	0.3	卡達	0.4	馬來西亞	0.1	馬來西亞	0.7	
13			馬來西亞	0.1	荷蘭	0.3			加拿大	0.1	

製表日期：2024/02/06

資料來源：農業部

資料彙整：台灣花卉輸出業同業公會

日本花卉市場預測：2024 年 2 月

日期：2024/1/15
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（東日本板橋切花）

2 月仍需要注意天氣和寒冬的影響。花木的流通量會增加，但進口貨方面因為農曆春節的關係，進口貨量可能變少。

年後推薦的品項是切枝，3 月之前都會有櫻花在市面上流通，1 月是啓翁櫻、東海櫻，3 月則是彼岸櫻。金葉小手毬、麻葉繡線菊、金合歡、桃也開始流通，木莓則是 2 月至 3 月重要的插花花材。

大阪切花（梅田生花市場）

展望 2 月，燃料和其他成本都高，往年 2 月的出貨量普遍都低，今年也沒有太大變化。暖冬的預測也令人擔憂。



畢業季及情人節對鮮花的需求正在慢慢增長。

大菊 福岡、香川、愛知、沖繩。種植量與往年持平或稍微減少。沒有大量的需求，預計業務需求為主。沖繩產的大黃菊種植量減少，流通量比去年少。

小菊 沖繩。種植量同去年。生長順利。本月需求不多，也沒有大量的出貨，行情穩定。

多花菊 福岡、沖繩、進口。生長順利，產量同去年或稍微減少。需求以業務用為主，行情強。

玫瑰 三重、岡山、愛知。情人節需求以紅色為主。零售店的銷售狀況嚴峻，動態以婚禮需求為中心。數量少。

洋桔梗 和歌山、高知、沖繩。因加溫費用高，數量不多。行情預計比往年稍高。受農曆春節影響，中旬時的數量會減少。

康乃馨 單朵型來自愛知、兵庫、香川、進口。多朵型來自愛知、香川、長崎、進口。雖然有情人節等節日，但 2 月動態嚴峻，可能要中旬過後交易狀況才會好轉。

百合 高知、埼玉、德島等。因嚴寒的關係，沒有極端的到貨量，預計會長期少量到貨。販賣方面，節日多且有業務及情人節需求，情況預計良好。

非洲菊 三重、靜岡、和歌山、福岡。雖然 2 月有情人節，但交易比 3 月弱，上旬的單價跟 1 月一致，下旬時的行情才會隨著花束需求的漸增而提高。

星辰花 和歌山。生長順利。雖然非需求月份但交易穩定。

大阪盆栽（JF 鶴見花卉）

展望 2 月，有情人節、大學和高中的畢業季。天氣是必須面對的問題，前景看好的條件之一是沒有強烈的寒流。

情人節方面，推薦中型蝴蝶蘭和石斛蘭；畢業季方面則是推薦用於舞台裝飾和花道的瓜葉菊和玫瑰海棠。不論是甚麼品項，產量都有減產的傾向。

埼玉盆栽（埼玉園藝市場）

疫情後，鮮花的需求量開始增加，花店也全力採購鮮花，但由於高溫天氣，市場供不應求。在一些生產者的溫室裡，溫度已經達到了攝氏 40 度甚至更高。迷你西洋櫻草、報春花類的多花報春等原訂於秋季出貨的產品都有延遲。大花三色堇、香堇花等植株小，

長不大。仙客來等植物的葉子也比去年更軟，商品情況不理想的情況不少。市場持續缺貨，缺貨率達 20-30%。單價也低，銷量比前年下降了不少。蕙蘭和石斛蘭似乎不如前年良好，特別是延遲到貨的大花三色堇和香堇花，直到 12 月中旬左右似乎才賣得好，單價沒有下跌太多。

夏天之後很快就進入冬天，幾乎沒有秋季，零售店的狀況不好。2024 年的春天看起來也很短，確保產品的工作會變得更加困難。

2 月有情人節，建議的商品是多肉植物、中型植物和石斛蘭等體積較小的商品。



日本花市一月份行情

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2024年1月1日~1月31日)

2024 1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	7,530	163,600	11,316	143,300	-	23,530
	均價	¥244	¥89	¥172	¥91	-	¥120
	高價	¥556		¥487		¥213	
	中價	¥116		¥189		¥123	
蝴蝶蘭	枝數	15,779	39,684	11,902	45,593	808	12,378
	均價	¥495	¥518	¥432	¥541	¥505	¥459
	高價	¥1,084		¥1,076		¥81	
	中價	¥572		¥562		¥46	
火鶴	枝數	27,173	33,658	1,911	31,710	-	11,190
	均價	¥147	¥124	¥164	¥113	-	¥111
洋桔梗	枝數	367,520	107,325	203,596	88,180	65,175	44,960
	均價	¥221	¥144	¥217	¥152	¥267	¥190
	高價	¥442		¥455		¥437	
	中價	¥221		¥303		¥252	
劍蘭	枝數	112,315	-	41,535	-	112,315	-
	均價	¥102	-	¥112	-	¥148	-
	高價	¥144		¥163		¥182	
	中價	¥114		¥139		¥150	
玫瑰 (單朵)	枝數	676,992	380,206	463,271	214,690	52,970	36,013
	均價	¥113	¥74	¥105	¥80	¥145	¥75
玫瑰 (多花)	枝數	300,341	30,515	220,365	45,005	28,595	4,885
	均價	¥119	¥82	¥105	¥67	¥160	¥82
康乃馨 (單朵)	枝數	761,442	891,304	606,055	693,473	201,262	79,375
	均價	¥51	¥38	¥45	¥37	¥51	¥40
康乃馨 (多花)	枝數	492,585	357,483	296,102	401,557	196,194	50,315
	均價	¥55	¥36	¥54	¥30	¥52	¥46

2024 1月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥137	¥108
文心蘭	¥184	¥98
玫瑰(ST)	¥198	¥79
康乃馨	¥59	¥41

2024 1月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	¥1,875	¥1,577
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,727	¥3,600
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥13,636	¥10,273
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2024年1月1日~1月31日)

2024 1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
	枝數	60	25,565	870	45,240	1,025	16,680	7,530	74,820
文心蘭	均價	¥84	¥92	¥283	¥90	¥199	¥122	¥135	¥95
	高價								
	中價								
	枝數	835	2,984	5,008	16,829	1,238	10,600	5,784	17,790
蝴蝶蘭	均價	¥342	¥576	¥663	¥485	¥627	¥677	¥529	¥571
	高價	¥806							
	中價	¥584							
	枝數	-	2,468	2,067	17,262	60	2,654	40	18,500
火鶴	均價	-	¥79	¥193	¥139	¥127	¥103	¥25	¥131
	枝數	49,718	-	91,340	160	22,745	-	136,972	15,840
	均價	¥183	-	¥203	¥70	¥236	-	¥185	¥110
	高價	¥391		¥428		¥354		¥365	
劍蘭	中價	¥203		¥230		¥220		¥193	
	枝數	11,280	-	9,170	-	5,510	-	18,310	-
	均價	¥61	-	¥94	-	¥78	-	¥100	-
	高價	¥97		¥129		¥143		-	
玫瑰 (單朵)	中價	¥70		¥108		¥91		-	
	枝數	58,792	9,014	320,216	109,394	47,155	24,870	222,686	39,560
	均價	¥122	¥72	¥107	¥67	¥106	¥49	¥121	¥83
	枝數	30,615	2,210	78,554	14,170	33,411	-	107,006	5,240
玫瑰 (多花)	均價	¥143	¥80	¥110	¥65	¥105	-	¥145	¥95
	枝數	63,172	36,001	375,058	192,003	76,720	43,750	108,539	99,510
	均價	¥44	¥25	¥43	¥24	¥58	¥53	¥53	¥50
	枝數	128,640	47,310	162,375	97,304	116,305	30,715	151,675	30,610
康乃馨 (多花)	均價	¥46	¥19	¥51	¥25	¥62	¥58	¥52	¥43

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：113/01/01 ~ 113/01/31（農曆:112/11/20 ~ 112/12/21）

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	80.6	10,168	66.8	1,306	56.0	2,980	70.6	3,825	68.3	3,597
FB火鶴花	14.7	164,098	13.8	52,197	16.5	52,060	12.4	69,407	16.5	37,798
FC大菊	134.9	92,219	92.5	27,893	116.8	90,038	112.6	47,914	111.4	54,599
FD小菊	67.7	149,675	41.2	43,926	54.6	165,622	53.2	125,126	54.4	124,817
FE非洲菊	47.3	91,567	42.0	28,004	49.1	70,955	45.6	70,884	43.9	71,454
FG劍蘭	49.5	14,100	37.0	3,887	51.2	20,576	54.5	28,929	53.4	24,165
FH101天堂鳥	151.7	1,557	62.5	468	87.2	792	75.9	475	88.4	763
FH230夜來香	70.3	4,015	34.0	94	46.3	201	67.6	890	70.7	360
FH251秀線	56.2	3,782	35.1	1,530	51.1	6,880	41.7	2,835	43.2	2,990
FH29向日葵	58.3	8,226	46.9	3,069	55.9	6,857	54.1	4,839	56.7	6,671
FH330雞冠花	73.8	8,562	49.1	2,447	52.1	4,998	47.2	3,684	46.1	3,056
FH381麒麟草	64.1	18,673	42.9	6,829	61.2	18,172	63.4	12,513	64.4	11,643
FL姬百合	75.5	2,414	72.5	505	77.2	755	91.8	802	0.0	0
FM重瓣百合	168.0	23,062	145.4	4,336	138.1	7,550	128.8	5,284	132.0	6,400
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	176.2	2,998	176.2	2,998	176.2	2,998	61.5	1,245	15.2	4,300
FO006 腎蕨蘭 深紅色	125.5	424	6.9	1,350	8.9	4,170	39.0	100	6.3	1,860
FO027 萬代蘭 巨輪紫	19.2	13,420	13.0	882	29.3	828	17.7	1,683	17.8	1,290
FO331 大文心蘭	98.5	114	-	-	97.9	268	-	-	-	-
FO335 檸檬綠文心蘭	97.3	22,426	96.7	5,893	110.8	13,534	98.0	9,596	97.8	8,571
FO336 文心蘭 太陽之子	102.0	2,599	174.0	20	-	-	113.4	47	100.1	50
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	31.2	24,815	54.0	80	72.4	52	-	-	60.0	80
FR玫瑰	182.5	54,856	150.1	11,503	145.4	12,864	132.8	9,960	124.0	12,889
FS香水百合	153.2	194,354	143.4	47,960	150.0	96,889	148.0	112,367	157.9	97,903
FT鐵砲百合	41.0	6,769	39.4	2,303	41.7	1,945	38.8	3,909	42.4	3,625
FU洋桔梗	162.8	61,940	119.3	13,591	133.8	12,519	128.7	16,850	132.9	15,121
FW4卡斯比亞	88.4	2,528	72.8	364	95.2	893	78.8	789	85.6	499
FW5滿天星	38.4	4,206	35.0	3,872	34.5	4,676	39.9	5,407	33.5	3,369
FY004 黃椰心	88.6	9,937	68.6	4,894	83.6	21,582	86.0	11,386	89.1	11,539
FY009 電信蘭	102.8	11,378	41.5	5,519	97.3	17,877	109.5	12,113	101.3	8,278
FY050 山蘇葉	17.9	2,312	17.4	2,060	18.9	1,366	25.4	2,245	24.6	510