

# 台灣花訊

Taiwan  
Floriculture  
News

2024年 第8號



台灣花卉輸出業同業公會  
Taiwan Floriculture Exports Association

發行

[www.tfea.org.tw](http://www.tfea.org.tw)

414台中市烏日區健行路826號



電子版

· 拍攝地點：雪梨花市/雪梨盤商擺放台灣生產的蝴蝶蘭切花



綜觀澳洲蝴蝶蘭切花市場所面臨的挑戰  
枝材的機會與課題  
園藝產業該如何應對越來越長的夏季？

# 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 8 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 綜觀澳洲蝴蝶蘭切花市場所面臨的挑戰
- 7 荷蘭花卉與植物產業展現韌性
- 8 婚禮預算趨勢分析
- 9 枝材的機會與課題
- 12 園藝產業如何應對越來越長的夏季？
- 13 除了推出符合時代需求的花卉品種 促銷活動也不可少！
- 14 面對物流的考驗 花卉市場須檢討出貨流程
- 15 花市為MPS認證花卉設置專用拍賣軌道
- 16 探討花卉產業永續形象趨勢與發展

### 智慧農業應用專欄

- 20 不會碎裂的玻璃，先進溫室披覆體新趨勢！
- 21 環保插花海綿即將翻轉花藝產業
- 24 2024殯葬產業展
- 26 被賦予故事性的鮮花祭壇

### 市場行情

- 29 日本花卉市場預測：2024年8月
- 32 日本花市七月份行情
- 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  |  |

## 綜觀澳洲蝴蝶蘭切花市場所面臨的挑戰

皇基股份有限公司 王柏荃



### 澳洲墨爾本國際花卉與園藝展：探索墨爾本居民的花卉偏好

在 2024 年 3 月，筆者有幸與花卉輸出公會一起參加了墨爾本國際花卉與園藝展。這次展覽主要面向一般消費者（B2C），旨在推廣花卉和園藝產品。展會內容豐富，鮮切花花卉舉辦花藝師的花藝比賽、婚禮鮮花布置、以及開放給民眾購買花束和捧花。而園藝部分則側重於家庭園藝資材和盆栽植物的銷售。

展覽會強調環境保護和友善資材的使用。本次展覽中，獲得評審團高度讚揚的產品是一系列的種子炸彈，這些產品由澳洲黏土、澳洲堆肥和本土種子製成，涵蓋多種品



種。這顯示出當地居民對本土廠商產品的特別喜好，也暗示了進口花卉若能強調碳足跡和永續性生產等方面的優勢，將更容易吸引客戶的注意。

### 澳洲市場全景：蝴蝶蘭的輝煌與挑戰

台灣出口至澳洲的主要花卉品項包括蝴蝶蘭、文心蘭、火鶴花及其他多種花卉。在這篇文章中，我們將重點探討蝴蝶蘭市場。由於澳洲檢疫要求相對嚴格，切花的後處理業者需要投入更多心力，尤其是對於文心蘭這類分枝多且栽培時環境處於半開放類型溫室的花卉，通常需要進行燻蒸處理。

澳洲市場主要分為東岸（墨爾本、雪梨）與西岸（珀斯）。西岸進口商和盤商較少，市場相對單純。東岸的墨爾本和雪梨因市場相近，特性相似，進口產品後可輕易移至另一市場。東岸盤商眾多，競爭激烈，進口商和盤商之間的界線越來越模糊，幾乎所有盤商都有能力自行進口產品。玫瑰等需求量的品項，大部分盤商都會自行下單；蝴蝶蘭等高單價產品不論是透過進口商，或是透過某個盤商，只要價格合理，其他盤商也願意跟該公司下單。



總體而言，市場在價格上仍有明顯分界，尚未因盤商兼任進口商而出現價格利潤空間嚴重壓縮的情況。

### 市場變遷與挑戰：數據揭示背後挑戰

台灣蝴蝶蘭切花出貨澳洲的金額從 2019 年的 2 千 7 百萬台幣，因疫情影響在 2020 年降至 2 千 6 百萬台幣左右，到 2022 年增至約 7 千萬台幣，但 2023 年疫情後需求減少至約 5 千 3 百萬台幣（資料來源：農業部農業統計資料）。根據澳洲統計局數據，2019 年澳洲進口各類切花總額約為 4 億澳元，到 2020 年略降至 3.8 億澳元，2021 年回升至 4.2 億澳元，2022 年達到 4.5 億澳元。

疫情後，澳洲同樣受到通貨膨脹衝擊，根據 ABS (Australian Bureau of Statistics) 的資料顯示，2019 年到 2024 年間，澳洲的通膨增長 3.6%，進一步壓縮家庭的可支配收入。澳洲儲備銀行 (Reserve Bank of Australia) 的現金利率目標在 2024 年達到 4.35%，高利率增加了借貸成本，進一步削減了可支配收入。從花卉進口商與盤商的角度，澳洲工作假期員工的時薪從約 25 澳元增加至 31.5 澳元，一般正職員工時薪則達 40 澳元以上。

筆者於 2024 年 3 月拜訪墨爾本與雪梨市場，蝴蝶蘭終端售價中輪異色花約 16.5 澳元 / 支，小輪花約 10 澳元 / 支，整箱蝴蝶蘭的終端售價約 150-160 澳元 / 箱。近期因澳洲市場供過於求，逐漸轉變成買方市場，台灣業者面臨較大壓力，進口商會優先選擇價格較低的產品。台灣供應商約有七家，如何在買方市場中維持產品利潤與競爭力，將是最大的考驗。



### 新型產品需求：市場趨勢與機會

澳洲市場早期主要以白花和染色花為主，且染色風格偏向淡色。近期流行趨勢轉向自然色花的蝴蝶蘭切花，這些花卉需要花絮整齊、花色鮮艷、瓶插耐度佳（進口商期望 3-4 週）的品種。色花切花栽培期較長，單次種植數量少，成本較高，但若市場願意接受較高價格，短期內生產者應能負擔。

噴漆類型的產品雖然單價高，但仍有一定需求，整體使用率相對較低。

### 品牌認知：從供應商品牌到當地品牌

早期台灣業者以供應商品牌為主，隨著進口商和盤商之間競爭加劇，客戶需求改變，部分台灣業者將切花紙箱包裝改為進口商或盤商的紙箱。這樣做的好處是可以逐漸將蝴蝶蘭的品牌認知轉移至當地進口商，擴大鋪貨範圍。缺點是紙箱成本增加，訂單文書作業也會變多。台灣業者在品質控管上需要更加嚴謹，若出現品質問題，將影響進口商和盤商的聲譽。



另外，也有更多業者將合作重心放在與進口商或盤商的合作，舉辦婚禮、活動等切花推廣贊助活動。不論哪種方式，對澳洲客戶而言，來自台灣機場的蝴蝶蘭切花依然是重要的花卉來源。

### 海運貨櫃的挑戰與機遇：空運與海運的選擇

時間推回到 2022 年，疫情導致空運費急遽攀升，台灣業者改以海運貨櫃的方式出貨，船期約 20 天。結果顯示在合理溫度與濕度條件下，蝴蝶蘭以海運運輸品質可行。

然而，2024 年 3 月拜訪時，由於市場需求減少且空運費用較疫情期間有下降，客戶大多改回空運，除了價格以外，空運的出貨彈性與銷售壓力較低。

### 作業系統革新：提高效率的新途徑

在資訊化時代，好的接單平台與正確的資料庫介接 (API) 可大幅減少文書作業時間。目前澳洲市場主要使用的系統平台約四種，包含美國常見使用的 QuickBooks，當

地業者大多使用一到兩套系統。然而，對於接單環節，許多盤商仍然依賴傳統的手寫單和 Excel 資料登打。更好的下單、庫存和會計平台將有助於提升台灣業者對應澳洲市場的運輸接單效率。檢疫貨實際出關的時間點是影響庫存準確性的重要因素。



### 總結與未來展望：迎接挑戰與機遇

台灣業者於 2022 年在澳洲市場的蝴蝶蘭切花出貨達到史上最高的七千萬台幣，如何在全球經濟不景氣的情況下，持續深化澳洲市場對熱帶花卉的使用習慣與流行，將是所有台灣業者共同的課題。

從上述分析來看，疫情後的通貨膨脹是台灣業者與澳洲業者最主要的挑戰。台灣業者在蝴蝶蘭品質上已達到瓶插耐度 3-4 週的水平，未來的競爭將集中在生產成本、企業經營效率、新產品開發速度、更多花色選項及資料系統化等方面。只有在這些方面持續創新和改進，才能在競爭激烈的市場中立於不敗之地。

## 荷蘭花卉與植物產業展現韌性

日期：2024/7/10

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

根據 Wageningen 研究中心 (WUR) 的資料，荷蘭的花卉與植物產業在 2024 年的 1~5 月與 2023 年同期相比成長了 3%。儘管產量減少了，但由於價格上漲的關係，荷蘭種植的切花拍賣量增加了將近 7%。由於價格上漲的關係，室內植物銷售額小幅成長 0.7%，而花園植物的銷售量在 4 月強勢開局後成長了 0.6%。該產業已經適應不斷變化的環境和貨運的挑戰。

### 花卉與植物外銷

根據 Floridata 幫花卉產品批發商協會 (VGB) 調查的資料，2024 年 1~5 月花卉和植物出口量與 2023 年同期相比成長了 3%。4 月大幅成長了 10%，而 5 月則下降 4%。英國新的植物檢疫規定和非洲的貨運問題影響了市場，但各國的情人節、婦女節、母親節等節日仍強烈地刺激著需求。

### 切花交易狀況

2024 年的前 5 個月，荷蘭切花拍賣成交量成長近 7%，達到近 9.75 億歐元。成長的主要原因是產品的價格上漲，鬱金香的銷量減少，但價格上漲彌補了這一部分的短缺，菊花和牡丹也對營業額的成長做出了貢獻，銷量和價格都大幅上漲。



### 室內植物交易狀況

2024 年前 5 個月，透過 Royal Flora Holland 拍賣市場的交易，來自於荷蘭的室內植物成交額略高於 2023 年同期，成長 0.7% 至 8.52 億歐元。儘管銷售數量略有減少，但平均價格上漲了 1%，部分植物的供應量減少，但蝴蝶蘭和盆栽玫瑰等熱門產品仍受惠於 5 月的母親節。

### 花園植物交易狀況

在 Royal Flora Holland 拍賣市場中，荷蘭花農種植的花園植物營業額在 4 月份成長了 15% 以上，但在 5 月有點下降。累計 1~5 月的拍賣成交額成長 0.6%，成交數量增加，但價格略為下降。4 月份，薰衣草、天竺葵和花壇植物受益於較高的銷售量，5 月份多變的天氣和恰逢假期，導致供應量和成交量雙雙下降。

本篇圖片來源：<https://agrimatie.nl/NieuwsDetail.aspx?itemid=7978&subpubID=2232>

## 婚禮預算趨勢分析

日期：2024/5/17

資料來源：<https://www.rioroses.com>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

### 整體婚禮消費趨勢

根據婚禮顧問公司網站 The Knot 的統計，去年婚禮和宴客合計的平均費用約為 35,000 美元。這表示新人願意在這特別的一天投資多少費用，了解整體的預算將有助於與新人以及婚禮顧問溝通與工作。

### 數位化對婚禮規劃的衝擊

您是否知道 76% 的新人使用線上資源來規劃他們的婚禮？這意味著大多數的潛在客戶都在網路上尋找創意和供應商，這當然包括鮮花。確保充分的線上曝光率對吸引這些精通科技的新人至關重要。

### 花卉預算分析

平均來說，新人在婚禮花卉佈置上花費約 2,200 美元。該金額通常佔婚禮總預算的 8-10% 左右。然而，花卉佈置預算可能從 500 美元到 3,500 美元不等，甚至更多，具體取決於花卉的類型以及新人在這特殊日子想要佈置的數量。

### 花卉預算的清單



本篇圖片來源：<https://www.rioroses.com/2024-WEDDING-SPENDING-TRENDS-KNOW-THE-NUMBERS-TO-BETTER-SERVE-YOUR-CLIENTS/>



新人花在花卉佈置的預算通常會超過原先計劃的 17%。花卉佈置會分成 4 個部分：結婚儀式、婚禮宴會、雞尾酒會與工作人員用花（例如花束與胸花）。2023 年，每場婚禮的平均使用的鮮花數量從 561 枝提高到 668 枝。

### 不同季節的訂購趨勢

四月、五月和六月是預訂婚禮花卉最受歡迎的月份，其次是九月和十月。新人通常會在婚禮前的 5.7 個月預訂花卉。

### 聚焦在婚宴的花卉佈置

花藝預算大部分都會花在婚宴上。平均而言，新人會為婚宴選擇 21-22 種插花，像花藝（婚宴會場中的漂浮花藝）和桌花這樣的大型花卉裝飾非常受歡迎。

### 2024 年最新趨勢

2024 年消費者的焦點會轉向花束和胸花等個人用的花藝，婚宴的花藝佈置數量預計將減少為 14% 左右，但仍佔花藝預算的大部分。

具季節感的枝材擺飾人氣持續高漲

## 枝材的機會與課題

日期：2024/7/6

資料來源：日本農業新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本吊鐘花、馬醉木、帶果的藍莓……大量季節性枝材陳列店中，彷彿走進農村、森林，散發濃濃的季節感。

### 從陪襯變成主角

日本大型連鎖花店「青山花市」的多摩廣場分店（橫濱市）一年銷售的枝材大約超過六十個品項。從前只是用來陪襯鮮花的枝材已經成為主角。該連鎖店從 2015 年就開始銷售整束枝材商品「Branch Collection」。到 2024 年 3 月為止的六個月時間，枝材占進貨額的比例就增加了約二成。

購買枝材的客層很廣，從年輕的家庭到年長者都有，可見有室內擺飾的需求。由於觀賞期比切花長，照顧起來也很簡單，因此購買門檻較低。緒方 店長表示：「在都會區等綠意較少的地方需求較大」，只要在室內擺飾一些枝材便可立即親近大自然，因此枝材價值提升。

荷蘭屋吉祥寺分店位於年輕人喜愛的東京吉祥寺地區，平常都會準備三種以上的枝材在店內。像是紅醋栗帶有光澤的果實十分美麗，店內便會用海報大大宣傳其特點如「果實 Q 彈水潤！？」以吸引客人目光。據說當地很多美容院和古著店等都會買枝材回去裝飾在店面。神永將彥店長表示：「小型商品方便使用，尤其受年輕世代歡迎。」

枝材不只在花店銷量擴大，專門製作加工花束委託超市販售的「Merci Flower」從五、六年前就開始推出成束的枝材，而且銷量年年成長，日本吊鐘花等也有推出單品花

### 枝材

觀賞用的木本植物。隨著季節變換，可以欣賞花朵、果實、葉片、樹皮和新芽等。近年除了用來插花之外，也會用在花束製作或單獨作為空間擺飾。

束，也會在超市舉辦促銷活動，希望枝材商品更加走入客人日常生活。

### 十年間產值成長逾 2 倍

枝材市場正持續擴大。2021 年的產值達 224 億日圓，在花卉當中僅次於菊花等，位居第三，十年間成長到快二倍的金額。由於栽培所需勞力較低等因素，各地花農紛紛加入種植行列。

氣候變遷導致我們面臨長期酷暑等異常情況，愈來愈多人選擇利用枝材來感受初夏的新綠、秋天的紅葉等四季變化。枝材品項和品種一年比一年豐富，花卉批發商「東日本板橋花卉」表示：「檜葉樹（Clethra）、煙霧樹等，包含重新流行的品項在內，只要令人耳目一新就會受歡迎。現在是配合需求來生產的時代」。

### 一個品項具有多重魅力

需求顯著增加的是金合歡。2023 年日農平均價格（七家各地區大型批發商資料合計）平均一枝 103 日圓，是十年前的二倍左右，交易量也成長到三倍。春天上市的金合歡帶著花朵，也是國際婦女節（三月八日）

的象徵，膨鬆可愛的小黃花連年輕人也很喜歡。開花期過後也會出貨，葉片也有觀賞價值，可以說是「一個品項、雙重享受」。雪柳也是，春天出貨會帶著新芽或花朵，秋天則可以欣賞紅葉，隨著季節變換流通模樣也不同。



### 限期流通反而成為特點

切花的主要品項全年都有出貨，相對的，枝材雖然出貨期較短，卻反而讓人感受到季節的變化，成為加分的材料。

根據「青山花市」多摩廣場分店（橫濱市）表示，期間限定的商品人氣最旺。春天熱銷的是金合歡、麻葉繡球和櫻花等帶花枝材；夏季不分年齡都很喜歡葉片散發清涼感的日本吊鐘花和馬醉木，看起來像煙霧一般輕柔的煙霧樹、結著綠色果實的藍莓等也會陳列在店頭。

轉成紅葉的雪柳、紅色果實的野玫瑰、葉片和果實都變色的紅葉金絲桃等，紅色系葉片或帶有果實的枝材在秋天最受歡迎。冬天則以尤加利、針葉樹和日本扁柏等適合聖誕節製作壁飾、花環的枝材最熱銷。



「青山花市」的多摩廣場分店

### 各地農民加入栽種行列

許多地方都開始栽種觀賞期長又容易搭配的尤加利，包括生產洋桔梗、宿根滿天星等很多花卉的福島縣「會津四葉農協」。會津農協花卉生產部會枝材專門部現在有二十人在栽種尤加利，多數另有切花或蔬菜等主力經營項目，去年度約出貨 11 萬枝。農協負責人表示：「秋冬季主力品項出貨減少時，尤加利還可以出貨是其魅力所在」。

產地業者把枝材當作省力品項，紛紛採取複合式經營方式來生產，但同時也出現種苗不足和出貨品質不一等問題，生產必須符合需求才行。

### 訂定栽種計劃振興地方

長野縣的長野農協栽種了金絲桃和雪球花等約三十個品項的枝材，尤其著重栽培看起來輕輕柔柔像一團煙霧似的煙霧樹（黃櫨）。2020 年將煙霧樹定位為振興品項，擬定栽種計劃。現在約有三十人在生產，六、七月產季可出貨 5,000 ～ 6,000 枝。多數生產者都以果樹等為主力生產項目，附帶再生產枝材。

去年六月農協開始舉辦「煙霧樹生產者大會 In 小布施（地名）」，今年大會包括生產者及對栽培有興趣的農民等共四十人參加，大家一起到花園觀摩如何調整樹形，並把握機會交換資訊。

位於農協轄下的千曲市農民花畑文枝先生（55 歲）和父母親在一公頃左右的土地上生產海芋及番茄等約十個品項，去年六月定植了 200 株煙霧樹。花畑先生指出栽培



陳列在花店店面的煙霧樹很受歡迎

枝材的優點：「相較於其他品項，管理起來比較輕鬆，如此一來農地不會閒置荒廢，我們也有辦法持續生產下去。」

農協營農部的宮坂忠晃展望未來：「利用本地地形的海拔差可以做到接力出貨，預計 2027 年正式出貨，一季出貨目標 6 萬枝。」

### 品質齊一是關鍵

不過也是有尚待解決的問題。產地出現種苗不足的聲音，尤其是栽培漸廣的尤加利，而且買家也指出出貨品質良莠不齊。「每箱貨品質不一，打開箱子才知道拿到什麼樣的貨」「我會記住樹形等品質穩定的產地然後跟他們進貨」等意見紛紛出籠。出貨時徹底遵守選別標準、栽培技術和品質齊一是獲得買家信賴的關鍵。

花卉業界的智庫一大田花卉花之生活研究所表示：「除了建構穩定的供應鏈之外，採取新的行銷方式把產品賣到超市等銷售據點也很重要。」

由於供需相符，枝材市場應該還會繼續成長。哪個品項何時有多少貨等銷售資訊，以及產地花園的照片等有助於店家向顧客介紹產地的資訊，應該常常對外公佈。

### 在市場流通的主要枝材商品

|            |      |
|------------|------|
| 金合歡        | 野玫瑰  |
| 繡球花        | 日本扁柏 |
| 馬醉木        | 金絲桃  |
| 木莓         | 松樹   |
| 麻葉繡球       | 日本冷杉 |
| 紅淡比        | 桃花   |
| 櫻花         | 柳樹   |
| 日本莽草（日本八角） | 尤加利  |
| 煙霧樹        | 雪柳   |
| 日本吊鐘花      | 橙葉樹  |

本篇圖片來源：<https://www.agrinews.co.jp/news/index/243107>、<https://www.agrinews.co.jp/economy/index/243208>、<https://www.agrinews.co.jp/economy/index/243986>

## 園藝產業如何應對越來越長的夏季？

日期：2024/7/1

資料來源：花卉園藝新聞 社論

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

在日本，今年氣溫上升的很快，明明梅雨季還沒到卻每天都感覺濕濕黏黏。往年電器行都會在夏季來臨之前就開始促銷冷氣，現在愈來愈不覺得他們動作太快或太早開賣。季節已經完全改變了。

很久以前大家就已經在說「春天和秋天變短了！」「已經沒有四季了！」講得極端一點，花卉業可以說是「靠季節變化在做生意」，所以不要光抱怨天氣太熱、太冷，應該要根據實際的氣候變化推動適合的生產體制及開發新的商品，必須配合潮流，提供更精緻的季節性商品。

六月下半，父親節（6月16日）已過，沒有什麼特別的節日活動，但以菊花為主的切花卻持續大量到貨，導致行情大崩盤。除了高溫影響，植株生長加快之外，也有部份因素來自於油價高漲，很多花農把產期改到不需要燒油加溫的時期。

雖然接下來有新（7月13日～7月16日）、舊曆孟蘭盆節（8月13日～8

月16日）需求，但如今夏季期間變長，可能要設法創造一些新的活動或節日以增加花卉需求。未來夏季期間勢必變成一場長期戰，業界必須因應情況開發新的商品，採取新的銷售方式才行。

### 打造更精緻的季節性商品

其實不只是切花而已，進入長長暑假的盆栽類市場也面臨一樣的情況。如果只想著「夏季就靠觀葉植物來一決勝負」，那麼這些一整年都有賣的商品到了夏天又有什麼不同？如同冷氣機、西瓜和刨冰今年早早登場，在炎熱的天氣中大顯身手，花卉業界也應該創造出具有代表性的夏季商品。即使要以觀葉植物為材料，也不能端出全年一樣毫無變化的東西，至少要下點工夫改變一下植株造型或加以搭配組合，做出更有夏季氛圍的清爽商品。

最近觀葉植物等室內綠色植物再度受到注目，成長為小有規模的生意。在辦公室裏做出一座熱帶叢林是不錯，但和所謂的季節感還差得遠，應該更精緻更感性才行。

## 社長コラム

大田花市代表執行役社長 磯村信夫のコラム



回顧上半年、設定下半年的前進方向

## 除了推出符合時代需求的花卉品種 促銷活動也不可少！

日期：2024/7/1

資料來源：大田花市 磯村信夫社長專欄

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

### 花卉品項應與時俱進

2024 過了一半。一到六月這半年的時間，花卉消費情況不如去年。原因很多，我認為足以刺激一般家庭掏錢出來的促銷活動不夠多也是原因之一。此外，年長者也同樣擁有年輕的心，花店店面應該擺放更多十幾歲到三十五歲族群會喜歡的花，這個族群是在疫情期間開始覺得「有花的生活很棒」才開始買花的，產地也應該生產更多這類的花。以團塊二世（父母親為嬰兒潮世代）為主要消費群的超市鮮花區也一樣。

不論是切花、盆栽、苗類商品都要確認一下是否一成不變缺乏新鮮感，必須挑出符合時代潮流的品項才行。由於疫情期間花卉熱銷，花卉業界就這樣渾渾噩噩到了2024年，當然會發生供需不符的情況，尤其苗類商品特別明顯。

### 花卉品種須契合需求且可應對高溫天氣

花卉業界必須多多利用「數據驅動」（Data Driven）來擬定經營對策。當然，數據資料未必代表一切，而且根據不同的看

法或不同的取舍，其解釋也會隨之改變。因此，數據呈現的現象必須以邏輯性的思考，一層又一層的想像出解答。例如：創立於北海道的家具品牌「宜得利」，其主打的生活風格很年輕，或者因其西式和北歐風的家居風格受到喜愛，和IKEA一樣擄獲全日本年輕人的心，然後又漸漸吸引年長者青睞。花卉業界也應該要知道現在消費者想要怎樣的盆栽、花苗或切花，然後培育出在日本高溫多濕的夏天容易生產的花卉，挑選出可以長期觀賞的品項和品種。

配合需求縮短花莖消除浪費的「聰明切花」（Smart Flower）也有必要擴大流通。花店應該要舉辦產地促銷、節日促銷等各種活動，而且反覆經常舉辦才行。

回顧上半年，找出下半年該做的事。公司會計年度進入第二季，大田花市會朝上述方向努力。

本篇圖片來源：<https://otakaki.co.jp/contents/pres/>

## 面對物流的考驗 花卉市場須檢討出貨流程

日期：2024/7/2  
資料來源：日本農業新聞  
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

由於日本的物流問題，花卉市場也持續檢討集貨、交易流程。東京的大型批發商為了避免到貨過於集中，向產地建議提前出貨到市場。至於地方市場，考量到貨車到達時間，有的則決定延後拍賣開始的時間。

### 共同標語是「凌晨兩點」

日本最大的花卉批發商「大田花市」在東京都中央批發市場大田市場內營業，一天的切花交易量平均 4 萬箱，相當於 10 噸車 120 台的份量，每逢節日更會增加到 1.5 ～ 2 倍之多。

負責這麼大量花卉集貨、理貨、分貨業務的是該公司的物流管理（Logistic）本部。吉武利秀本部長表示，「『凌晨兩點出發』就是我們的標語」。這個標語的來由是遍佈日本全國的商圈。大田花市除了東京都之外，也賣花給全日本的批發商、中盤商和加工廠商。吉武本部長表示，「很多地方市場在上午十點、十一點就開始拍賣，如果要運到遠地，凌晨兩點前不從大田出發是來不及的。」

可以緩衝的時間有限。大田市場到貨時間集中在拍賣前一天的晚上九點以後，很多貨車都是人工卸貨，很花時間。流通旺季行程緊湊，等貨時間很容易拉長。於是大田花市建議產地業者「提早集貨」。如果是星期一要賣，希望產地提早在星期六或星期天早一點的時間送達。愈早送到市場，作業時間就愈充裕，理貨作業便可以順利完成。提早集貨的比例正逐漸提高，平常占整體的一成，旺季會提高到約一成五。

### 提早集貨

長野縣的信州諏訪農協從今年開始，



出貨到大田市場的花卉會送到地下倉庫或冷鏈設施內保存

所有的切花出貨流程都提早。星期一要賣的花，星期六就集中到選花場保管，星期天上午出發，傍晚到達大田。農協營農部指出其優點：「從前是每天集貨、檢查，然後陸續出貨，運到市場都太晚了。前一天先運過去的話，銷售量確定，出貨資訊可以早點讓市場知道。」

### 延後拍賣

考量到物流情況，也有市場重新檢討拍賣的時間。青森縣八戶市中央批發市場於 2023 年七月將切花拍賣時間延後一小時開始，從中午才開始。八戶花卉解釋了事情原委：「從前最後一批貨總在拍賣快結束前才到達，只好先中斷拍賣或是當天臨時更改拍賣開始的時間，往往導致中盤商和買家交貨配送延遲而被取消訂單。」

延後拍賣已經過了一年，交易都很順利。八戶花卉表示，「並沒有感覺參加拍賣的數量有所增減」。為了把花農費盡心力培育出來花卉順利送到消費者手上，身居物流心臟部位的批發市場也要加緊改善問題點。

本篇圖片來源：<https://www.agrinews.co.jp/economy/index/242786>

## 花市為 MPS 認證花卉設置專用拍賣軌道

日期：2024/6/18  
資料來源：日本農業新聞  
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本花卉批發商「東日本板橋花卉」在六月時配合環境月活動，專門為取得「花卉環保生產認證」（MPS）的花卉設置了一個拍賣軌道。這是第一次有 MPS 花卉專用軌道。拍賣開始前，還先向全場宣佈並在螢幕顯示以吸引買家注意。

這個行動屬於「國產花卉需求擴大推動協議會」為了實現聯合國永續發展目標（SDGs）而推動的「Well-blooming project」計劃的一環。由於消費者對於環境問題日益重視，作為流通業者，「東日本板橋花卉」決定率先採取行動，於是從六月三日開始設置專用軌道。

把 MPS 認證花卉集中於同一條拍賣軌道，可以讓買家容易了解有哪些產地和品項獲得認證。負責此軌道的拍賣員特地穿上新年開市時才會穿的「法被」（職人穿的和服外套），展現不一樣的氛圍。

營業統括部企劃室水野澄人總經理表示，「希望以各種方式持續推廣，讓大眾都認識 MPS 認證。」



本篇圖片來源：[https://www.facebook.com/photo?fbid=760967126236307&set=pcb.760975912902095&locale=ja\\_JP](https://www.facebook.com/photo?fbid=760967126236307&set=pcb.760975912902095&locale=ja_JP)

## 消費者意識調查

## 探討花卉產業永續形象趨勢與發展

日期：2024/4/29

資料來源：<https://www.bloemenbureauholland.nl>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



今年 3 月 19 日，荷蘭花卉委員會（Flower Council of Holland）舉辦了一場線上研討會，討論歐洲最大銷售市場的消費者調查，該調查顯示花卉、植物及相關產業在永續方面的形象發展，超過一百名的花農、貿易商和其他相關單位參加了這次的線上研討會，他們認為大多數消費者對花卉和植物的永續性持中立態度，我們接觸的訪查群體中，「中立者」對永續發展的積極措施持開放的態度。

不可否認的，永續性是產業和產品形象日益重要的因素，為了了解其發展，自 2023 年 4 月以來，我們每月針對德國、法國、英國和荷蘭的形象進行調查，在一項線上調查中，市場研究機構 Kantar 總共採訪了將近 10,000 名受訪者。第一組大規模調查於 2023 年 4 月展開，接下來每個月都會

有 600 名年齡介於 18~70 歲的受訪者接受訪問，這使得這項調查具有每個國家的代表性。

## 主要結論

- ✓ 多數的消費者對於花卉部門的永續性持正面或中立的立場。
- ✓ 年輕世代較年長的受訪者正向。
- ✓ 荷蘭人對花卉產業採中立且挑惕的態度。
- ✓ 德國人、法國人和英國人謹慎地正向。
- ✓ 植物分類的分數比花卉分類高。
- ✓ 觀賞用園藝產業在永續發展方面仍然猶豫不決。
- ✓ 每個國家的發展主軸與期望各有不同。
- ✓ 年輕族群對於自身行為的影響越來越有意識。
- ✓ 社群媒體上中性新聞占大多數，但帶有負面情緒的比例也較高。

## 中立佔大多數

這份研究最主要的問題是：消費者如何看待花卉產業面對永續發展？這 4 個國家多數的消費者對於永續發展的部分並沒有強烈的意見，自 2023 年 4 月的基礎調查之後，後續的調查基本上沒有太多的改變。

- ✓ 多數受訪者是中立的，花卉佔 53% 而植物佔 52%。
- ✓ 正面的分別佔 42% 與 45%。
- ✓ 負面的受訪者佔 5% 與 3%
- ✓ 年輕人相對年長者來說較為正面，持中立立場的也較多。

眾所皆知，持中立立場的消費者容易受到影響，花卉產業的永續發展及相關報導都會影響正面形象，尤其是對這個群體。

## 荷蘭的情況好壞參半

在這兩個產品類別中，中立群體和正向群體之間互有消長。當中立群體增加時，正向群體的數量就會減少，反之亦然。各國之間存在明顯差異。荷蘭的消費者持正向態度的最少。然而，中立派迄今為止仍然是佔比最大的。荷蘭人對花卉產業呈現不斷變化的態度，植物產業的形象更穩定，波動較小。

## 正向群體不斷增加

自 2023 年 4 月以來，德國消費者對花卉產業的整體觀點略有改善，而植物產業的形象保持穩定。法國消費者相對來說是最正向的，持正向態度的群體現在比持中立立場的群體更大。

## 年青人的意識持續提高

研究表示，在某些地區，該產業的形象並未迅速改變。在永續發展方面，該產業仍被認為猶豫不決。在消費者眼中，產業鏈的各個角色都必須承擔責任，特別是在年輕的族群（18-44 歲）中，人們越來越意識到自己的永續行為有助於正面的影響。對荷蘭消費



者來說，包裝扮演重要角色；在法國，過度用水是更受關注的議題；而德國消費者特別關心農藥使用的議題；英國消費者關心的是花卉和植物廢棄物、泥炭和工作條件等議題。

## 態度和行為

即使在現在，消費者的永續意圖和實際行為常常相去甚遠。最常被提及的障礙是：對產品、其來源和對環境影響的知識不足，較高的價格往往也扮演決定性的因素。許多人表示，他們在購買花卉、室內植物和戶外植物時並不注重永續性。對他們來說，購買應該是充滿樂趣的行為。

## 社群媒體

除了 Kantar 每月調查之外，最近還透過大量社群媒體管道，來監控有關永續發展主題和花卉產業的反應。這種所謂的社群聆聽還可以顯示長期熱門的話題，並提供有關的消息來源和主要消費者等相關資訊。

荷蘭社群聆聽的初步結果（其他國家也已啟動）顯示，中性的新聞占主導地位，但也存在負面情緒。過去一個月有關花卉和植物的多數貼文和反應都與農藥的使用有關，有關農藥的貼文其線上觸及率是其他熱門話題（溫室、排放、溫室和能源）的兩倍。特別是三月份時，有一篇貼文與荷蘭北部球莖種植區域有關，他們發現水中有高濃度的農藥，這篇報導引發社群媒體上很多的負面情緒。

本篇圖片來源：<https://www.bloemenbureauholland.nl/artikel/goedbezocht-webinar-vervolgonderzoek-consument-en-duurzaamheid>

## 不會碎裂的玻璃，先進溫室披覆體新趨勢！

皆展有限公司 胡哲嘉

### 極端氣候對溫室農業的影響

全球的極端氣候對溫室農業產生巨大挑戰，但也帶來相關技術和管理措施的創新。未來，農業設施的發展需要更加重視這些極端氣候帶來的影響，並且不斷進行技術調整和優化，以確保農業的穩定生產及永續發展。

### F-CLEAN（氟素樹脂膜）在農業溫室應用的創新性優勢：

#### 1. 提升光合作用效率

- 高透光性：F-CLEAN 的透光高達 92% 以上，提供優異的透光率，讓更多的自然光進入溫室，促進植物光合作用和生長。
- 光譜調整：膜材可以設計成特定光譜範圍，以滿足不同植物對光照的需求。

#### 2. 優異的自潔功能

- 抗污垢和防霉：膜材表面具有自潔功能，可以防止灰塵和污垢積累，降低霉菌和藻類的生長，保持良好的透光度。
- 維護成本低：膜材抗污能力極強，維護和清潔工作量大大減少，降低營運成本。

#### 3. 耐用性和長期性

- 抗老化：不易老化，長時間使用能保持原有性能，避免頻繁更換膜材，在正常使用下，年限可長達 20 年以上。
- 抗撕裂性：膜材的強韌性提高抗撕裂性，增加耐用性和可靠性。

#### 4. 防火和安全性

- 防火特性：具有優良的防火性能，降低火災風險，提高溫室的安全性，在

日本已達到防災 1 級之標準。與玻璃相比，F-CLEAN 膜材重量僅為玻璃的 1/10，且具備更好的抗衝擊性能已達到安全性。

### 未來趨勢和發展方向

F-CLEAN 膜材以其卓越的透光率、自潔能力、耐用性和安全性能，成為現代溫室材料的新趨勢，提高農業生產效益與安全性。

隨著全球對永續農業的要求增加，未來 F-CLEAN 膜材的研發將注重環境友善的生產工藝和材料回收技術，減少對環境影響。此外，市場對高效能溫室材料需求將有助於推動更多創新技術應用和發展。



臺灣率先推廣 F-Clean 膜材打造農業溫室，溫室業者與農民將一起推動創新溫室披覆體。



F-CLEAN（氟素樹脂膜）在農業設施中具有顯著的競爭優勢，大大提升溫室的生產效率。

以永續材料製成，市場上獨一無二的存在

## 環保插花海綿即將翻轉花藝產業

日期：2024/7/18

資料來源：<https://thursd.com>

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

花藝設計是以創意和美麗為主軸的產業，長期以來，傳統插花海綿所衍生的驚人浪費，造成花藝產業的困擾。幾十年來，這種傳統的插花海綿是該行業的慣用產品，由石化材料製成，其環境成本對地球造成長久的負面影響。

由於這個長久以來的議題，Dundee Butcher 意識到使用傳統插花海綿的嚴重性，讓熱衷於花卉的她踏上了創造永續解決方案的旅程，這個解決方案改變了花藝設計行業的面貌，也孕育了 Phoam Labs 這家公司，創造出以植物為基礎、可堆肥的插花海綿，這家公司開始翻轉花藝產業。



Phoam Labs 插花海綿

年時搬到倫敦，嫁給一位英國人，當他們的一對雙胞胎還在唸書時，她決定要探索一條創意的道路。

Dundee Butcher 是一位熱愛花卉的花藝師，也是 Phoam Labs 的共同創辦人、執行長兼總裁。

在丈夫的鼓勵之下，她聯繫了 Marylebone 豪華花店店主 Jane Packer，並鼓起勇氣申請工作，事實證明，這是一項改變人生的決定，她愛上了花卉、創造力和社群。

在一次大型活動之後，大家開始拆除活動用的佈置花藝，廢棄的鮮花可以拿去堆肥，但插花海綿卻只能送去掩埋場，這對環境有很大的負面影響。這樣的事實對她產生衝擊，也促使她尋找更好的解決方案。

在 2013 年時，她搬到加州 Healdsburg 並創辦了一所花卉學校，校名是 Russian River Flower School，同時承接活動業務，因緣際會下，她認識



### Phoam Labs 的發跡

Butcher 來自德州休士頓，2011

了正在攻讀高分子科學的博士生 David Goldfeld，以及明尼蘇達大學的教授 Marc Hillmyer，他們主導了一個研究永續插花海綿的計畫。

兩人與國家科學基金會永續聚合物中心主任 Hillmyer 教授一起成立了 BKB Floral, LLC (後來更名為 BKB Floral Foam, Inc.)，並與該中心簽訂了一項永續聚合物的研究，該團隊持續開發由植物製成的全新插花海綿，經過兩年的研究與開發，他們創造了獨一無二由植物材料為基底並且可以分解的插花海綿。



### Phoam Labs 公司的創新插花海綿

2022 年春天，這款創新的海綿技術獲得了多項的專利，在當年贏得了美國國內最大的創新大賽 MN 盃，並獲得了綠色化學獎 (Green Chemistry prize)。

這些獎項的獲得與肯定，代表該公司發展的重大突破，為他們與歐洲製造商的合作開闢了一條坦途，目前產品的商業開發已進入最後階段。計劃今年下半年就會讓這款新的插花海綿問市，此外，該產品正在取得可分解認證的最後階段，他們會將其命名為 Phoam。

### 創新的插花海綿與眾不同

到底是什麼讓 Phoam Labs 的插花海綿具有革命性和前衛性呢？首先，它由玉米製成，再生週期大約 12 個月，並遵循嚴格的永續性認證規定。與傳統的化石材料製成的插花海綿不同，Phoam Labs 的插花海綿不會產生有害的塑膠微粒，也不含有毒的化學物質，這使得人類和環境都更加安全。

Dundee Butcher 說：「此外，Phoam 與市場上其他產品的最大差別，是它允許花藝師在不犧牲藝術效果的情況下進行創作，同時，這款插花海綿是可分解的，所以不會對環境造成損害。這款海綿的設計可以牢牢地固定各種花莖，保持運送時的穩定性，並幫花卉保濕。另外兩個特點是海綿可以重複打溼、重複使用，這種海綿是很環保的替代品。」



### Phoam Labs 插花海綿的主要發展優勢

對於花卉產業來說，Phoam Labs 的專利插花海綿是開創性的產品，這種獨特的產品解決了一個關鍵問題，就是傳統插花海綿對環境的影響，據統計，光是在歐盟每年就使用約 15,000 噸無法降解的化石插花海綿，這大大的增加了垃圾掩埋場的垃圾量和塑膠

微粒的產生。

Dundee Butcher：「然而，Phoam Labs 海綿是不同的，這種膨脹聚乳酸（簡稱 PLA）海綿主要由工業用玉米製成，可在 12 個月的週期內再生，並遵循嚴格的永續發展認證。它不會產生有害的塑膠微粒，也不含有毒的化學物質，對人類和環境都更安全。它讓花藝師在沒有限制的狀況下創作，並且提升作品的運輸效率。」

永續發展是所有產業必須考慮的重要因素，花卉產業當然也包括在內。消費者的偏好和監管規定驅動產業轉向永續性，此刻成為創新插花海綿進入市場的最佳時機。

如今，消費者和企業積極尋找更環保的產品，許多花店開始採用永續性的做法，Phoam Labs 的創新插花海綿是可分解的環保產品，可以完全取代傳統插花海綿，輕鬆滿足不斷成長的需求。



本篇圖片來源：<https://thursd.com/articles/phoam-labs-sustainable-floral-foam>

### 符合時代的解決方案

花卉產業對 Phoam 插花海綿的反應非常積極。例如，Phoam Labs 在 2023 年花藝世界盃上獲得了 Interflora 永續發展獎，該公司也跟想要找尋傳統插花海綿替代品的花店密切合作，來展示這個產品。今年早些時候，它在馬德里之花 (Madrid Blooms, 2025 年國際花藝設計大賽的系列活動) 首度亮相，受到熱烈歡迎。

因此，該公司的首要目標，將在今年把環保插花海綿推向市場，首先會在歐洲市場推出產品，同時增加生產規模，建立強大而穩定的供應鏈。



Dundee Butcher

邁向葬禮新時代的第一步

## 2024 殯葬產業展

日期：2024/7/1

資料來源：花卉園藝新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



特別主題區「模擬樹葬」

由日本「綜合 Unicom」公司和「殯葬產業月刊」主辦的「第 27 屆殯葬產業展 2024」於 5 月 29、30 日在「Pacifico 橫濱」舉行。

這屆主題是『典範轉移 (Paradigm Shift)「葬儀新時代」的第一步』。歷經新冠疫情洗禮，迎接「新時代」來臨該如何踏出殯葬產業的第一步？為了幫助業界訂定經營策略而舉辦此綜合展，供業界人士公開各種資訊，互相交流。

本屆特別主題區新推出「模擬樹葬」區。為了因應部份案主想要有可以祭拜的對象物，特別設計出以墓石圍繞一棵樹的新形態樹葬。

## 「鮮花祭壇設計」區獲好評

「YMS」公司因應設計主題，推出類似追思會的追思區，使用自家進口花材佈置而成。「YMS」表示：



「For Seasons」祭壇

「大眾對於花卉的喜好趨向多樣化，本公司從 1962 年就開始供應嚴格挑選的進口切花，希望各位喪葬業者能夠認識我們。馬來西亞也有頂級的安娜塔西亞線菊和洋菊（除蕊大菊品系），伊索比亞生產的金絲桃『Coco 品系』品質佳又色彩豐富，有紅、粉紅、白、綠等，深獲信賴。」

同集團的「花喜久」公司利用從事喪葬業培養的技術及知識，用植物和蝴蝶蘭佈置祭壇，表現對故人的思念。

「For Seasons」推薦使用當季花卉，展場也示範用現在正逢產季的芍藥來送別故人。「和光造花製作所」展出用人造花佈置的濁色系祭壇。

## 葬儀用花趨向多樣化

在葬儀花卉區，「葬儀花卉技能檢定協會」（AFFA）佈置了一個宛如旗幟在空中飄揚的鮮花祭壇，展示了立體造型的技術，吸引大家的目光。他們表示：「我們協會有派講師出去為殯葬業者的鮮花部門講習，得到一致

好評。藉由檢定考試來判定技術高低，而不是只看年資職位，有助於培養新生代，提高學習動機，那些採用檢定考試作為員工評價標準的企業都持肯定的態度。」

由於家族葬比例增加，導致葬儀價格普遍下滑，面對這個情況，「HD 控股公司」（D Market）在展場向大家介紹他們在台灣自家農場

所生產的蝴蝶蘭，希望有助拉高葬儀價格，也延續去年的提案。蝴蝶蘭十朵一起盛開很有存在感，還有更華麗的可以滿足家屬「至少告別時鮮花要用豪華一點」的心情。此外也利用牆壁介紹了染色蝴蝶蘭。公司表示，「由於下訂之後還要二～三週的時間製作，比較適合葬禮過後的追思會等使用。希望大家在這裏看過之後，將來需要時想起來多加利用。」



「HD 控股公司」（D Market）染色蝴蝶蘭

「For Seasons」是專門供應葬儀用花的花店，在會場展示了他們平日製作的祭壇，不論花籃或祭壇都很明亮繽紛，受到好評。

切花進出口商社「A- World」在現場展示了染成五顏六色的除蕊大菊，特點是染成淡墨色、江戶紫等日本傳統的色彩。使用友善環境的染料，顏色不會附著到作業人員的手或衣服上。全年都可提供品質穩定、價格平實



「HD 控股公司」（D Market）攤位

及一定數量的商品。輪菊的開花狀態分成三個階段，訂貨時可指定想要的開花程度。因應葬儀需求，殯葬業者平日不得不事先準備一些菊花，訂花時可以指定開花程度可說是十分便利。

「青島天美花卉有限公司」使用他們從無病毒種苗栽培到開花、一貫化生產出來的蝴蝶蘭 120 ~ 150 枝做成孔雀造型，吸引大家的目光。每個月他們都出口二萬枝蝴蝶蘭到日本，全都是花朵大小 12 ~ 13 公分的高品質，其生物技術使得蝴蝶蘭耐得住長期觀賞，可以安心存放。由於採用批號管理，他們很自豪的表示，從來沒有接過客訴。



「青島天美花卉有限公司」一貫化生產的蝴蝶蘭

本篇圖片來源：<https://x.com/tenzikai/status/1796077668791623921/photo/1>、<https://www.instagram.com/forseasonsflower/>、[http://www.o-fresh.cn/?list\\_11/49.html](http://www.o-fresh.cn/?list_11/49.html)、[https://www.facebook.com/photo/?fbid=882983613634169&set=a.479040727361795&locale=ja\\_JP](https://www.facebook.com/photo/?fbid=882983613634169&set=a.479040727361795&locale=ja_JP)、<https://f-vr.jp/sogo-unicom/enq/web/funeral2024/detail.cgi?id=5>

## 被賦予故事性的鮮花祭壇

日期：2024/5/20

資料來源：日本經濟新聞

台灣花卉輸出業同業公會 編譯



日比谷花壇公司旗下提供全方位葬禮服務的「日比谷花壇的葬禮」，將顧客與故人的回憶變成故事融入設計概念，創作出完全不同於一般祭壇的新形態鮮花祭壇「日比谷花壇的有故事的葬禮 我跟你說…」系列共四種，在今年 5 月推出。同時也公佈了之前針對居住在東京、四十歲以上曾經當過喪主的 540 人所進行的「葬禮與花相關問卷調查」統計結果。

根據調查結果，84.4% 的人認為「葬禮一定要有鮮花」，由此可知雖然葬禮一年比一年低價化、小型化，還是有很多人認為花很重要。而且高達 72.6% 的人想利

用鮮花祭壇「作為傳達心意的工具」。想要使用鮮花祭壇的理由以「因為喜歡花」最多，其次是「因為可以實現自己的希望」「因為不想後悔」等。由此可知，如果能夠成真，大多數喪主都希望葬禮上可以使用大量的鮮花以感謝故人在世時的照顧。

日比谷花壇擁有一群經驗豐富的頂尖花藝師，他們組成了「FLOWER CREATION ROOM」，裝飾過許多婚禮、設施，可以用鮮花把客人的心意具體化，這次四種新形態鮮花祭壇就是由其中的精銳花藝師所設計，完全打破一般葬禮的形式。四位花藝師各自想好一個故事，然後製作出鮮花祭壇來表現這個故事。「我跟你說，這個花啊…」「我跟你說，



當時啊…」「我跟你說，其實啊…」——每一個鮮花祭壇彷彿都在訴說故人與親屬的珍貴回憶，傳達出客人的心意，令人感到溫柔 and 暖意。善用各種花卉特性和花色做出來的設計，唯有具備多年專業知識和技巧的日比谷花壇才做得到。

「日比谷花壇的葬禮」希望這次推出的鮮花祭壇，讓客人在回顧故人的的人生故事時，同時也回想起自己的人生與彼此共同的回憶，藉此療癒悲傷的心情，重拾笑容。



### 關於日比谷花壇公司

1872 年創業，1950 年開設東京日比谷公園的總店後，成立日比谷花壇公司。現在全日本約有 190 個營業據點，事業內容包括：婚禮花卉佈置、實體店鋪及線上花店針對個人／法人的花禮販售、日常鮮花銷售、葬禮服務、透過植物打造日常生活景觀、花朵圖案繪製服務、活化社區等。今後也不會侷限於鮮花植物銷售和裝飾工作，將持續推出新的商品及服務以豐富大眾未來的生活。



本篇圖片來源：[https://www.hibiya-lsp.com/info/news\\_detail.html?news\\_id=364&utm\\_source=web&utm\\_medium=link&utm\\_campaign=LS\\_202405\\_press](https://www.hibiya-lsp.com/info/news_detail.html?news_id=364&utm_source=web&utm_medium=link&utm_campaign=LS_202405_press)、<https://www.hibiya-lsp.com/lp/anone/>

## 日本花卉市場預測：2024 年 8 月

日期：2024/7/15  
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（東京 FP）

今年梅雨季來得較晚，入梅前的天氣已經很炎熱，預計今年夏天和去年一樣是酷暑。產地須依品項實施炎熱對策，以露天栽培為主的品項更是必須留意。

**輪菊** 到貨以愛知、福島、九州為主。設施栽培的產地預計可以按計劃出貨，但露天栽培的產地需要留意。如果今年像去年一樣炎熱，植物就不會長高，而且會提前開花，這也取決於梅雨季什麼時候結束。

**小菊** 到貨主要來自茨城和福島。大多是露天栽培，須留意出貨時間。目前有提前出貨的傾向，若高溫持續，預計需求期時將出現短缺。

**康乃馨** 到貨主要來自北海道和長野。若北海道像去年一樣炎熱，品質就成了一個問題。多花型出貨穩定，主要來自北海道，但單朵型的產地數量正在減少，預計將以進口的到貨為主，但匯率問題較大，到貨量受行情

影響。

**洋桔梗** 到貨主要來自福島、山形、青森。生長進度稍微提早，如果高溫持續，就有可能更加提前，有植株高度不夠就提早開花的疑慮。

**鐵砲百合** 到貨主要來自福島和長野縣。今年高溫天數多，生長進度提前。如果梅雨季雨量不夠，植株高度就不會成長，而可能進一步提前出貨。

### 大阪切花（NANIWA 花市場）

**輪菊** 針對盂蘭盆節（8月13至16日）需求而種植的黃色比例較去年增加，出貨的花色較平均，預計行情穩定。目前各產地生長狀況良好，預計供貨穩定。

**多花菊** 針對盂蘭盆節的銷售戰，各產地的供應量相對穩定，預計能夠穩定地應對各種需求。

**小菊** 目前各產地均未出現生長延遲，預計有稍微提前的傾向。

**玫瑰** 到貨主要來自高冷地區，預計進口貨的到貨也會逐漸穩定。受高溫影

響，植株高度不足的比例會增加。9月開始迎來結婚旺季，預計8月下旬左右交易將逐漸活躍。

**康乃馨** 目前各產地的生長情況順利，單朵型和多花型皆預計穩定到貨。進口方面，單朵型到貨量與往年相同，多花型則稍微少於往年。

**鐵砲百合** 目前各產地的生長狀況良好，預計盂蘭盆銷售季的出貨量充足，但近年來，各產地的生長進度有提前的趨勢，從7月下旬開始到8月上旬的到貨量將會增加。

**LA百合** 8月份的需求逐年增加，預計盂蘭盆銷售季的交易活躍，市場有望從至今的疲軟狀態中大幅復甦。

**滿天星** 8月可期待與往年一樣的盂蘭盆購物季需求，市場行情預期穩定。

**洋桔梗** 到貨量充足，主要來自北海道和長野縣，但由於今年預計也將迎來酷暑，各產地的生長進度將略有提前。

**星辰花** 目前生長情況良好，主要來自北海道和長野縣，以紫色系為主。預計盂蘭盆節需求會有大量訂單，依據天氣狀況，有人擔心出貨高峰會落在7月下旬，但目前預計出貨量充足。

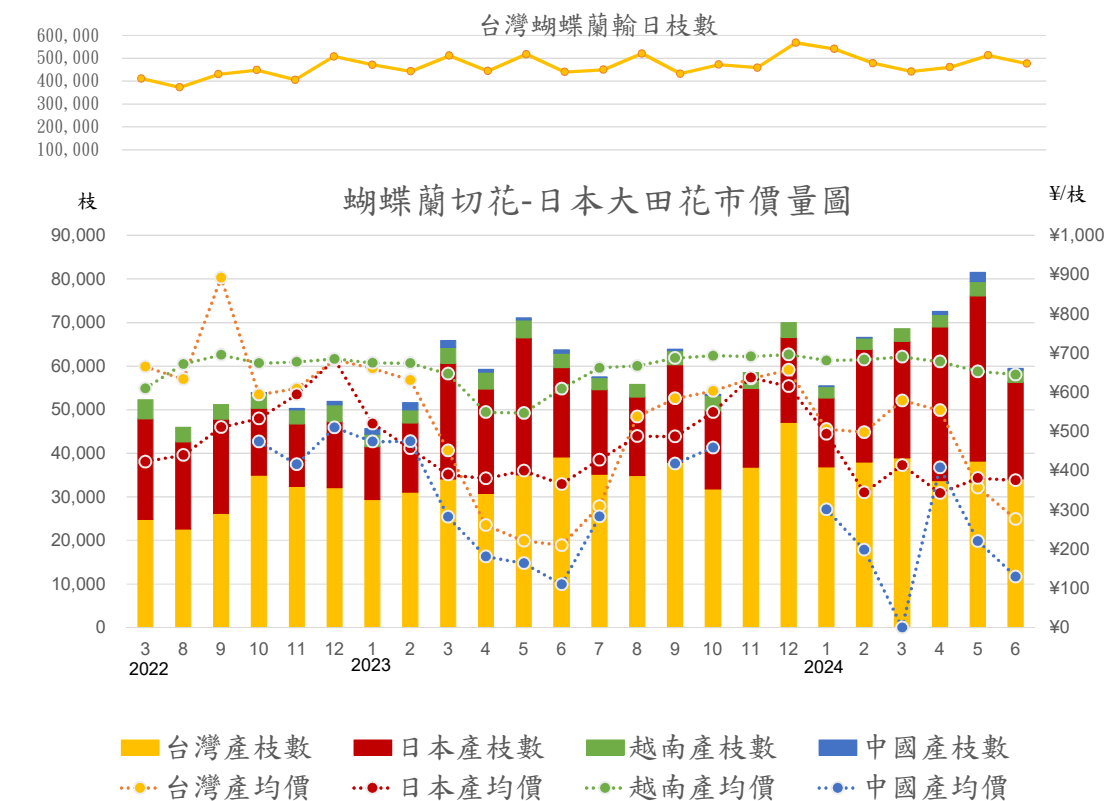
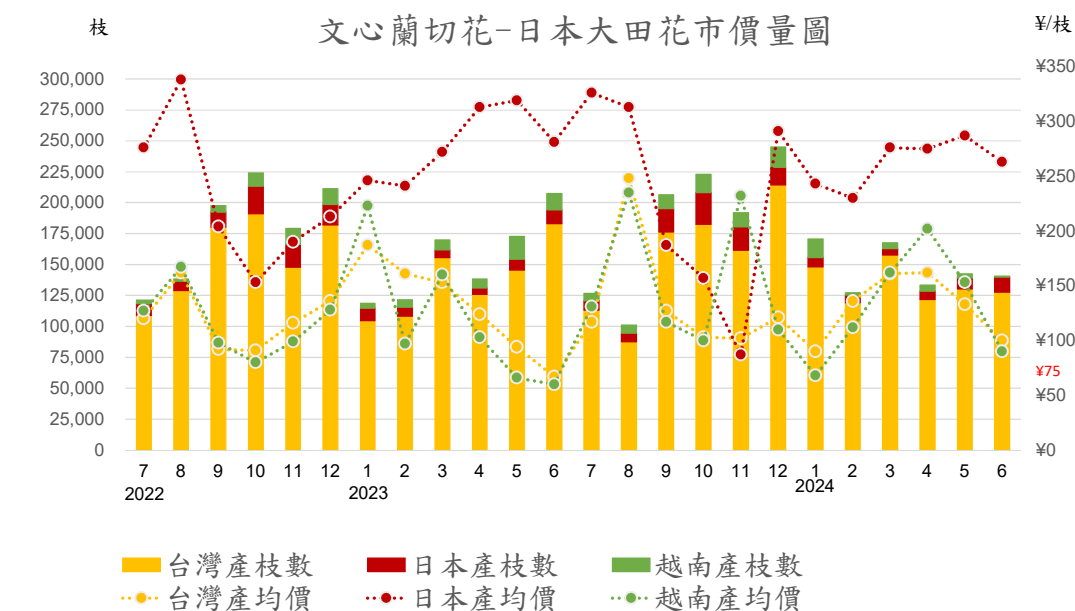
**劍蘭** 到貨以長野縣為主。白色系、粉

紅色系為主，出貨量充足。

### 大阪切花（JF 鶴見花卉）

根據日本氣象廳的長期預測，今年夏天預計也是酷暑的天氣。火鶴及觀葉植物等年中熱門商品的動態多，但近年來的夏季炎熱反常，植物變得和人類一樣，如果沒有待在有空調的地方，很快就會損壞。

即使在這種情況下，市場也有必要讓業者知道哪些產品是較好的、可銷售的，但眾所周知，全球的物價都在上漲，因此生產者在繼續提供好產品的同時也不得不提高期望單價。



# 日本花市七月份行情

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7月1日~7月31日)

| 2024<br>7月  | 地區 | 東京<br>(大田花市) |           | 大阪<br>(Naniwa) |         | 札幌<br>(札幌花卉) |        |
|-------------|----|--------------|-----------|----------------|---------|--------------|--------|
|             | 產地 | 日本           | 進口        | 日本             | 進口      | 日本           | 進口     |
| 文心蘭         | 枝數 | 7,328        | 82,495    | 6,339          | 70,170  | -            | 9,370  |
|             | 均價 | ¥304         | ¥217      | ¥305           | ¥202    | -            | ¥220   |
|             | 高價 | ¥588         |           | ¥492           |         | ¥247         |        |
|             | 中價 | ¥223         |           | ¥305           |         | ¥223         |        |
| 蝴蝶蘭         | 枝數 | 19,350       | 29,597    | 8,430          | 35,044  | 1,539        | 10,150 |
|             | 均價 | ¥453         | ¥517      | ¥564           | ¥574    | ¥415         | ¥497   |
|             | 高價 | ¥992         |           | ¥1,068         |         | ¥74          |        |
|             | 中價 | ¥495         |           | ¥724           |         | ¥48          |        |
| 火鶴          | 枝數 | 51,321       | 53,013    | 3,192          | 51,562  | -            | 12,600 |
|             | 均價 | ¥193         | ¥138      | ¥208           | ¥136    | -            | ¥136   |
| 洋桔梗         | 枝數 | 553,223      | -         | 348,041        | 2,360   | 153,826      | -      |
|             | 均價 | ¥172         | -         | ¥179           | ¥63     | ¥172         | -      |
|             | 高價 | ¥286         |           | ¥745           |         | ¥433         |        |
|             | 中價 | ¥185         |           | ¥199           |         | ¥192         |        |
| 劍蘭          | 枝數 | 271,406      | -         | 204,770        | -       | 271,406      | -      |
|             | 均價 | ¥64          | -         | ¥69            | -       | ¥71          | -      |
|             | 高價 | ¥111         |           | ¥140           |         | ¥143         |        |
|             | 中價 | ¥70          |           | ¥80            |         | ¥96          |        |
| 玫瑰<br>(單朵)  | 枝數 | 951,994      | 102,096   | 669,479        | 27,020  | 95,994       | 3,210  |
|             | 均價 | ¥67          | ¥73       | ¥56            | ¥60     | ¥98          | ¥120   |
| 玫瑰<br>(多花)  | 枝數 | 379,567      | 9,030     | 281,635        | 13,700  | 38,147       | -      |
|             | 均價 | ¥69          | ¥69       | ¥61            | ¥56     | ¥108         | -      |
| 康乃馨<br>(單朵) | 枝數 | 800,746      | 1,086,120 | 578,023        | 601,638 | 274,325      | 67,205 |
|             | 均價 | ¥55          | ¥46       | ¥56            | ¥47     | ¥51          | ¥53    |
| 康乃馨<br>(多花) | 枝數 | 656,886      | 421,447   | 598,840        | 318,729 | 247,746      | 34,250 |
|             | 均價 | ¥60          | ¥44       | ¥60            | ¥47     | ¥55          | ¥55    |

| 2024<br>7月 | 進口切花<br>(東京大田花市) |      |
|------------|------------------|------|
| 品項         | 高價               | 中價   |
| 火鶴         | ¥241             | ¥141 |
| 文心蘭        | ¥280             | ¥224 |
| 玫瑰(ST)     | ¥153             | ¥78  |
| 康乃馨        | ¥80              | ¥51  |

| 2024<br>7月 | 盆花<br>(東京FAJ) |        |
|------------|---------------|--------|
| 品項         | 高價            | 中價     |
| 文心蘭(6號)    | ¥4,000        | ¥2,233 |
| 蝴蝶蘭3F(6號)  | ¥5,869        | ¥3,415 |
| 蝴蝶蘭大輪(8號)  | ¥7,723        | ¥9,369 |
| 石斛蘭(6號)    | -             | -      |

(資料來源：日本農業新聞2024年7月1日~7月31日)

| 2024<br>7月  | 地區 | 廣島<br>(花滿) |        | 名古屋<br>(名港花市) |         | 仙台<br>(仙台切花) |        | 福岡<br>(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 | 450        | 7,820  | 1,453         | 17,850  | 255          | 6,080  | 3,935        | 21,060 |
|             | 均價 | ¥135       | ¥243   | ¥222          | ¥214    | ¥332         | ¥212   | ¥237         | ¥214   |
|             | 高價 |            |        |               |         |              |        |              |        |
|             | 中價 |            |        |               |         |              |        |              |        |
| 蝴蝶蘭         | 枝數 | 1,019      | 1,698  | 6,120         | 13,215  | 1,471        | 9,653  | 5,706        | 14,771 |
|             | 均價 | ¥331       | ¥470   | ¥597          | ¥529    | ¥548         | ¥626   | ¥459         | ¥548   |
|             | 高價 | ¥612       |        |               |         |              |        |              |        |
|             | 中價 | ¥402       |        |               |         |              |        |              |        |
| 火鶴          | 枝數 | 15         | 1,602  | 1,888         | 18,075  | 738          | 998    | -            | 22,499 |
|             | 均價 | ¥160       | ¥155   | ¥198          | ¥148    | ¥118         | ¥116   | -            | ¥141   |
| 洋桔梗         | 枝數 | 58,545     | -      | 99,530        | -       | 55,795       | -      | 199,265      | -      |
|             | 均價 | ¥163       | -      | ¥199          | -       | ¥127         | -      | ¥154         | -      |
|             | 高價 | ¥346       |        | ¥395          |         | ¥367         |        | ¥328         |        |
|             | 中價 | ¥167       |        | ¥206          |         | ¥143         |        | ¥150         |        |
| 劍蘭          | 枝數 | 11,470     | -      | 36,250        | -       | 7,220        | -      | 26,927       | 360    |
|             | 均價 | ¥66        | -      | ¥75           | -       | ¥55          | -      | ¥82          | ¥98    |
|             | 高價 | ¥117       |        | ¥118          |         | ¥119         |        | ¥125         |        |
|             | 中價 | ¥70        |        | ¥82           |         | ¥72          |        | ¥89          |        |
| 玫瑰<br>(單朵)  | 枝數 | 71,983     | 40     | 358,724       | 23,590  | 109,120      | 2,700  | 264,330      | 6,363  |
|             | 均價 | ¥72        | ¥290   | ¥52           | ¥70     | ¥46          | ¥20    | ¥76          | ¥82    |
| 玫瑰<br>(多花)  | 枝數 | 46,060     | 720    | 99,046        | 3,680   | 54,475       | -      | 142,873      | 1,260  |
|             | 均價 | ¥93        | ¥90    | ¥60           | ¥73     | ¥59          | -      | ¥93          | ¥87    |
| 康乃馨<br>(單朵) | 枝數 | 42,168     | 65,683 | 368,830       | 211,349 | 76,050       | 55,440 | 46,082       | 96,935 |
|             | 均價 | ¥53        | ¥49    | ¥54           | ¥36     | ¥67          | ¥57    | ¥61          | ¥63    |
| 康乃馨<br>(多花) | 枝數 | 96,839     | 45,222 | 158,050       | 94,483  | 182,100      | 56,615 | 134,989      | 38,735 |
|             | 均價 | ¥61        | ¥51    | ¥64           | ¥40     | ¥69          | ¥62    | ¥62          | ¥50    |

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：113/07/01 ~ 113/07/31（農曆:113/05/26 ~ 113/06/26）

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          | 36.3  | 931     | 0.0   | 0       | 0.0   | 0       | 26.5  | 516     | 37.3  | 1,214   |
| FB火鶴花          | 13.8  | 292,584 | 12.5  | 114,318 | 14.2  | 112,021 | 13.0  | 146,522 | 15.6  | 92,366  |
| FC大菊           | 129.4 | 86,409  | 87.9  | 30,215  | 102.5 | 111,436 | 108.2 | 65,355  | 108.4 | 71,890  |
| FD小菊           | 124.6 | 104,928 | 74.4  | 30,067  | 102.1 | 131,786 | 93.1  | 88,252  | 93.5  | 97,813  |
| FE非洲菊          | 76.4  | 90,253  | 69.0  | 35,433  | 81.1  | 66,391  | 75.6  | 61,567  | 81.3  | 77,949  |
| FG劍蘭           | 78.7  | 10,135  | 48.6  | 3,383   | 61.3  | 13,264  | 59.3  | 21,156  | 69.4  | 20,247  |
| FH101天堂鳥       | 93.2  | 7,310   | 55.3  | 3,435   | 59.9  | 4,141   | 83.7  | 2,063   | 79.7  | 3,227   |
| FH230夜來香       | 64.7  | 7,158   | 44.6  | 392     | 43.2  | 964     | 40.8  | 1,644   | 44.6  | 1,691   |
| FH251秀線        | 63.8  | 5,909   | 35.3  | 2,548   | 56.7  | 8,874   | 50.7  | 5,462   | 56.0  | 6,710   |
| FH29向日葵        | 97.0  | 14,427  | 83.5  | 4,000   | 88.0  | 7,101   | 76.4  | 5,621   | 90.8  | 7,391   |
| FH330雞冠花       | 76.4  | 16,705  | 56.4  | 7,775   | 53.5  | 17,627  | 54.9  | 19,991  | 53.8  | 13,106  |
| FH381麒麟草       | 52.0  | 25,417  | 44.2  | 8,889   | 50.5  | 26,002  | 52.3  | 18,029  | 50.2  | 16,947  |
| FL姬百合          | 118.5 | 3,001   | 130.5 | 985     | 125.1 | 1,418   | 133.0 | 1,345   | 125.2 | 1,725   |
| FM重瓣百合         | 306.9 | 6,023   | 234.2 | 487     | 241.7 | 596     | 180.1 | 668     | 221.6 | 657     |
| FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰 | 155.1 | 4,737   | 16.0  | 7,042   | 16.8  | 11,420  | 93.4  | 3,062   | 18.7  | 16,020  |
| FO006 腎蕨蘭 深紅色  | 95.6  | 283     | 11.9  | 680     | 9.5   | 1,770   | 41.2  | 74      | 9.6   | 420     |
| FO027 萬代蘭 巨輪紫  | 42.5  | 8,825   | 32.8  | 758     | 35.3  | 1,009   | 37.5  | 1,829   | 34.6  | 1,860   |
| FO331 大文心蘭     | 142.8 | 50      | -     | -       | 191.7 | 136     | -     | -       | 203.0 | 6       |
| FO335 檸檬綠文心蘭   | 236.3 | 10,474  | 223.2 | 1,428   | 225.1 | 7,829   | 210.2 | 2,910   | 205.4 | 3,188   |
| FO336 文心蘭 太陽之子 | 194.6 | 987     | -     | -       | 225.8 | 72      | 234.8 | 54      | 264.0 | 12      |
| FO663 蝴蝶蘭 白黃心  | 66.9  | 24,124  | -     | -       | 80.0  | 70      | -     | -       | 70.3  | 204     |
| FR玫瑰           | 137.4 | 74,287  | 129.3 | 15,133  | 116.8 | 16,635  | 104.6 | 12,334  | 119.2 | 16,900  |
| FS香水百合         | 228.4 | 180,064 | 208.6 | 55,001  | 214.5 | 102,578 | 217.0 | 108,454 | 224.0 | 112,250 |
| FT鐵砲百合         | 135.8 | 2,723   | 135.1 | 571     | 165.8 | 583     | 151.4 | 386     | 158.8 | 287     |
| FU洋桔梗          | 163.1 | 70,420  | 110.5 | 16,207  | 129.5 | 15,752  | 127.2 | 15,951  | 136.1 | 12,691  |
| FW4卡斯比亞        | 55.6  | 5,891   | 60.0  | 803     | 89.0  | 3,952   | 66.7  | 2,397   | 64.9  | 862     |
| FW5滿天星         | 51.1  | 1,603   | 66.0  | 2,480   | 76.8  | 3,150   | 66.0  | 1,087   | 67.1  | 1,546   |
| FY004 黃椰心      | 110.2 | 8,291   | 87.2  | 6,135   | 81.1  | 23,640  | 90.5  | 12,353  | 98.9  | 12,788  |
| FY009 電信蘭      | 79.2  | 13,991  | 38.9  | 5,769   | 71.5  | 22,570  | 77.2  | 16,667  | 70.7  | 11,393  |
| FY050 山蘇葉      | 19.1  | 2,924   | 20.6  | 2,200   | 26.9  | 984     | 17.9  | 2,317   | 17.5  | 587     |