

台灣花訊

Taiwan
Floriculture
News

2025年 第06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

淨零碳排趨勢下的花卉產業綠色轉型契機——

MPS的關鍵數據與永續價值

切花包裝市場洞察、預測與競爭策略



封面圖說：FloriCulture x MPSAsia

Contents

發行人：吳淵璋
主編：莊炳煌
編輯：陳立媛、徐慈敏
登記證：行政院新聞局局版北市誌字第 20 號
台灣北區郵政管理局第 5701 號雜誌登記
創刊日期：1992 年 8 月
出版日期：2025 年 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

六月號 NO. 6

封面文章

- 4 淨零碳排趨勢下的花卉產業綠色轉型契機——MPS 的關鍵數據與永續價值
- 22 為什麼我們應該倡導 # 無塑膠插花海綿？

產業新聞

- 8 了解花卉產業永續發展的 ESG 框架
- 26 回顧日本花市母親節銷售康乃馨價格飆升，馬齒牡丹與大理花異軍突起
- 11 切花包裝市場洞察、預測與競爭策略
- 29 當季鮮花把對故人的思念留在生活裡

市場行情

- 15 新一代 100% 回收紙板托盤讓花卉運輸更永續與高效
- 30 日本花卉市場預測：2025 年 6 月
- 16 花藝美學 × 環境永續 OASIS 推出環保插花海綿
- 32 日本花市五月份行情
- 35 台灣五大花市 花卉交易價量

智慧農業應用專欄

- 20 花卉凋謝太快？生鮮保存不易？WAVEMAGIC 為您帶來劃時代的解決方案！

MPS 花卉永續驗證系統

花開世界的
外銷通行證



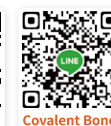
打造您的永續品牌

MPS全球大數據圖形分析工具

降低成本 精準資源管理，提升生產效率

拓展市場 快速進軍國際市場

強化品牌 推動綠色轉型，提升品牌ESG



CB共價鍵 | MPS Asia Coordinator
共價鍵技術服務股份有限公司
電話 / (07)269-5859
電郵 / covalent.bond@my-mps.com

淨零碳排趨勢下的花卉產業綠色轉型契機——MPS 的關鍵數據與永續價值

共價鏈技術服務股份有限公司

前言

氣候變遷加速全球邁向「2050 淨零排放」目標，台灣自《氣候變遷因應法》修法通過後，也正式將淨零納入國家目標。花卉產業在台灣為具有高度出口競爭力的特色農業，在追求高品質與高經濟價值的同時，也面臨氣候變遷帶來的生產風險，以及國際市場對永續生產的嚴峻要求。為了因應這些挑戰，花卉生產者必須更加重視生產過程的數據化管理、產品碳足跡的量測，以及供應鏈資訊的透明度。

本文以 MPS 花卉永續驗證系統為核心，探討其如何協助台灣花卉產業進行綠色轉型，以永續為根基在國際市場上保持競爭力。

一、出口花卉面臨的永續挑戰

近年，隨著永續趨勢興起，歐美對農產品的要求已從傳統的植物檢疫、包裝規格，擴大至碳足跡、社會責任等永續生產證明。歐盟於 2023 年啟動企業永續報導指令 (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD)，要求企業揭露供應鏈中的 ESG 表現。由於 CSRD 的影響會由受規範的企業向下延伸至供應鏈，即使花卉生產者多為中小企業，若其客戶為大型通路或國際品牌，仍將被要求提供具可信度的永續資訊，否則可能面臨被排除於綠色供應鏈的風險。

因此，對出口導向的花卉業者而言，「能否提供具備數據支持的永續生產證明」已成為永續經營的綠色通行證。為此，愈來愈多國際花卉生產者選擇導入 MPS 國際花卉永續驗證系統，以因應國際市場對永續管理與資料透明度的要求。

二、MPS 驗證系統的核心價值

荷蘭發展的 MPS (Milieu Programma Sierteelt) 永續花卉驗證系統，專為園藝與觀賞植物產業設計，其核心在於「數據驅動」。透過數據紀錄與分級評比，MPS 不僅協助花



台灣花卉不只是美麗的象徵，更是農業出口的重要力

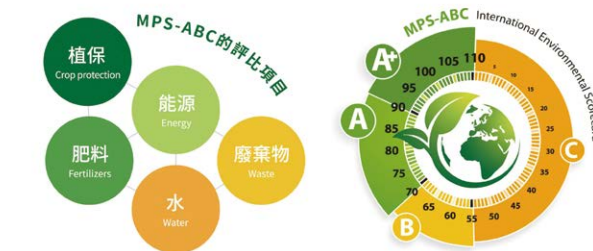


歐盟 CSRD 永續報導指令推動供應鏈 ESG 資訊揭露，對出口導向產業帶來轉型壓力

卉業者建立環境友善、生產透明的管理模式，更提供一套將日常紀錄轉化為管理決策的工具，幫助生產者優化資源使用、提升營運效率。

目前主要驗證項目包括：

- **MPS-ABC**：環境負荷等級評估，透過每週登錄用藥、肥料、能源、水資源等生產關鍵數據，自動計算資材耗用、環境衝擊程度並分為 A+, A, B, C 等級。這些數據亦是生產者進行成本分析、效率改善的重要依據。
- **MPS-GAP**：針對農場管理流程、風險管制、衛生安全等永續基準要求設計，符合全球優良農業規範核心基準，具 GlobalG.A.P. 等同性，並可搭配 MPS-ABC 以符合管理紀錄要求。
- **MPS-SQ**：社會責任驗證，涵蓋勞動條件、工時、人權、員工健康與安全等面向。



MPS-ABC 評比項目與環境分級範圍說明

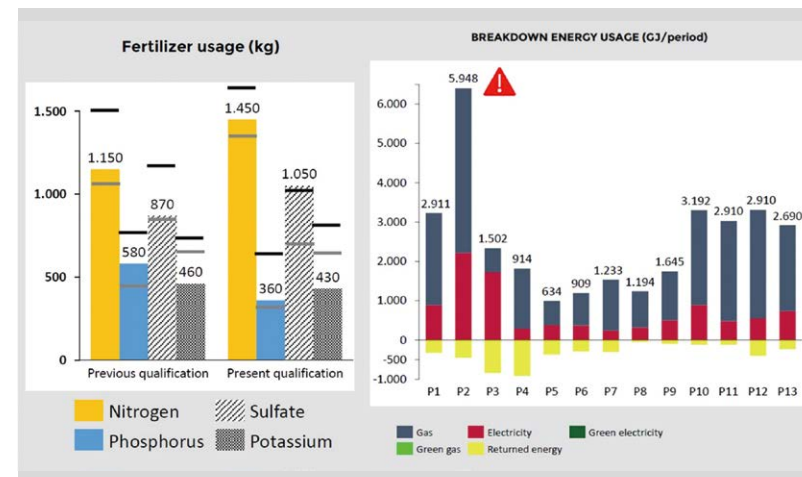
其中，MPS-ABC 是目前最普遍導入的項目，也是花卉業者邁向永續管理的起點。其制度設計強調以「數據」為基礎，透過每週紀錄資材使用量，生產者得以建立精準的生產成本模型，進而發現潛在的成本節約空間。MPS 強調「先紀錄、後改善」，引導生產者在日常作業中培養數據分析與持續優化的思維。

導入 MPS-ABC 後，透過系統化紀錄與視覺化趨勢分析，業者得以「看見數據」，追溯資源浪費環節，進而調整施肥、用藥、節水與節能策略，優化生產流程。藉由數據驅動的改善，不僅減少環境衝擊，更可降低生產成本，提升營運管理效益與獲利能力。

MPS-ABC 的評級

制度也為業者提供中長期管理方向與品質基線。在歐盟已有量販通路要求，僅與 A 級以上生產者交易。因此，業者莫不以提升永續評等為標竿，設定目標達到 A 或 A+ 等級，依據數據與趨勢逐年改善，落實減量策略，並即時追蹤改善幅度、異常預警，有效降低營運風險。這套「以驗證為架構、以數據為核心」的制度，不僅協助業者回應 ESG 要求，更能提升經營效率與競爭力，充分展現數據的價值，與視覺化的利基。

MPS-ABC 的數據具備重要的對外價值，但也充分保障客戶的營業機密，僅揭露類別



分別呈現肥料與能源的使用趨勢，協助生產者掌握資材投入狀況，作為優化操作與碳盤查的基礎依據

總量，並不會透露栽培參數與細節。以公正第三方查核確保數據的公信力，使業者能以具體數據回應品牌客戶、通路商等對環境與社會責任的要求，建立長期合作的信任基礎。例如，在歐盟《企業永續報告指令》（CSRD）中，品牌企業需揭露供應鏈的 ESG 數據，MPS-ABC 的詳實紀錄便可提供可稽核、具符合性的供應鏈資料，協助品牌符合法規，並使導入 MPS 的生產者在永續採購鏈中更具競爭優勢。在制度推行上，MPS 也配合不同地區的需求發展區域支援機制，亞洲地區已有相關技術窗口與資訊平台，協助業者導入制度並回應國際要求。

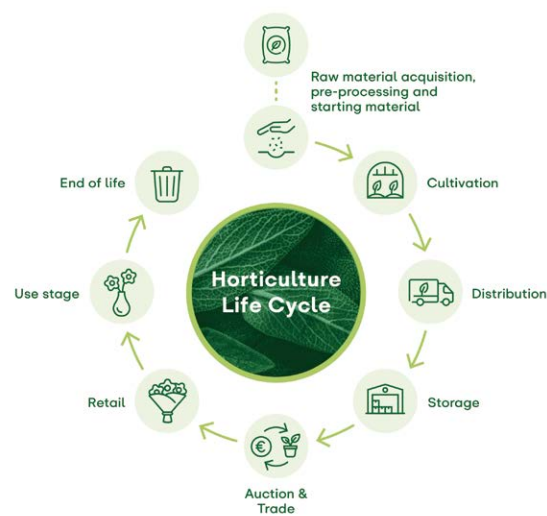
三、碳足跡評估與國際標準接軌

MPS-ABC 所建立的數據系統，不僅能協助業者控管資材使用、降低成本、強化與品牌客戶的信任關係，這套數據基礎也能直接套用於碳盤查與碳足跡計算，有效因應日益明確的國際碳管理標準與政策壓力。

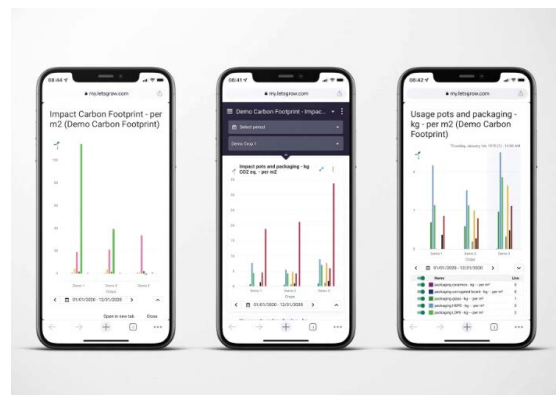
歐洲花卉產業目前採用的碳足跡標準為 FloriPEFCR（Floriculture Product Environmental Footprint Category Rules），由荷蘭瓦赫寧根大學（Wageningen University & Research）與 Royal FloraHolland 等機構共同開發。FloriPEFCR 是依據歐盟產品環境足跡（PEF）方法架構制定，採用生命週期評估（LCA）方式，涵蓋多達 16 項環境影響指標，包括氣候變遷、土地使用、水資源與資源消耗等，用以全面評估花卉產品從原材料、種植、生產、運輸到廢棄處理各階段的环境衝擊。

為協助花卉業者建構可量化的碳足跡資料，MPS 提供「HortiFootprint Calculator（HFC）」工具，結合數據紀錄與 LCA 轉換的專業計算服務。HFC 可整合 MPS-ABC 每週詳實紀錄的肥料、水、能源與農藥投入等核心資料，並延伸納入材料製造來源、包裝方式、設施結構、運輸距離等供應鏈資訊，最終產出對應國際標準的碳足跡報告。

透過 MPS 驗證與 HFC 工具結合，花卉生產者可更有效地建立環境資料基礎、減少重工盤查成本，逐步邁向碳中和生產模式，並與歐洲市場碳揭露與永續採購要求接軌。



花卉產品生命週期涵蓋從種植、運輸到使用與廢棄各階段，皆需納入碳足跡評估考量



HortiFootprint Calculator 提供直觀的畫面，將 MPS-ABC 所紀錄的資材投入數據轉化為碳足跡評估結果

四、MPS 是台灣花卉永續轉型關鍵與綠色通行證

- 1. 降低成本、優化管理：**透過數據紀錄掌握成本結構、發現資源浪費，進而優化流程、提升效率與利潤。
- 2. 對接國際採購標準：**MPS 驗證結果可直接對應歐洲零售端的採購標準，增加供應鏈透明度，有效提升與採購商的信任關係，亦可支援企業回應 CSRD 等永續揭露法規，提升合作信任與市場機會。MPS 在國際上已通行 60 餘國，超過 3,300 名會員，已形成一永續生態系與共通語言 - 即 MPS 代表永續指標，與行銷識別。通過驗證的生產者，可標示 MPS 標章與唯一識別碼於企業識別、產品包裝及行銷露出，以凸顯生產者之永續價值。
- 3. 提升市場競爭力：**MPS 的驗證評級制度與標章，不僅讓永續表現具可比較性，也有助於業者在國際市場中明確傳達永續承諾，爭取更多高端通路與長期訂單合作機會。
- 4. 提前因應政策：**當碳關稅、碳足跡標示等政策逐步上路時，已建立數據基礎與驗證紀錄的企業，將能優先應對要求，不致錯失訂單。

結語

面對 2050 淨零碳排的全球趨勢，花卉產業雖非傳統高碳排部門，卻因出口導向、市場精緻、對國際標準敏感等特性，實際上正處於最前線的轉型壓力中。當碳足跡、碳關稅與供應鏈揭露成為市場通行的語言，缺乏基礎數據與管理制度的生產者，勢必將逐步被排除於國際舞台之外。MPS 驗證制度提供的正是一套具備實用性與延展性的永續管理框架。從資材投入的數據紀錄，到碳足跡計算與第三方驗證，MPS 讓花卉業者得以系統性地回應淨零轉型所需的準備，並與國際市場的要求保持同步。MPS 驗證不僅是進軍國際市場的「綠色通行證」，更是花卉業者在碳中和世代中立足的基石。面對淨零時代，花卉產業唯有正視永續管理工具的必要性，才能在國際市場中穩健前行，開創「綠色轉型」契機。在這樣的轉型歷程中，產業間的經驗交流也日益重要。MPS Asia, 是 MPS 荷蘭總部繼 MPS Japan 後，於 2024 年一月在台灣設置的亞太區域策略服務據點，服務觸角遍及中國、韓國、東南亞及紐澳等國。以持續推動亞太地區對永續驗證的認知與應用，協助花卉業者了解制度內涵與導入方式，並因應在地需求提供無語言障礙的技術與資訊服務。同時，亦積極透過「FloriCulture x MPS Asia」社群平台傳遞「花卉 x 文化 x 美學 x 永續」的跨域行銷影響力，同時也讓消費者看見花卉的永續價值與療癒力量，賦權「MPS Asia in Taiwan」的關鍵角色，以串聯亞太地區，並擴散至全球市場的使命。



MPS 標誌的可見性與活動參與，展現其在歐洲市場的公信力與影響力，強化消費者與品牌客戶的信任



減少碳足跡是邁向淨零碳排的關鍵，永續驗證制度有助產業建立碳管理基礎



了解花卉產業永續發展的 ESG 框架

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

為了促進花卉產業永續性，並且督促花卉供應鏈確實地落實責任行動實踐，這一切都必須涵蓋在一個標準的範疇裡。

花卉產業包括花卉和觀賞用植物的生產和行銷，該產業越來越認識到環境、社會和治理等要素的重要性。這些規範與標準至關重要，它促進花卉栽培的永續性，並且督促花卉產業供應鏈的責任行動實踐。換句話說，ESG 是一個改革花卉產業的架構；重新定義 21 世紀及爾後產業的永續發展，而它到底是什麼呢？

什麼是 ESG ？

如前所述，或許大家都聽過了，ESG 代表環境、社會和治理，這是投資者、企業和消費者用來評估某一組織永續性和道德影響的三大標準。在花卉栽培的背景下，ESG 提供了一個全面性的視角，透過 ESG，該產業可以評估其行動實踐、降低風險並為所有利益相關者創造長期價值。

該框架的環境原則重點在於公司對自然的管理，其中包括資源利用、廢棄物管理、碳排放和生物多樣性保育。另一方面，

從社會標準上進行檢視，了解花卉公司如何管理與員工、供應商、顧客和社區的關係。這包括勞工實務、人



印度某苗圃的繡球花，永續性及組成元素在花卉產業中變得越來越重要。照片來源 @bollapal-lysrikanth

權和社區參與。最後一個元素，治理是包含組織領導、內部控制和股東權利，治理考量的因素包含透明度、商業道德和責任等等。這三大支柱共同構成了永續花卉產業商業實踐的基石，確保花卉產業經濟繁榮、並為社會和地球做出積極貢獻。

ESG 在花卉產業的重要性日益凸顯

花卉產業的全球產值超過 500 億美元，為哥倫比亞、厄瓜多、肯亞、衣索比亞和荷蘭等花卉貿易領先國家的經濟做出了巨大貢獻，另一方面，該產業也因為對環境和社會的影響而面臨審查，從用水、農藥使用到勞動條件和供應鏈透明度，挑戰是多方面的。這就是 ESG 發揮作用的地方；他們為行業的永續發展提供了路線圖。

花卉產業的環境管理

由於花卉產業對自然資源的依賴，ESG 的環境元素對於花卉產業尤其重要。花卉是需要較多水量的植物，種植過程中通常需要使用化學肥料和殺蟲劑，這會破壞生態系統並破壞土壤健康，因此，碳



育種商 Morel 與仙客來。照片來源 @morel_cyclamen



排放、廢棄物管理、資源保護和生物多樣性保育等環境標準都被考慮在內，他鼓勵花卉公司採取降低環境影響的行動。

在這一領域裡，大多數花卉農場採用了輔助環境管理的必要措施。例如，有花農在農場使用太陽能、水的循環，盡可能降低水資源的損失，並設置節能系統來為農場運作提供動力，減少碳排放。

其他的農場則採用整合害蟲管理 (IPM) 技術，利用天敵來控制害蟲，減少對化學農藥的需求。即便如此，像 Florverde 永續花卉計畫 (Florverde Sustainable Flowers, 簡稱 FSF) — 這是一項獨立的社會和環境倡議，提倡使用具有環境和社會意識的花卉種植方式，經由認證的鮮花生產都是負責任的行動；鼓勵使用水管理系統、在地生態系統保育等方法，並保持永續和生態友善的花卉種植方法。這些有助於花農減少對環境的衝擊，特別是哥倫比亞等國家的花農。

保護生物多樣性是環境因素的另一個關鍵考量，在這方面，世界各地的許多花卉產業利益相關者都已經採取相關措施，保護設施周圍的生物多樣性。荷蘭採取許多行動來保護授粉昆蟲，擴大策略的一部分就是幫助蜜蜂、野蜂、食蚜蠅、甲蟲、蝴蝶和其他授粉昆蟲。這些具體行動包括創造相鄰設施之間適合授粉昆蟲生存的環境，如此一來，不僅在溫室內部，也在溫室外部加強保護生物多樣性。在這樣的脈絡下，種植不同種類的花卉（包括野花）也可以幫助蜜蜂和其他昆蟲，這對於授粉和生態系統的健康十分重要。

透過社會責任賦予勞工權利

談到 ESG 的社會元素，主要著重在花卉產業的勞工人力，全世界的花卉產業雇用了數以百萬計的勞工，其中很多是開發



針墊花採收

中國家的女性，所以確保公平的薪資、安全的工作環境、以及有健康照顧與受教育的機會不僅是道德責任，也是產業的需要。

因此，社會責任的判斷標準就是檢視花卉產業如何與員工、供應商、顧客以及營運所在地社區的相互關係，這主要包含勞工實務、社區參與以及產品安全。

以肯亞為例，花卉苗圃生產的玫瑰佔了歐洲總銷量的 35%，該國做了許多努力來改善勞工的狀況。肯亞花卉委員會 (KFC) 提供認證服務，確保會員農場遵守嚴格的勞動標準，包括公平的工資、合理的工作時間和禁止使用童工。因此，許多花卉農場都會滿足員工的需求和要求，包括健康和醫療保健、產假和兒童照顧設施。從本質上講，許多肯亞花農都有照顧員工福利的計劃，世界各地的其他大型花卉生產商也是如此。

在社區參與的部分，有很多花卉公司投資當地社會的計畫，像是蓋學校、兒童照顧設施、鄉村基礎建設如道路以及給農場周邊社區使用的健康照顧設施。滿足這些當地居民的需求，花卉公司藉此提升企業經營的社會認同，還能建立長期關係。公平貿易等組織也會關注這些議題以及治理的元素。

在社區參與的部分，有很多花卉公司投資當地社會的計畫，像是蓋學校、兒童照顧設施、鄉村基礎建設如道路以及給農場周邊社區使用的健康照顧設施。滿足這些當地居民的需求，花卉公司藉此提升企業經營的社會認同，還能建立長期關係。公平貿易等組織也會關注這些議題以及治理的元素。

治理的兩大重點，建立信任與透明度

ESG 在治理的標準就是要能確保公司誠信、透明、負責任地營運。在花卉產業中，道德的商業行為，確保公平貿易，並讓所有參與者參與決策的過程，公司必須注重責任、誠實和開放，以及組織結構和實踐。這涉及公司的領導、高階主管薪資、審計、內部控制和股



肯亞花農 Sian Flowers 的 Sololo 農場露天種植的袋鼠爪花

東權利。因此，良好的治理將保證花卉產業的所有營運都具有透明度、可問責性和信任度。

此外，為了提升產業永續性，MPS 推動的花卉產業永續發展倡議（Floriculture Sustainability Initiative 簡稱 FSI）建立了負責任的生產和貿易、負責任的行為和綜合報告的系統，透過這些系統提供治理框架，確保全面落實供應鏈的永續性。無論出於何種目的，在花卉產業中，ESG 策略是否成功，治理佔著相當重要的因素，它明確地說明所有永續發展工作都是透明的、有影響力的，並能有效地傳達給利害關係人。簡而言之，制定治理政策和程序並分配責任，意味著治理有助於推動整個花卉產業的永續實踐。

不過，在解決供應鏈可追溯性等議題時，透明度和可追溯性的概念也很重要。消費者越來越想知道他們的鮮花來自哪裡以及如何種植。在這種情況下，許多人希望了解鮮花來源的詳細資訊，從鮮花栽培到他們手上的完整資訊，可追溯性保證了花卉對環境和社會負責的方式和運送。



為何 ESG 對花卉產業如此重要

ESG 對花卉產業的顯著性不會被過度評估，今日的消費者比以往的消費者都更有環保意識，他們偏好符合永續性與道德採購的產品。而且，隨著消費者越來越注意購買產品對環境和社會的影響，優先考慮 ESG 元素的花卉公司更有能力滿足市場需求並建立品牌忠誠度，因此，透過採用 ESG 原則，花卉栽培企業可以吸引這些消費者並提高其市場競爭力。

此外，ESG 可協助公司降低監管處罰、資源稀缺和聲譽受損等風險，這些風險可能會產生嚴重的不利影響。不遵守既定法規的花卉公司，往往會面臨失去進入主要市場的

風險。另一方面，那些擁抱 ESG 的企業，充分利用新的商機，例如對環保和符合道德標準的鮮花日益成長的需求。



此外，氣候變遷對農業生產力構成重大風險，透過 ESG，花卉栽培企業可以專注於永續實踐，緩和這些風險並確保長期生存能力。一個典型的例子，花農採用智慧氣候技術來適應不斷變化的天氣模式，同時保持生產力。

ESG 也能激發創新，投資永續技術和實踐意味著花卉栽培公司可以降低成本、提升效率並創造新的收入來源。除此之外，堅定遵守 ESG 原則可以提高公司在利害關係人（包括客戶、潛在合作夥伴和投資者）中的聲譽。這代表忠誠度和信任度的提升。



永續性的花卉產業

不可否認，世界正面臨氣候變遷、社會不平等和經濟不確定性等問題，而作為全球重點產業之一的花卉產業也處於十字路口，對永續實踐的需求從未如此的迫切，因此，為了應對該行業的衝擊挑戰，ESG 元素提供了一個整體的框架。不可否認的是，透過環境管理、社會責任和道德治理，該產業不僅可以培育出美麗的花卉與植物，還可以培育出更正向且永續的未來。

本篇圖片來源：<https://thursd.com/posts/environmental-social-governance-in-floriculture-sustainability>

切花包裝市場洞察、預測與競爭策略

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

2024 年，全球切花包裝市場規模高達 41 億美元，預估到 2034 年將成長至 66.7 億美元，在 2025 年至 2034 年的預測期內，將以 5% 的複合年成長率（CAGR）穩定成長。市場中的主要廠商採用無機成長策略（inorganic growth strategies），像是收購和合併等動作，並努力發展進階的切花包裝生產技術，預計將在預測期內推動全球切花包裝市場的發展。



切花包裝市場研究、消費者行為、需求和預測

全球切花包裝市場規模在 2024 年估計為 41 億美元，預計到 2034 年將成長至約 66.7 億美元，大致以 5% 的複合年成長率成長。

切花包裝市場關鍵報告

- 歐洲主導了 2024 年的切花包裝市場。
- 亞太地區將在預測期內以顯著速度成長。
- 按產品類型區分，在 2024 年，套袋佔市場最大比例。
- 按材料類型區分，在 2024 年，塑膠仍是全球切花包裝市場的主導地位。

- 按銷售通路區分，花店通路的銷售量將以明顯的速度成長。
- 按花卉類型區分，在 2024 年，花束仍是切花包裝市場的主力。

切花包裝市場的裝飾包裝

切花包裝是指用於保護、保存和展示新鮮切花的材料和技術，確保花卉在存放、運輸和零售展示期間保持新鮮、濕潤和美麗的外觀，同時，使用切花包裝也可以減少因處理過程、溫度變化和濕度損失造成的損害。適當的包裝有助於保持最佳濕度，防止切花枯萎和脫水。

相關材料如保濕包材和花磚等，這些都有助於保持濕度。某些花卉對溫度較敏感，需要冷藏（例如玫瑰、鬱金香），包裝解決方案如隔熱包材或冷藏箱有助於保持品質，鮮花很脆弱，尤其在運送過程中容易被碰傷或壓傷。包裝材料有緩衝的功能，可以在運輸過程中保護鮮花的安全。

切花包裝對於保持花的新鮮度、保護花卉不被碰傷、維持美觀和支持永續的實踐至關重要。從花卉包裝套、保濕包材、更豪華的包裝盒、以及相關環保解決方案，選擇正確的包裝取決於花卉類型、運輸需求和顧客的偏好。

市場趨勢

環保和永續性的包裝

由於環保意識的提高，為了減少環境影響，包裝材料的趨勢使用可生物降解和可回收材料（如紙、紙板和植物基薄膜）。環保消費者推動了對永續包裝選項的需求，促

使製造商在這一領域進行創新。製造商與花店、超市和零售店合作，擴大市場覆蓋範圍並提供客製化的包裝解決方案。

創新包裝解決方案

有些企業致力開發延長切花賞花期的包裝方式，例如，Uflex Ltd. 公司的“Flex Fresh”產品，它讓切花在沒有水的情況下保持新鮮長達 15 天。目前市場上日漸流行的趨勢，是提供豪華的包裝盒和客製化的包裝設計，藉以提高美觀並迎合高級市場的需求。

銷售通路多樣化

電子商務的興起提高了切花網路銷售，促使包裝製造商開發新的解決方案，確保產品在運輸過程中的完整性。製造商與花店、超市和零售店合作，擴大市場覆蓋範圍並提供客制化包裝解決方案。

AI 如何改善切花包裝產業呢？

採用 AI 提高效率、永續性和客製化，同時減少廢棄物與優化供應鏈，AI 正在改變切花包裝產業。AI 驅動的新鮮度感測器將監測包裝內的溫度、濕度和乙烯濃度，來確保花卉保持新鮮。物聯網連接 (IoT-connected) 的智能標籤幫助追蹤運輸和存放期間的即時條件，如果狀況需要調整，就會主動提醒供應商。AI 分析消費者偏好和環境影響，開發可生物降解、可回收和可堆肥的包裝材料。AI 驅動的材料科學幫助優化包裝設計，減少廢棄物的同時也保持耐用性。

AI 驅動的預測分析可以優化庫存管理，減少庫存過多或短缺的狀況，透過 AI 也可以根據季節、天氣和消費者趨勢來預測需求。AI 驅動的路線優化確保更快的交貨時間，保持花卉更鮮。AI 物流軟體將最小化運輸時間，同時優化冷鏈包裝解決方案。AI 允許花店和電子商務平台提供個性化的花卉作品和包裝設計。AI 驅動的聊天機器人和

推薦引擎根據場合、過去的購買紀錄和用戶偏好提供花卉選擇建議。

AI 可以根據客戶偏好生成客製化的包裝設計，用於豪華型的花束。AI 引導的機器手臂能夠自行進行花卉切割、分類和包裝，藉以提高速度和效率。AI 驅動的花卉包裝廠，因為自動化作業減少人工的介入，提高包裝的一致性。AI 使切花包裝更高效、更永續，並以客戶為中心來改革切花的包裝。從智慧包裝感測器、機器人自動化、到 AI 驅動的供應鏈優化和客製化的設計，AI 幫助減少浪費、延長賞花期和提升交貨的效率。

市場動態

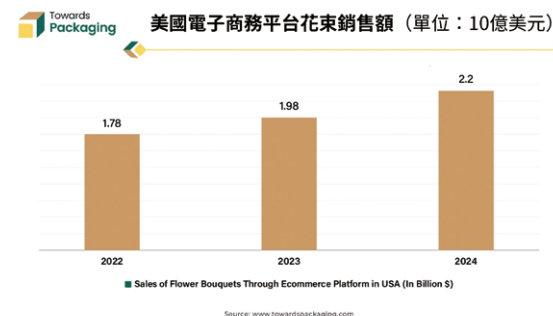
驅動因素：電子商務平台擴展花束銷售

網路花卉配送服務（例如 1-800-Flowers、FTD、Bloom & Wild）需要耐用且美觀的包裝，包裝解決方案必須確保新鮮度並防止運輸過程中損壞，越來越多消費者在網路上購買花卉，因此，有保護作用的包裝更顯重要。電子商務運輸需要更強、更通風和可以保濕的包裝，來保持花卉的新鮮。網路花店使用獨特、美觀的包裝來增強客戶體驗和品牌形象。

許多電子商務平台優先考慮永續性的包裝，來吸引注重環保的買家。訂閱制花卉服務的興起推動了對專業、可靠包裝解決方案的需求，網路花卉配送服務的增加（例如訂閱盒、電子商務花店）需要耐用、可控溫和美觀的包裝，可客製化和品牌的開箱體驗成為關鍵的差異化因素。

網路花店允許客戶隨時隨地訂購花卉，不像實體花店有營業時間的限制，當天和次日配送服務讓購買更容易。花店的營業範圍跨越所在地區，覆蓋全國甚至跨到外國客戶。網路平台與本地花店合作也開始出現，藉此提供更廣泛的配送範圍。電子商務平台提供花卉訂閱服務，客戶定期收到新鮮花卉，這種模式確保了網路花店的重複業務和

穩定收入。網路零售商通常提供更低的價格和促銷折扣，比傳統花店更具吸引力，訂閱折扣和組合優惠（例如花卉 + 巧克力）也可以增加銷售。



2025 年 1 月，根據電子商務專業協會（eCommerce Professionals Association，ePA）發布的數據，英國情人節的零售市場展現出強勁的韌性，2024 年的市場預估價值達 21 億英鎊。數據顯示，有 36% 的英國人積極參與情人節慶祝活動，這表示即使面臨經濟挑戰，消費者的參與程度仍然相當可觀。市場表現亦顯示，與愛情相關的主題零售仍然是英國消費者的優先選項，儘管超過 50% 的民眾認為民生成本問題已影響他們在情人節的支出。

61% 的英國消費者維持與前一年相同的消費水平，顯示情人節支出的穩定性。儘管經濟困難持續，僅有 16% 的受訪者打算減少情人節的花費，而有 13% 的人則希望增加支出。

限制因素：嚴格的環境法規和季節性需求波動

市場中的主要廠商面臨季節性需求波動，以及嚴格的環境法規問題，這可能會限制切花包裝市場的成長，全球各國政府正在禁止塑料包裝並鼓勵可持續替代品，這需要創新和研發投資。切花市場具有高度季節性，在情人節、母親節和婚禮期間達到高峰，導致對包裝解決方案的需求不一致，許多消費者更喜歡直接從農夫市場或花店購買

新鮮花卉，不需要複雜的包裝，減少了對包裝解決方案的需求。

機會：高級和豪華花卉禮品的成長

對高級包裝的需求（例如硬盒、天鵝絨飾面、個性化包裝）用於豪華花卉品牌和活動禮品，此外，還有季節性和節日的包裝（例如情人節、母親節、婚禮）。

例如，根據英國花店協會發布的數據，2024 年 1 月，2023 年禮品和花卉的網路銷售有所下降。2022 年至 2023 年間，轉換率從 4.6% 略微下降至 4.3%。2023 年，月訪客從 2022 年的 1,265,680 下降至 1,244,224，由於通膨的疑慮，消費者減少了花卉和禮品的整體支出。

套袋市場在 2024 年主導市場

在 2024 年，套袋類包裝在切花包裝市場中佔據主導地位。花卉套袋通常由塑料或紙製成，相較於如盒裝等硬質包裝選項，它們更具成本效益。由於所需材料較少，因此能降低生產與運輸成本。預先成型的套袋可以快速高效地包裝與排列花卉。它們操作簡單，這對於高銷量零售銷售（例如超市、花店）而言尤其重要。套袋能提供足夠的物理損壞保護，同時保持空氣流通，有助於延長花卉的新鮮度。一些套袋還具有防水塗層，避免花朵枯萎。花卉套袋亦可印刷商標、訊息和設計圖案，是優秀的品牌工具。多樣的尺寸和形狀滿足不同的花藝包裝需求。

大量塑膠材料的消費基礎

塑膠材質類別在全球切花包裝市場中處於領先地位。塑膠材料（如聚丙烯（PP）、聚乙烯（PE）、聚對苯二甲酸乙二酯（PET））相較於紙張或布料等替代材質更為低廉。塑膠套袋與包裝的量產能有效降低花農與零售商的成本。透明塑膠可完整展現花卉外觀，使產品對消費者更具吸引力，其透明性與美感可提升超市、花店及網路銷售的衝動購買率。

塑膠能防止水分流失，延長花卉保鮮時間。它能有效阻擋灰塵、污染物與運輸過程中的機械性損傷。塑膠套袋與包裝具抗撕裂特性，可確保花卉在整個供應鏈中的安全。藉由降低與空氣及細菌的接觸，塑膠材質亦有助於延長花卉的保存壽命。

花店通路將佔有顯著市佔率

2024 年，花店通路在切花包裝市場中佔有相當大的比重。花店提供客製化花束服務，讓顧客可以挑選特定的花材、色彩與排列方式。像是婚禮、週年紀念、喪禮等特殊場合，常常需要個性化的花藝設計。花店擁有專業的花藝設計知識，能打造具視覺吸引力且較為持久的花束。他們採用高品質的新鮮切花，較超市的大量生產花束具有更佳的耐久性。

花店是婚禮、生日、畢業典禮和公司活動等活動的首選。消費者信任花店能提供符合主題與美學的精緻花藝設計。花店花束常帶有高級質感，包含高級包裝、稀有花種與精緻設計。相較於樣式較為制式的超市花束，許多顧客更偏好選擇花店作為高級送禮的首選。

花束的高需求也維持 2024 年的主導地位

花束類別在全球切花包裝市場中佔據主導地位。花束比單朵花更具視覺吸引力，因此成為禮品和裝飾的首選。多種顏色、質地和花卉類型的混合創造了更豐富、更奢華的外觀。花束被視為一份完整的禮物，而單朵花可能顯得過於簡單或不正式。花束在生日、週年紀念、情人節、婚禮和公司活動中很受歡迎。

消費者普遍認為，購買花束比單支花更具價值。花束通常搭配填充植物（例如滿天星、尤加利葉），能有效增加體積卻不會太貴。不同的花材能傳達多種情感或訊息，使花束更具意義。花束是預先配置綁好的，方便陳列於家中或活動現場，不像單朵切花，買家要自己安排花卉。

本篇圖片來源：<https://www.towardspackaging.com/insights/cut-flower-packaging-market-sizing>

歐洲強大的花卉產業站穩主導地位

在 2024 年，歐洲地區主導了全球切花包裝市場。荷蘭是全球花卉中心，Royal FloraHolland 是世界上最大的花卉拍賣市場。德國、英國、法國和義大利等國家花卉消費高，對於包裝需求也穩定。該地區有完善的零售網絡，包括超市、花店和電子商務平台。歐盟嚴格的环境政策，鼓勵使用可生物降解、可堆肥和可回收的包裝。消費者更喜歡紙基、可生物降解塑料和可重複使用的包裝，而不是傳統的塑料包裝。

歐洲有完善的運輸和冷鏈系統，使花卉保持更長時間的新鮮。高效的包裝解決方案，如調氣包裝（MAP），有助於保持花卉新鮮。歐洲在採用環保包裝解決方案方面處於領先地位，受到嚴格的环境法規和消費者偏好的推動。重點是減少環境影響的可生物降解、可回收和可堆肥材料。Decowraps 是歐洲的關鍵廠商，擁有超過 20 年的經驗，Decowraps 是獨特花卉和盆栽包裝選項的領先供應商，以卓越的設計和創新而聞名。

亞洲花卉的宗教意義支撐最快速成長

亞太地區預計在預測期內，將在切花包裝市場中以最快的速度成長。在中國，花卉在春節和七夕（中國情人節）等節日中扮演重要角色。印度對於婚禮、寺廟和宗教儀式（例如萬壽菊、茉莉和玫瑰）的花卉需求量大。日本的傳統習俗如插花（Ikebana）和賞花（Hanami）穩定推動花卉需求。

快速的數位化和網路花店的興起（例如印度的 Ferns N Petals，東南亞的 Flower-Advisor）推動了市場擴張。新冠疫情後，無接觸配送服務大幅成長，使網路花卉購物更受歡迎。中國、印度、泰國和馬來西亞等國積極投資花卉栽培，增加花卉產量供應國內及出口市場，增加花卉生產以滿足國內和出口市場需求。中國和印度致力向歐洲和中東出口玫瑰、百合和蘭花。Selecta Cut Flowers SAU 是亞太地區切花市場的知名企業。Dümmen Orange Holding BV 是亞太地區切花市場的領先公司。

新一代 100% 回收紙板托盤 讓花卉運輸更永續與高效

日期：2025/4/15
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯



荷蘭園藝資材商 Modiform 推出最新 ecoExpert 運輸托盤，開啟了物流新紀元。ecoExpert 產品於 8 年前首次推出，此次的產品是依據 Modiform 現有的回收塑膠產品，進行再次改良的新產品。

經過一連串密集的開發過程，ecoExpert 產品正式推出，由 100% 回收紙板製作而成。Modiform 一如既往地繼續創新和改進，新一代的 ecoExpert 托盤因此誕生！這種運輸托盤更容易堆疊，甚至可以自動化，每個棧板可容納的托盤數量增加，並且具有 FUST 代碼，方便在拍賣市場結算。此外，ecoExpert 托盤符合 PPWR（歐盟包材與包材廢棄物法規）的標準，完全符合最新的歐洲包裝法規。

市場對最新版 ecoExpert 托盤的需求很強烈，第一款托盤（型號 NP408，有 8x12/13/14 cm 三種尺寸）於 2024 年底推出，立即獲得了市場的好評。為了滿足市場需求，多款現有的 ecoExpert 托盤業已轉成最新款式。第二款型號（NP315，尺寸是 15x10.5 cm）也開始交貨給花農了，而第三款型號（NP208，尺寸是 8x10.5 cm）正準備交貨。

在西歐國家，紙和紙板的資源回收率約為 90%，因為有如此高的回收率，從回收效率的角度來看，採用這種完全可生物降解和可回收的紙板運輸托盤是合乎邏輯的選擇。這些托盤使用後可以當成紙料廢棄物處理，消費者將他們放入自己家中的紙類回收桶中。

ecoExpert 托盤也是由 100% 回收紙板製成的，因此，可以達到百分百的材料循環使用。

經濟有效

除了永續性之外，Modiform 開發新一代托盤時，還考慮了花農和生產者的需求。與第一代的 ecoExpert 托盤相比，每個棧板可裝載的新款托盤數量較第一代有兩倍之多。這不僅在存放和運輸方面具有經濟效益，還有助於降低碳足跡。由於第一代托盤粗糙的底部難以裝卸，最新托盤的底部是光滑的表面，更容易裝卸，而且其結構更平坦，更容易自動化。此外，它還加上了蠟，更可以提升防水性。

完全符合 PPWR 法規

最新的 ecoExpert 托盤擁有 FSC® 認證（認證字號 FSC-C197426），這是紙、紙板和木材的永續標章。此外，ecoExpert 產品獲得公正獨立研究機構 Cyclos 的認證，確認該產品的可回收性，並有助於百分百的材料循環使用。去年推出的 PPWR 法規旨在減少塑膠產品的使用，而 Modiform 也有提供永續的、可重複使用的塑膠運輸托盤。新一代的 ecoExpert 托盤是一次消費產品的替代款，鑑於歐盟的新法規，這種托盤在未來將變得越來越重要。這是很重要的一步，花農、零售商和消費者採用這些包裝解決方案，為世界的永續發展做出貢獻。



本篇圖片來源：<https://www.floraldaily.com/article/9723718/modiform-announces-new-generation-of-ecoexpert-transport-trays/>

花藝美學 × 環境永續 OASIS 推出環保插花海綿

日期：2025/3/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

「SMITHERS-OASIS JAPAN」公司（代表取締役平田義史）的插花海綿「OASIS」是全球長銷商品，眾所期盼的環保素材插花海綿「Black ECO」和取材自植物的「Renewal」將開始銷售，同時商標也會改成黑色。

新商品「Black ECO」在無氧環境下二年內分解率達 89%，有利於保護地球環境。而且新商品為黑色，可以創造出新的價值，相較於傳統的綠色海綿，插花時所需的花材數量可以比較少，有助於創造利潤，插花壽命則與傳統海綿相同或更久。

「Black ECO」有三種：「Deluxe」可以穩穩固定住花莖較粗較長的鮮花；「Standard」是萬用型，適合各類花材；「Spring Time」可用來插最纖柔的草花或中空、纖細、柔軟的花莖，不易折斷，維持力超強，由於可以輕鬆插入還能縮短作業時間。

另外，取材自植物的「Renewal」（專利申請中）使用永續性資源製造，比起一般插花海綿可以減少 56% 的碳足跡。不使用染料、著色劑，不會產生有害物質，是獲得

歐洲最大的生物可分解性認證機關「TUV Austria」的四顆星最高評價的生質材料。各種鮮花和花莖都適用，吸水之後會變為濃黑色。

新商品上市之前，在東京都世田谷市場內針對花店業者、花藝學校和切花中盤商舉辦了發表活動「西洋與東洋催生出的插花海綿新時代！」，報名參加人數超過預定，可見其受矚目程度。

示範插花展現商品特性

活動請來「SMITHERS-OASIS」公司在比利時和德國的宣傳大使—花藝設計師佛朗奇·波林（Franky Bollingh），以及位於日本中目黑「Florist ITO」的老闆兼花藝師伊藤義明，分別代表東西方上台示範。

波林先生是首次訪日，帶著與生俱來的優雅當場展示新浪漫主義的世界，並且以同一個設計現場示範比較綠色和黑色海綿的不同，吸引眾人目光。伊藤先生則利用海綿的「黑」創作出散發日本人自然觀與細緻魅力的藝術性作品。

雖然是針對同個主題進行示範表演，但兩人做出了完全不同的個性化作品，台下觀眾也分別提出許多問題。會場內設置了新商品試插專區，因應時代需求而出現的新產品吸引許多關注。

活動開始時平田代表致辭表示：「花價持續高漲，聽說很難拿到想要的數量，我想對業者而言目前工作上真的是困難重重，在這種情況下希望我們的新產品能夠助大家一臂之力。」

今年 OASIS 把商標從綠色變成黑色，並且將集中促銷黑色插花海綿。首先推出的「Black ECO」就是主力商品。雖然價格貴一點，但使用黑色海綿即使插花枝數減少，也不會嚴重影響份量感，少量花材就可以做出一樣的效果。如此一來，勞動時間也減少，應該有助於提升花店收益。

對消費者而言，使用黑色海綿可以減少花材用量，花朵也不會擠在一起，開花時不會有壓迫感，觀賞完要丟的垃圾量也變少，環境負擔減少，應該可以改善花藝商品整體的利率率。」

「SMITHERS-OASIS」公司比利時、荷蘭區的社長，也是統籌歐洲全境行銷工作的克里斯·馬汀先生也來到日本，全程參與新商品發表活動。



Franky Bollingh 使用黑色海綿的示範作品



伊藤義明使用黑色海綿的示範作品



本篇圖片來源：https://www.smithersoasis.jp/products_renewal/、https://www.smithersoasis.jp/products_black_eco/、https://www.smithersoasis.jp/event_newdesign/

花卉凋謝太快？生鮮保存不易？WAVEMAGIC 為您帶來劃時代的解決方案！

撰稿：商榮實業有限公司

台灣擁有豐富的優質花卉資源，長年以來出口至全球各地。然而，從採收、包裝到長時間運輸，花卉在抵達終端消費者前，其瓶插壽命已大幅縮短。如何延長觀賞期、減少損耗，一直是產業界持續關注的重要課題。來自日本的大森花卉開發的創新裝置 -WAVEMAGIC，正為此提供了一項劃時代的解決方案。

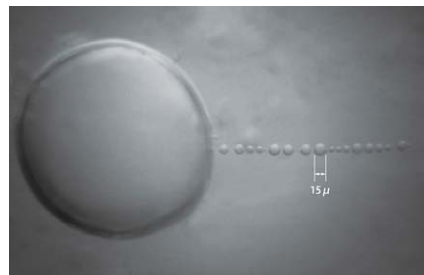
WAVEMAGIC 是專為花卉與其他生鮮產品設計的鮮度維持設備，透過特殊的微弱電場技術，僅需「30 分鐘」即可改變花卉的「體質」，使其能夠維持鮮度，進一步延長保存期限、降低耗損風險。

【技術原理】

WAVEMAGIC 使用的技術由大森花卉與日本國立研究開發法人 - 產業技術綜合研究所合作研發，歷時一年，並經多項實驗驗證與正式學會發表，技術成熟且具科學依據。

植物和人類一樣，體內約有 70% 至 90% 的水分。WAVEMAGIC 正是基於這一基本原理，透過微弱電場改變水分的結構，使水滴的界面活性張力降低約 60%，進而形成更細小的水滴，可有助於減緩水分蒸散、維持細胞含水率，顯著提升鮮度的維持效果。

此外，細菌的生長仰賴自由水作為媒介，而 WAVEMAGIC 正是利用這一關鍵點，透過微弱電場將自由水轉化為「連珠狀結構」，創造出細菌難以存活的環境，進而有效抑制其繁殖。



【成本與安裝】

安裝方面，WAVEMAGIC 的使用相當便利，無需大規模施工，僅需要將主機與

電極板設置於作業區或冷藏空間中，除了機器本身設計輕巧、不佔空間外，其電極板更是直接安裝於牆面，不僅不需額外架設設備，也完全不影響原有空間的使用，對空間有限的環境尤其友善，非常適合快速導入並立即投入使用。

裝置安裝完成後，即使 24 小時連續運轉，每月的營運成本僅需新台幣 50 元，節能高效、經濟實惠。

此外，電極板採用高耐用材質製成，幾乎無需維護，長期使用下仍能保持穩定運作，安全無虞。



【產業應用實例】

在日本，已有許多花店將 WAVEMAGIC 應用於預約花束與婚禮用花的保鮮，有效延長賞花期並降低損耗。同時，生鮮物流業者亦導入該技術至預冷儲運系統中，用以穩定水果與葉菜類產品的運輸品質；部分高端超市則將其應用於陳列保鮮，以提升品牌價值與吸引力。

在台灣，商榮實業有限公司率先導入此設備，成功應用於文心蘭、火鶴、洋桔梗、海芋等多種花卉的包裝場與零售花店。

實際使用結果顯示，該設備在抑制軟腐病害方面成效顯著，顯著提升花卉保存品質。尤其針對過去吸水性差、難以突破外銷的花卉品種，也展現出明顯改善效果，大幅提升其商品價值與外銷競爭力。



洋桔梗



文心蘭

零售花店

【高效・環保・經濟：解決保鮮痛點的理想選擇】

對於面臨生鮮保鮮與損耗壓力的業者而言，WAVEMAGIC 提供一項無需化學添加劑、操作簡便、節能高效的解決方案。不僅能提升產品品質，亦有助於減少庫存損失，創造更具競爭力的營運模式，值得業界深入了解與應用。

為什麼我們應該倡導 # 無塑膠插花海綿？

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



很多花店都拒絕使用傳統的花磚，轉而採用永續的產品，他們提倡生態友善的替代產品，而且言之有物。

花店和一般的花卉設計產業經常使用花磚，這是一種用於固定花莖同時保水的合成產品，雖然使用花磚可以很方便創造出精美的花藝，但這種材料卻讓我們付出環境成本，影響地球甚至包含花藝師與使用者的健康，這也是現代花藝不永續的問題之一。

由於只有 9% 的塑膠製品被回收，這項驚人的事實啟動了新產品的問世，並推動塑膠花磚進行轉換的迫切需求，這也凸顯了現有廢棄物管理系統效率不彰的問題。以 #NoPlasticFloralFoam（拒用塑膠花磚）為標誌的運動或許可以傳達這一訊息，而且是有充分理由的。

塑膠花磚的疑慮日漸提高

塑膠花磚是從酚醛樹脂製成的，這是一種酚醛樹脂所合成的材料，由有毒化學物質組合起來。這種產品最惡名昭彰的就是無法被分解。一旦被丟棄之後，它可以在環境中存在數百年，很顯著地造成塑膠污染，研究人員指出塑膠花磚不只會堵塞水道，也會分解成可能危害野生動物與人類健康的塑膠微粒。

根據研究，塑膠花磚接觸到水之後，也會散發出有毒的化合物，例如著名的致癌物 - 甲醛。這些毒素會污染水源以及帶給人類與野生動物健康的風險，一位水污染研究人員

Charlene Trestrail 博士之前就說過，當塑膠花磚被壓碎或洗到水槽裡，他就會產生塑膠微粒，並進入生態系統，很有可能危害水生生物。

更進一步來看，製造塑膠花磚的過程需要耗費大量能源，而且會產生溫室氣體加劇氣候變遷的挑戰。Pollen 花藝設計工作室創辦人 Lynn Fosbender 就曾經強調過，他並指出塑膠花磚是一種「石油衍生產品」，換句話說，它是來自不可再生資源。塑膠花磚是一種一次性的產品，使用過後就會被丟到垃圾桶，這也是為何會選擇放棄這種產品的理由之一。

Lynn Fosbender 說：「身為一間生態友善的花店，我們努力減少資源使用，同



使用永續的替代品，人們仍然可以創造出美麗的設計，同時最大限度地減少其生態足跡



來自 Phoom Labs 公司以植物為基底且可分解的花磚

時，也努力減少垃圾。永續性的做法不只是拒絕使用塑膠花磚，還包含對環保實踐更廣泛的承諾。」

花藝師 Tobey Nelson，也是拒用塑膠花磚，同時還指出，在目前的花磚配方，這些都是一次性的塑膠；這是無法降解的材料，也會構成了重大威脅，它不僅最終只能進入垃圾掩埋場，而且還會加劇日益嚴重的塑膠微粒污染。Tobey 強調不使用塑膠花磚不僅僅關於永續，也重新定義我們如何思考花藝設計。對她來說，不使用塑膠花磚就表示花藝師要擁有更多的創造力和創新，探索符合環保實踐的新技術和材料。



全球各地數百間花店都認同此觀點。綜合來說，他們的觀點獲得花卉產品研究人員的支持。永續花藝網絡（Sustainable Floristry Network）的 @nofloralfoam 等倡議在 Instagram 上擁有數千名支持者，在提高人們對永續花藝的認識和營造集體責任感方面發揮了重要作用。

為何花店都在拒用塑膠花磚

很多花店都在拒絕使用塑膠花磚，轉而使用較永續的產品，這個標注 #NoPlasticFloralFoam 就是渴望生態友善替代產品的表態。舉例來說，Rita Feldmann 花店位於墨爾本，她強調大家應該要對塑膠花磚的環境衝擊更有意識，她也鼓勵同儕採用更永續的產品。類似的還有 Mabel Maposa 這位花



Holly Chapple Pillows

藝設計師，她同時也是南非開普敦 Mabel M Florals 花店的主人，她鼓勵客人使用不需要依賴塑膠花磚而是用自然材料製作的客製化花藝。

同樣，許多花店表示，不再使用塑膠花磚後，他們與材料的聯繫更加緊密，對花卉的自然美有更深的欣賞，對於花藝界整體永續發展來說，這種態度的轉變是很關鍵的。



越來越多花店逐漸意識到，花藝美學不必犧牲環境。他們意識到，透過使用永續性的替代品，仍然可以創造出美麗的設計，同時，最大幅度地降低生態足跡。他們當中許多人成為永續花藝的倡導者，舉辦研討會和大師班，讓同行的設計師了解放棄塑膠花磚的重要性。這些教育活動讓更多人在花藝設計中做出明智的選擇並採用環保的做法。

轉向永續性的做法：有哪些生態友善的替代方案？

越來越多的花店和花藝設計師不再使用塑膠花磚，而是選擇環保替代品。正如 Tobey 恰如其分說出個人的觀點「不使用塑膠花磚，是我對永續花藝承諾的一部分。」那麼，人們更願意使用哪些其他替代方案呢？除了像 Phoom Lab 獨特的環保花磚之外，還有許多永續性的替代產品可供花店在花藝設計中採用。

Agra-Wool International 公司的 Sideau®

Sideau® 花磚是 Agra-Wool International 公司的開發產品，這是一家荷蘭公司，以永續發展的努力而聞名，尤其在花卉設

計領域，致力於創造高效且環保的基質和吸水材料。他們的花磚是由環保的材料製成，因此，有助於整個花卉產業的永續發展。



Sideau® 花磚

這款花磚在實際使用上與其他塑膠花磚擁有相同的功能，卻與石油衍生物和酚醛樹脂（一種塑膠）製成的傳統塑膠花磚不同，Sideau® 花磚完全天然，由 97% 的玄武岩（一種火山火成岩）和 3% 的植物粘合劑（一種蔗糖）製成。這種材料為插花提供了穩定的結構，比傳統的花磚對環境的危害更小。該產品還可以自然分解，讓養分重新回到土壤中。

FloraGUPPY

FloraGUPPY 是一款創新的永續替代品，解決了無法生物降解所衍生的相關環境問題。與石油基製成的花磚不同，FloraGUPPY 由天然、可再生材料製成，因此完全可生物降解也可堆肥。這大大減少了該行業的塑膠廢棄物足跡，這是邁向環保花藝的關鍵。

本產品具有與傳統花磚相同的功能，為插花提供穩定且保水的介質，



確保花藝設計的持久性，同時又不影響美感或創作的便利性。有了它，花店可以在不犧牲專業標準的情況下，展示他們對環境的責任，它可以創造出令人驚嘆、持久的花束，同時又不會對地球的健康產生負面影響。

Holly Chapple Pillows

Holly Chapple Pillow 是專為花店設計可重複使用的替代品。它由可回收材料製成，直接在水瓶插花，無需使用有害的塑膠。這款設計可以在容器之間輕鬆轉移，並有助於保持插花的完整性，同時簡化了換水和重新切莖的過程。它通常由天然材料製成，使用後可以堆肥，對於有環保意識的花店來說，這是一個很好的選擇。



OshunPouch

OshunPouch 提供了一款引人注目的永續替代品，既注重環境責任，又注重設計功能。與石油基花磚不同，OshunPouch 是一種植物性、可堆肥的花卉介質，可保持水分並支撐花莖，它由椰殼纖維和植物膠凝劑製成，是一種完全可堆肥的產品。這大大減少花卉產業普遍存在的塑膠垃圾，符合日益成長的環保實踐需求。

該產品的優點很多，除了可生物降解的特性，它還能有效地保持水分並支撐花莖，確保花藝的壽命和活力，該款設計能輕鬆地將花莖插入，成為實用且便利的替代品。此



外，它有家庭可堆肥性的認證，簡化了使用後丟棄的程序，無需透過專門的廢棄物處理。

Flower Frog

Flower frog 也稱為劍山，是一項久經考驗的永續解決方案，也提供了理想的替代品，減少塑膠花磚的使用。這些小而加重的金屬圓盤通常帶有尖尖的針，可以牢牢地固定住花莖，無需使用保水花磚即可進行花藝佈置。可重複使用是主要優勢；一塊劍山重複使用，進行無數次佈置，相較於一次性花磚，實在大大減少了浪費。

此外，由於不使用合成材料，劍山完全是環保的，它們通常由耐用的金屬製成，使用壽命長、減少更換材料的需要。此外，簡單的設計和易於清潔的特性有助於整體永續性。雖然劍山並不適合所有的插花方式，特別是需要花磚中大量補水的插花方式，但它仍然是許多風格的完美選擇，特別是強調簡約或日本花道的插花方式。



鐵絲網與網格膠帶

使用鐵絲網和網格膠帶也是一種經濟有效且方便的永續插花方法，花店將鐵絲網塑造成任何形狀，並用膠帶固定，為鮮花提供堅固的結構。這種方法不僅環保，還能讓設計更有創造力。正如 Mayesh 設計的 Shean Strong，這種技術在製作大型餐桌主裝飾和

其他佈置時，幾乎與傳統花磚一樣好用，從本質上講，使用鐵絲網和網格膠帶是朝向更永續的方法，這些材料可以重複使用，而且大多數最終都是可生物降解的。

還有許多其他的替代品，花店可以用他們來創造出同樣令人驚嘆的插花作品。例如，天然苔蘚是合成花磚的絕佳替代品，它是可生物降解的選擇，並有效地保持水分，尤其是泥炭蘚高保水力而受到青睞。使用鵝卵石或裝飾石作為插花的基礎，這也能提供穩定性和美感，他們可以牢牢地固定住花莖，同時允許水份進入，這些都成為極具吸引力的設計選項。此外，花店還可以探索傳統工藝技術，使用樹枝或樹幹等天然材料，試著在花瓶或容器內創作支撐結構，該方法利用現成的有機材料，提供了藝術靈活性並符合永續實踐。

以上這些替代品不僅減少了塑膠花磚的使用，還減少了塑膠廢棄物，並透過融入自然元素來提升插花的整體美感，提高共同永續意識、倡導產業變革，透過美麗又永續的花卉佈置，我們不必犧牲自然環境和也不必以人類健康為代價。



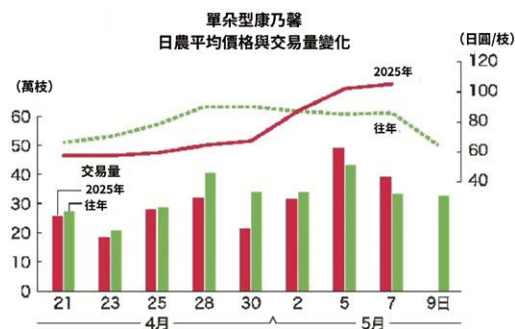
本篇圖片來源：<https://thursd.com/articles/advocating-for-no-plastic-floral-foam>

回顧日本花市母親節銷售 康乃馨價格飆升，馬齒牡丹與大理花異軍突起

日期：2025/4/24、4/27、5/4、/5/8

資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本花卉市場 節前康乃馨交易行情



5月11日母親節前，日本花市的切花交易進入高峰。母親節前倒數第二個交易日，主力商品康乃馨一枝的價格比往年同期貴了兩成，達到100多日圓。零售業者預先進貨的情況不明顯。

5月7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105日圓，比往年（過去五年平均）貴22%，也比前一個交易日貴3日圓。東京花卉中盤商表示：「雖然康乃馨買氣沒有去年那麼熱，但是和玫瑰、非洲菊等一樣，需求穩固。」

根據東京其他花卉批發商表示，康乃馨到貨量與去年差不多，不過受到酷暑和寒流等異常氣候影響，部份產地出貨量只有去年的八成左右。

康乃馨盆栽在東京都中央批發市場大田市場5月6日的成交價是330日圓（5寸盆，拍賣中價，含稅），是去年同期的二倍。

為母親節提供美麗的花

橫濱市馬齒牡丹 拍照好看受歡迎

日本橫濱市神奈川區「加藤園藝」的馬齒牡丹從四月下旬開始出貨。馬齒牡丹是針

對夏季也想享受園藝樂趣的消費者所栽培的主力商品，五彩繽紛的外形照相起來很好看而受到歡迎。業者反過來利用近年的氣候暖化因素，把馬齒牡丹出貨期提早，當成「母親節」商品出售。由於栽培容易加上價格平易近人，來自市場和園藝店的訂單持續增加。

「加藤園藝」在兩棟面積7公畝的溫室栽培馬齒牡丹，總共九個花色。由於是所有花色混合出貨，從七月花期期間就要開始依不同花色分別進行母株扦插作業。等到新年開年時再採集插穗集成一箱然後隨機扦插入盆，就可以種出多彩華麗的馬齒牡丹盆栽。針對不想在梅雨期動手種花種草的消費者，特別以吊盆形態出貨，買回家直接就可以掛起來欣賞。

把馬齒牡丹當作「母親節」商品出貨是從去年開始。由於多數農園生產的馬齒牡丹都是單色盆苗，園藝店業者看上「加藤園藝」園主加藤佑太（38歲）生產的多花色混合盆栽，因此得以在母親節出貨。為了趕上母親節需求必須比一般從五月中旬開始的出貨期提早一個月，不過加藤先生只把管理作業提前一個禮拜就解決了問題。由於推出後獲得消費者超乎預期的迴響，今年母親節便開始正式出貨。

馬齒牡丹的出貨點包括川崎市中央批發市場北部市場、東京都內的FAJ、東京站



加藤園藝馬齒牡丹

花卉園藝市場和橫濱農協的直賣所等，「母親節」商品則直接批給園藝店。今年訂單量1,200盆左右，和去年同期相比約為二倍。出貨高峰是六月下旬，到七月底預估會出5,000盆左右。

加藤先生充滿幹勁表示：「從來沒想到馬齒牡丹有一天會變成花禮！從這件事我學到必須從各種不同的角度來接近消費者。今年開始會使用橫濱農協和市政府合作開發的再生磷肥料作為追肥，希望對建立循環型農業有所貢獻。」

橫濱市生產的康乃馨

「和幸園藝」的安西俊之（52歲）在神奈川縣橫濱市泉區生產切花，從十一月下旬到五月底大約會出貨給市場和橫濱農協直賣所6萬枝左右。面對最大需求期「母親節」，他和市場業者分享相關資訊，以達到穩定供應良品的目標。



和幸園藝 安西俊之先生

橫濱市內生產康乃馨切花的花農有二戶。安西先生在7公畝的溫室種植了花色、花型各異的12個品種約1萬株。自從去年六月定植後持續高溫，雖然有生長延遲現象，但據說品質和產量並沒有受到太大影響。

為了生產品質優良的康乃馨，安西先生徹底管控溫度、給水和摘芽。害蟲方面，由於薊馬會導致花瓣變色，為了防治薊馬，三年前開始使用紅色的LED燈。除了可以減少薊馬危害，也減少農藥的使用，友善溫室周邊住宅環境。

至於康乃馨品種則會參考每年流行趨勢等來選擇。檢討新品種時一定會進行一年的實驗栽培，確認是否適合本地土壤、氣候條件。除了紅色、粉紅等經典花色之外，也種了很多漸層色和淡色系的品種，是其農園的一大特點。安西先生在生產花卉時不但會配合消費者需求，也不忘發揮自己的特色。

新冠疫情之後，康乃馨鮮花從婚喪喜慶等大量業務需求轉為花禮和室內擺飾等個人消費需求，加上網路商店普及，市場發生了很大的變化。安西先生定期會出席與市場業者、縣內生產者交換資訊的場合，以因應變化多端的消費情勢。安西先生表示：「在橫濱這個大型消費地生產花卉，我們的優勢就是提供消費者最新鮮的花。希望大家購買橫濱生產的康乃馨，享受更久的陪伴。」

埼玉縣鴻巣市 全心全意栽培的大輪大理花

鴻巣市是全日本知名的花卉產地，傳承第四代的花農相上智和（45歲）生產了大理花到市場以因應母親節需求。

六年前，相上先生為了做到差異化，開始配合「母親節」來栽培大理花。現在栽培的是「Labella Grande」品系的Caramel、Coral品種以及數種「Labella Medio」的品種。「母親節」前是出貨高峰，到梅雨季結束預定會出貨盆苗和盆花約3萬株。

每年從二月開始為期三個月左右，必須徹底執行溫度控制，從花苗開始傾注全力栽培。期間日照時間較短的二個月，夜間必須點燈促進生長。大理花是比較不怕病蟲害的花種，可是由於今年氣溫持續偏高，首次出現了白粉病，不過相上先生仍然拍胸脯保證「今年品質超好」。新建的溫室鋪設高透光性的樹脂膜「F-CLEAN」，大理花沐浴在充足的日光下長得又大又美。

相上先生也是次世代花卉生產者團體「鴻巣 Flower Next Generation」的一員，他表示：「如果大理花能夠成為母親節新的代表花卉就太棒了！我們全心全意栽培出來的鮮花，希望大眾都能欣賞。」

神奈川縣伊勢原市 花色豐富的康乃馨 面對「母親節」需求，伊勢原市「藤棚園」的康乃馨進入出貨高峰。「藤棚園」的康乃馨花莖挺直，外觀良好，購買的客人都給予好評。到五月底為止將出貨12萬枝到縣內市場和湘南農協直賣所。

園主熊澤信章（62歲）在13公畝的溫室種植了十六種康乃馨，包括紅色單朵的「Osborne」、黃綠色多朵的「Green

Monster」、橘色優雅的「Aira」等，提供多品種多樣性的康乃馨，滿足消費者廣泛的需求。

「藤棚園」栽培康乃馨時會配合花莖的生長，上調矯正用的花網，以便種出直挺挺的切花。另外也使用 LED 燈防止害蟲接近葉片產卵，減少昆蟲食害，提高花卉品質。

熊澤先生幹勁十足表示：「由於五月需求特別大，我們將投入更多心力進行採收作業。今後也將檢討栽種品種、定植時期等以因應高溫天氣。」



「藤棚園」的康乃馨

母親節花禮以康乃馨為主，色彩選擇豐富

因應「母親節」送禮需求，日本各家連鎖花店展開促銷活動。宣傳上以康乃馨為主，再搭配種類豐富、色彩繽紛的花材和包裝資材，另外也有友善環境的商品和捐款做善事的商品等，可望帶動切花買氣。

友善環境，捐款增加附加價值

「青山花市」推出種類豐富的商品，可以任選花卉和色彩搭配來表達感謝之意。花束包裝除了紙之外還加上荷葉透紗裝飾，展現溫柔氛圍。此外也有花藝商品和從市場直送的繡球花盆栽等可以選擇。



青山花市推出用具透感的褶邊和紙包裝的花束與花藝品

「日比谷花壇」首次推出日本國產鮮花花束和甜點的組合商品，以及日本國產大輪玫瑰製成的永生花。考量到環境問題，店頭限定花禮決定改用紙製包裝。沒有花瓶也可以擺飾的花束商品「chouchou fleur」有 3,000 和 5,500 日圓兩種可選擇。

網路花店「鮮花邱比特」則推薦康乃馨、玫瑰和百合等。人氣商品包括五彩繽紛的康乃馨花藝商品（4,400 日圓，手續費另計）、粉紅色的百合花束等。

「第一園藝」推出捐款活動，只要上網購買康乃馨和洋繡球，就透過國際 NGO 組織每盆捐出 100 日圓。希望藉著這個同時可以援助世界兒童的特別花禮，向母親傳達感謝之意。

六成母親節禮物花費 4,999 日圓以下，1 萬以上的比例達近年最高

「母親節」送禮的預算呈現兩極化。根據日比谷花壇所做的調查，預算在 4,999 日圓以下的比例是 57.1%，較前一年增加 2.6%，而預算在 1 萬日圓以上的比例達 9%，是近三年最高。

調查在二、三月時進行，獲得 1,791 位「母親節」要送禮的人和 588 位會收禮的人回答。占比最高的禮物價格帶是 3,000 ~ 4,999 日圓的 37%，其次依序是 5,000 ~ 6,999 日圓 26%，3,000 日圓以下 20.1%。

收禮者會感到高興的禮物以花卉 62.4% 最多，其次是美食、甜點 15%。向母親表達感謝的方式以「親自見面」占過半比例。

關於送禮是否要考量環保與社會責任，約有七成的人回答「希望如此」。受訪者表示，希望禮物具備可以長久賞玩、包裝簡易、使用再生素材等條件，日比谷花壇認為，從調查結果可以看出環保意識已經深入大眾心中。



日比谷花壇花束商品「chouchou fleur」

以點綴日常的花卉送別摯愛

當季鮮花把對故人的思念留在生活裡

日期：2025/4/18

資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

葬儀用鮮花市場發生了變化。新冠疫情促使葬禮型態更趨向小型化、簡單化，而且更傾向於配合故人生前的個性。估算一年約 2,000 億日圓規模的葬儀鮮花需求變得多樣化，除了輪菊等傳統祭祀花卉之外，洋菊和染色花等花色豐富的花材也受到矚目。連鎖花店業者在設計葬儀鮮花佈置時變得更有彈性，也會使用西洋花類，希望家屬在葬禮結束後有機會成為花店客人。

重視故人生前個性

「日比谷花壇」的設計提案特別重視當季鮮花，理由是「家屬若在路旁花店看到葬禮上使用的鮮花便會想起故人」，希望到時候家屬能夠走進花店買一束當季鮮花，不要忘了故人。花店裏擺放的各式各樣品項當中，葬禮也可以使用的花材除了白色和淺色的玫瑰、滿天星、洋桔梗之外，還有季節性花卉如淡藍色的飛燕草和白色的虎頭蘭等。

之所以積極使用西洋花類也是因為想要突顯故人的個性。日比谷花壇的榎本泰士指出疫情前後的變化：「疫情後，親屬特別希望葬禮上與故人告別的時間充足一點。」有一次業者從家屬那裡了解到故人生前非常以自己的母校為榮，因此葬禮上特別用鮮花祭壇表現出校旗的顏色以強調這點。

利用染色花滿足客戶

如果距離告別式或追思會等舉辦的日期還有一段時間，也可能會利用染色技術做出客戶想要但難以大量進貨的花色。根據大田花卉「花之生活研究所」，鮮花染色技術約從 2016 年開始確立，桐生進所長表示，因應葬儀需求，可以用白色花材染成薰衣草色或淡藍



花店店面陳列了在葬禮上也可使用的花卉（東京都千代田區）



家族葬上的花祭壇，可以使用讓人想起逝者的鮮花或逝者喜歡的花色

色來使用。日比谷花壇也會把具有高級感的蝴蝶蘭染成淡藍色或粉紅色，希望透過染色技術在色彩方面完成故人或家屬的心願。

簡化後葬禮價格仍然上漲

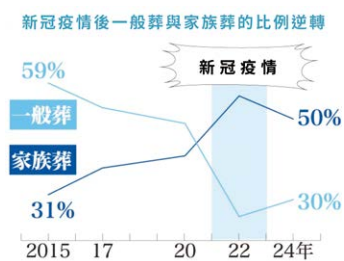
由於疫情期間限制行動等因素，葬禮規模隨之縮小，家族葬和一日葬等變得普及。以往都是用菊花等大量鮮花做出祭壇輪廓，隨著舉行葬禮的空間縮小，愈來愈多葬禮改成具有設計感的祭壇並增加洋菊的使用。

如今不拘形式的葬禮逐漸普及，針對都會地區葬儀日益簡化，關於未來葬儀事業的展望，日比谷花壇的榎本先生表示：「我們還在研究，只舉行火葬儀式的直葬方式，是否可以把棺木內側裝飾成祭壇的模樣。」該公司在盡心陪伴故人與家屬的同時，也針對祭壇以外的鮮花使用積極提出建議。

大田花卉之花之生活研究所針對 2023 年的葬儀鮮花需求，試算出大約是 1,964 億日圓的金額。即使把物價上漲因素考量進去，桐生所長仍認為：「葬禮價格在這一、二年一直上漲。對於人生最後的告別儀式，大家都抱持較寬容的態度，『價格上漲也沒辦法』。」

記者所見

從疫情期恢復到正常生活後，社會大眾已能接受簡化的葬儀形式。需求變的多樣化，而且趨向尊重逝者的個性。鮮花祭壇除了傳統的和式花卉，也開始使用西洋花類，以便在形態、色彩、香氣方面彈性應對各種需求。除了祭壇之外，棺木上裝飾花束、設置專區展示故人遺物等也都被視為葬儀的表現方式。鮮花可以陪伴家屬，即使形狀改變也會成為重要素材持續停留在記憶中。



日本花卉市場預測：2025 年 6 月

日期：2025/5/15
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（第一花卉）

6 月是 5 月的端午節句、母親節，以及近年連假期間母親節掃墓等需求高峰期之後的銷售階段。

輪菊 以愛知、茨城、栃木為主。來自宮城、秋田等高冷地的品項也開始出貨，到貨量的多寡將左右市場行情。

多花菊 以愛知、群馬、栃木產為主。從中旬至下旬轉換為夏季品種，雖然要視天候狀況而定，但進貨量可能略有增加。

小菊 沖繩的產季進入尾聲，產地漸轉為茨城、福島、秋田、岩手。希望能擺脫從春分以來的市場低迷。

玫瑰 以愛知、群馬、山形產為主，預計到貨量與往年相當。期盼能有婚禮需求。

洋桔梗 主要來自千葉、愛知、靜岡。市場價格相對穩定，福島、山形的出貨可能從下旬開始。

對所謂的「節日」需求期，產地充滿期待，但今年 3 月的銷售究竟如何？5 月的銷售會是怎樣？與其患得患失，不如思考「我們該怎麼做？希望是怎樣？」而不是「結果如何」。產地方面雖然努力以良好品質出貨，但如果在非需求期價格偏低，而明確有需求的期間，無論品質如何，價格卻偏高，這樣的情況恐導致生產者持續減少。

希望所有與花卉相關的產業人士，能創造更多使用花卉的機會，即使在 6 月有父親節與婚禮等所謂的需求期之外，也能有良好的銷售表現。

大阪切花（NANIWA 花市場）

輪菊 4 月中旬到貨量集中，但整體仍較往年略少。葬禮相關與量販通路的需求不振，市場行情偏軟。6 月適逢品種轉換為夏菊的時期，預計「精之一世」的第一波出貨高峰將出現在第二週至中旬，因沒有明顯的大型需求，行情預期如往年疲軟。

多花菊 6 月西南暖地的部分產地進入尾聲，高冷地的出貨開始。預計上旬進貨量稍少，但中旬至下旬將逐漸增加。

小菊 4 月黃色系品種到貨充足，缺乏顯著需求，行情略為疲軟。6 月沖繩產量回落，主要改由奈良出貨。現階段生長順利，預估各色品種的供應量充足。

玫瑰類 4 月進口商的出貨量回落，日本國產貨的需求強勁，部分的週末活動也帶動銷售，市場行情相對穩健。6 月預期以山形產為主的高冷地供貨將集中，各產地供應穩定。從上旬至中旬，除了婚禮訂單外，父親節的黃橙色系品種的訂單也可期待。

康乃馨類 4 月上旬至中旬業務需求遲緩，整體訂單量較往年少，市場行情偏弱。下旬起，因應母親節商機，訂單逐漸活絡，行情回升。6 月西南暖地出貨進入尾聲，轉由高冷地出貨，預計上級品為主的供應量將相當充足。

鐵砲百合 6 月高知、鹿兒島產出貨接近尾聲，高冷地供貨尚未接上，預計到貨量偏少。

LA 百合 6 月以埼玉、新潟產為主，預計整月供應充足。

滿天星 6 月以和歌山產為主的西南暖地供應進入尾聲，轉由高冷地出貨。預計上旬至中旬為供應交替期，到貨量少。

洋桔梗 6 月西南暖地的第二批花與高冷地的首批出貨重疊，預期到貨穩定。

星辰花 6 月和歌山出貨結束，轉為北海道、長野等高冷地供應，以上級品為主，預期行情回升。

非洲菊 6 月各產地正式進入改植期，預期整體供應量將減少。

東京盆栽（東京砵花卉園藝市場）

由於米、汽油等各類物價高漲，以及美國相互徵收關稅所帶來的前景不安，消費者對花卉的支出明顯減少。此外，在生產者的經營方面，資材、人力等生產成本的負擔增加，但又難以反映在銷售價格上，導致經營壓力加劇，物流環境也變得嚴峻，有些經營赤字的路線甚至無法集貨，進而導致到貨量減少了約 10%。

天候方面，經歷了春寒後迅速變為夏日天氣，氣候變化無常，影響了消費者的購買意願。雖嘗試建立新的銷售模式、舉辦促銷活動，但維持現有銷售水準就已經是極限。

在這種情況下，從品項來看，4 月份觀葉植物依然維持良好銷售。由於商業設施普遍以觀葉植物作為展示，營造出更高質感的空間，讓一般家庭也開始將觀葉植物作為室內裝飾的一部分，形成穩定需求。

蝴蝶蘭方面，因應會計年度交替需求，多依照去年的實績去預購，因此市場仍保有一定數量。

觀葉植物因需求強勁，提前出貨的情況持續，樹幹類等需較長生長期的品項將供貨不足。

花壇苗方面，具備耐暑性與持續開花特性的專利品種正在供應。但單價較高，因此向來店顧客傳達其與價格相應的優點是銷售關鍵。希望能讓更多人體驗到成功的園藝樂趣，作為園藝愛好者持續消費下去。

在商業設施內，在非花卉專區也有販售苔球造景，甚至舉辦手作體驗活動。而在販售觀賞魚的寵物店內，也展示著生態缸（Paludarium），並販售如迷彩粗肋草（Aglaonema pictum）等高價、面向興趣玩家的植物。可見園藝業界仍有不少機會。

西日本盆栽（大阪植物交易所）

今年即使到了四月，整體銷售情況仍然低迷，市場狀況十分嚴峻。從年初開始買氣就不佳，加上各項經費上漲，許多生產者大幅減少種植面積，導致市場的進貨量遠低於往年水準。

母親節相關商品方面，預購的商品非常有限。未來不僅是母親節，整體前景仍然難以預測。然而在這之中，觀葉植物相較花苗等商品，其價格尚未大幅下滑。隨著旺季即將來臨，期盼能帶來較活絡的市場動態。

近年來，不僅限於園藝業，自新冠疫情以來，生活型態改變，人們的興趣與嗜好也日益多樣化，如今已到了必須思考如何讓整個產業重新活化的時機。

生產者也不再只是單純「種出商品」，在技術普及的今日，只要苗的品質沒有問題，基本上每個人都能培育出一定水準的產品。

若要確實推動銷售，必須維持甚至超越滿分品質，這樣才能建立品牌力、獲得信賴，無論身處什麼銷售位置都能成功販售。此外，隨著產業世代交替，即使是業內人士也有人了解花名或栽培方式，因此有必要重新認識「花育」的重要性。

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2025年5月1日~5月31日)

2025 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	10,500	116,800	10,965	94,905	-	24,210
	均價	¥210	¥110	¥187	¥108	-	¥119
	高價	¥580		¥402		¥219	
	中價	¥135		¥219		¥151	
蝴蝶蘭	枝數	20,386	37,607	13,388	49,537	4,415	10,932
	均價	¥479	¥360	¥396	¥354	¥274	¥345
	高價	¥1,123		¥940		¥75	
	中價	¥452		¥638		¥32	
火鶴	枝數	38,354	59,257	2,052	86,593	-	19,833
	均價	¥184	¥106	¥184	¥84	-	¥110
洋桔梗	枝數	492,542	7,260	330,004	12,740	92,635	-
	均價	¥182	¥23	¥178	¥34	¥254	-
	高價	¥458		¥533		¥529	
	中價	¥200		¥406		¥276	
劍蘭	枝數	213,495	-	80,096	-	213,495	-
	均價	¥45	-	¥37	-	¥53	-
	高價	¥110		¥114		¥130	
	中價	¥51		¥90		¥52	
玫瑰 (單朵)	枝數	1,126,296	329,862	674,373	125,338	122,679	16,990
	均價	¥99	¥67	¥85	¥67	¥121	¥107
玫瑰 (多花)	枝數	479,531	23,733	341,083	34,480	43,610	1,400
	均價	¥120	¥82	¥98	¥59	¥158	¥108
康乃馨 (單朵)	枝數	1,116,859	1,783,559	999,924	1,102,541	294,241	125,895
	均價	¥66	¥55	¥55	¥46	¥57	¥59
康乃馨 (多花)	枝數	917,568	581,707	587,038	619,812	276,095	83,190
	均價	¥54	¥29	¥53	¥27	¥64	¥47

2025 5月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥155	¥117
文心蘭	¥181	¥128
玫瑰(ST)	¥158	¥73
康乃馨	¥63	¥44

2025 5月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	-	-
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,063	¥3,242
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥20,192	¥6,708
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2025年5月1日~5月31日)

2025 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	150	15,740	345	42,520	301	16,900	5,200	42,530
	均價	¥161	¥91	¥341	¥96	¥264	¥91	¥164	¥113
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	756	5,048	7,616	15,610	2,384	11,920	9,521	15,708
	均價	¥183	¥173	¥455	¥380	¥443	¥487	¥306	¥503
	高價	¥479							
	中價	¥209							
火鶴	枝數	-	676	2,435	31,115	160	386	20	50,704
	均價	-	¥100	¥223	¥156	¥139	¥106	¥280	¥98
洋桔梗	枝數	50,365	-	122,714	1,600	32,648	-	152,888	-
	均價	¥182	-	¥160	¥25	¥197	-	¥181	-
	高價	¥380		¥400		¥394		¥429	
	中價	¥217		¥200		¥184		¥204	
劍蘭	枝數	26,430	-	21,730	-	7,510	-	29,540	-
	均價	¥34	-	¥64	-	¥30	-	¥46	-
	高價	¥86		¥115		¥117		¥98	
	中價	¥38		¥72		¥51		¥51	
玫瑰 (單朵)	枝數	81,749	120	477,694	46,075	76,066	17,340	277,032	12,357
	均價	¥88	¥69	¥77	¥62	¥75	¥48	¥100	¥101
玫瑰 (多花)	枝數	50,354	2,250	127,336	5,560	34,958	1,110	153,895	2,060
	均價	¥125	¥70	¥102	¥70	¥103	¥38	¥124	¥103
康乃馨 (單朵)	枝數	54,249	101,494	521,035	218,378	61,385	90,040	182,027	185,127
	均價	¥52	¥55	¥47	¥43	¥50	¥51	¥59	¥65
康乃馨 (多花)	枝數	145,721	53,910	323,000	160,070	154,035	40,975	229,080	62,435
	均價	¥50	¥36	¥44	¥21	¥55	¥50	¥57	¥49

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

台灣五大花市 花卉交易價量

交易日期：114/05/01 ~ 114/05/31（農曆:114/04/04 ~ 114/05/05）

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

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	110年		111年		112年		113年		114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	15,773.2	日本	12,717.6	日本	13,560.0	日本	12,851.9	日本	3,738.1
	2	香港	181.7	香港	176.3	香港	237.5	荷蘭	261.4	荷蘭	92.4
	3	荷蘭	154.6	澳大利亞	106.8	荷蘭	100.9	美國	194.2	香港	69.6
	4	澳大利亞	149.1	荷蘭	57.1	澳大利亞	99.2	澳大利亞	187.1	澳大利亞	63.1
	5	美國	99.2	美國	34.4	美國	92.7	香港	177.6	美國	39.7
	6	中國大陸	89.0	新加坡	32.0	澳門	56.5	阿拉伯聯合大公國	64.8	阿拉伯聯合大公國	26.3
	7	新加坡	36.1	澳門	30.9	新加坡	38.2	澳門	61.1	澳門	20.6
	8	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	46.3	新加坡	12.9
	9	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	沙烏地阿拉伯	10.5	中國大陸	5.3
	10	澳門	15.4	中國大陸	7.4	比利時	12.0	菲律賓	7.0	馬來西亞	4.6
	11	加拿大	7.3	關島	4.0	紐西蘭	9.9	關島	6.8	德國	3.1
	12	大韓民國	4.3	紐西蘭	2.6	關島	8.3	加拿大	4.3	沙烏地阿拉伯	2.5
	13	關島	3.0	加拿大	2.4	馬來西亞	3.2	馬來西亞	3.8	關島	1.8

蝴 蝶 蘭 切 花	年別	110年		111年		112年		113年		114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	13,837.4	日本	15,483.0	日本	15,885.7	日本	15,368.9	日本	5,504.6
	2	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	1,461.4	澳大利亞	494.8
	3	美國	325.3	美國	434.6	美國	432.5	美國	442.0	美國	142.7
	4	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	359.7	阿拉伯聯合大公國	136.3
	5	泰國	133.0	泰國	219.4	泰國	174.1	新加坡	150.5	新加坡	47.8
	6	科威特	116.8	科威特	97.9	新加坡	90.3	泰國	101.9	澳門	26.0
	7	新加坡	76.3	馬來西亞	80.3	科威特	72.9	澳門	62.2	泰國	19.6
	8	加拿大	59.2	新加坡	76.6	香港	54.2	科威特	41.2	沙烏地阿拉伯	12.3
	9	越南	46.3	沙烏地阿拉伯	46.3	沙烏地阿拉伯	47.8	沙烏地阿拉伯	30.9	科威特	8.0
	10	馬來西亞	36.6	香港	45.2	澳門	45.1	印尼	21.5	香港	4.0
	11	香港	34.1	大韓民國	34.0	馬來西亞	27.7	卡達	16.1	阿曼	3.9
	12	沙烏地阿拉伯	30.0	澳門	22.3	法國	13.4	香港	15.3	印尼	1.3
	13	澳門	20.3	越南	21.4	巴林	4.6	大韓民國	6.2	巴林	0.7

火 鶴 切 花	年別	110年		111年		112年		113年		114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	2,553.3	日本	2,918.2	日本	3,021.6	日本	3,454.8	日本	842.0
	2	澳大利亞	237.8	澳大利亞	222.3	澳大利亞	191.2	澳大利亞	206.1	澳大利亞	70.2
	3	香港	43.1	香港	45.2	新加坡	39.4	新加坡	75.1	新加坡	28.1
	4	新加坡	20.5	阿拉伯聯合大公國	34.2	美國	34.9	美國	57.0	美國	15.7
	5	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	21.4	沙烏地阿拉伯	7.8
	6	美國	6.1	關島	11.2	阿拉伯聯合大公國	23.6	關島	13.6	阿拉伯聯合大公國	7.0
	7	關島	6.0	卡達	4.3	澳門	20.5	泰國	11.3	關島	5.7
	8	澳門	4.3	澳門	3.8	關島	13.2	香港	8.3	泰國	3.7
	9	沙烏地阿拉伯	3.9	泰國	0.3	泰國	11.5	卡達	5.5	香港	3.2
	10	巴林	1.1	巴林	0.2	卡達	1.3	澳門	3.8	卡達	1.4
	11	泰國	0.5	印尼	0.1	巴林	0.8	馬來西亞	0.3	阿曼	1.3
	12	卡達	0.4	馬來西亞	0.1	馬來西亞	0.7	加拿大	0.1	巴林	0.2
	13	荷蘭	0.3			加拿大	0.1	菲律賓	0.04	加拿大	0.14

製表日期：2025/06/09

資料來源：農業部

資料彙整：台灣花卉輸出業同業公會

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	71.3	135,518	57.2	31,235	60.5	41,609	60.5	43,554	62.9	59,174
FB火鶴花	9.0	273,408	8.2	99,709	9.1	106,685	8.0	135,247	8.8	81,397
FC大菊	82.7	90,032	47.5	35,576	61.6	101,652	65.5	57,856	62.3	71,684
FD小菊	66.9	124,739	34.9	33,022	48.3	117,168	45.7	77,469	47.4	92,905
FE非洲菊	42.4	100,379	30.0	33,074	29.0	66,517	32.0	63,768	32.1	74,633
FG劍蘭	71.6	8,722	32.1	1,506	50.0	11,798	49.8	16,417	56.8	16,432
FH101天堂鳥	115.4	2,677	60.0	853	69.0	989	67.9	603	66.0	1,486
FH230夜來香	60.2	3,589	44.6	220	48.9	347	49.8	757	54.8	461
FH251秀線	36.4	7,211	24.4	4,077	31.0	8,790	27.8	6,022	33.2	6,545
FH29向日葵	61.3	22,914	44.7	6,524	46.3	10,102	39.2	7,686	41.2	10,531
FH330雞冠花	61.9	8,324	41.8	3,053	38.1	4,885	38.2	7,412	41.1	6,466
FH381麒麟草	27.5	31,266	18.3	10,897	18.8	26,520	24.5	17,896	20.1	17,022
FL姬百合	44.1	10,372	42.2	3,253	35.8	3,309	33.9	3,686	41.4	3,035
FM重瓣百合	167.8	16,463	119.2	2,617	107.9	3,227	93.1	2,884	132.2	3,202
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	78.7	8,782	7.3	15,210	7.1	20,660	32.2	5,069	7.3	32,010
FO006 腎蕨蘭 深紅色	36.7	351	5.6	1,650	5.1	1,130	35.2	92	8.2	310
FO027 萬代蘭 巨輪紫	33.4	8,560	27.0	1,134	13.5	1,082	22.0	1,711	18.2	1,532
FO331 大文心蘭	67.0	180	64.0	21	49.7	121	-	-	-	-
FO335 檸檬綠文心蘭	102.3	23,588	92.1	4,521	83.0	14,917	80.5	8,805	88.9	8,405
FO336 文心蘭 太陽之子	81.1	799	33.6	28	63.2	34	-	-	71.6	44
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	30.1	27,570	22.3	80	51.2	60	48.0	60	53.5	580
FR玫瑰	196.4	82,130	152.0	17,700	132.1	19,665	137.3	12,306	136.9	17,446
FS香水百合	127.9	209,002	110.2	58,984	108.1	111,378	109.9	119,456	118.2	111,757
FT鐵砲百合	44.4	8,639	36.6	3,960	37.1	2,884	32.2	3,572	28.5	4,780
FU洋桔梗	115.9	126,303	79.3	27,599	86.7	25,924	88.5	28,782	86.8	26,604
FW4卡斯比亞	43.9	18,728	31.3	5,551	45.3	6,376	31.8	7,306	37.8	5,339
FW5滿天星	72.8	4,322	70.0	4,645	70.4	5,393	66.2	2,834	66.5	3,228
FY004 黃椰心	123.6	7,670	87.0	5,792	81.7	18,887	99.3	10,245	106.1	10,891
FY009 電信蘭	65.4	12,541	31.1	6,704	65.7	16,320	85.7	12,420	68.0	9,600
FY050 山蘇葉	18.8	4,320	18.1	3,275	17.7	1,637	16.1	2,692	20.7	1,093

BLOOMING

KEEP

用心相待 時刻傾聽
與花共舞 同您並進

誠信共榮為基石

理念堅持的品質

出色專業之服務

洞悉市場與趨勢

