國內郵資已付
北區局
直轄第8支
許可證
台北字第12105號
台灣北區郵政管理局
第5701號雜誌登記
雜誌類

台灣花訊

Taiwan Floriculture News

www.tfea.org.tw

台灣花卉輸出業同業公會 Taiwan Floriculture Exports Association 發行 | 2023年 第4號

2023洋桔梗品種展示會亮點分享

IPM Essen展覽會 在不安定的時期為園藝產業注入一劑強心針

電子版

Contents

台灣花訊

發 行 人：吳淵璋

主　　編：莊炳煌

編　　輯：陳立媛、徐慈敏

登 記 證：行政院新聞局局版北市誌字第 20 號

台灣北區郵政管理局第 5701 號雜誌登記

創刊日期：1992 年 8 月

出版日期：2023 年 4 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

四月號 No. 04

4 2023洋桔梗品種展示會亮點分享

產業新聞

6 2022年日本中央批發市場花卉總交易金額公布較去年增加６％！

7 進口到邁阿密港與美國的統計數據 切花的海運貨量穩定成長

9 IPM Essen展覽會 在不安定的時期為園藝產業注入一劑強心針

11 婦女節對花卉產業的重要性

12 回顧日本春分彼岸節切花行情

13 荷蘭種苗公司推出一系列菊花新品種

14 室內觀葉植物吊盆系列新商品 講究植物擺飾整體風格

產業趨勢

15 不管是送禮還是自用，玫瑰都最受歡迎！消費者最關心花色和CP值，對生產背景則興致缺缺？

21 2023年母親節十大玫瑰推薦

22 年輕族群偏好短莖規格 四成受訪者喜歡短於20公分的切花

23 到底是什麼年齡層的族群在買花呢？

25 有21.4%的人希望能在家裡送已故親人最後一程 為小空間所設計的自宅葬禮專用鮮花祭壇

26 經營喪禮、婚禮等鮮花裝飾的業者想要什麼樣的切花？

27 「線上葬禮」讓遠方親友不遺憾 更有減輕喪家負擔的「繼承諮詢」等一站式服務

29 可隨時訂購並在當日送達！葬禮花藝佈置業者提供美加地區即時的鮮花送貨服務

市場行情

30 日本花卉市場預測：2023年4月

32 日本花市三月份行情

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	

2023 洋桔梗品種展示會亮點分享

頂品農業生物科技（股）公司／許毓婕

各國洋桔梗生產條件及現況

在台灣，洋桔梗切花生產很特別也很有趣，全年都有生產，其中夏季生產特別困難，高溫高光導致來花節位數低，切花高度不足，生長熱障礙（根系生長不良、生理缺鈣、節間抽苔不順等），高溫導致花瓣數不足等各種常見的問題。

在日本，產地有分冷地（緯度較高）與暖地（緯度較低），冷地負責供應春夏切花，暖地負責供應秋冬切花。中國大陸的洋桔梗生產主要集中在昆明（熱帶高原氣候），日夜溫差大且日照充足，對洋桔梗來說是得天獨厚的優勢。在越南，也是在類似昆明的條件下生產。

上述幾個產區，都是利用天然的氣候條件生產洋桔梗切花，而台灣的產地沒有上述的優勢條件，只能透過品種作型（中早晚生）的選擇與生產端的技術造就全年可供應的現況。

與日本品種商合作進行品種測試

因應氣候變化日趨嚴重，頂品於 2018 年至今，持續與日本品種商合作進行品種測試，希望在台灣嚴苛的栽培環境下透過不斷的試驗種植找到適合在台灣生長的品種。

對於在日本育種的洋桔梗品種商來說，很難想像台灣夏季栽培環境的炎熱高溫（溫室內最高可達攝氏 45 度以上）與在田間種植會面臨到的各種環境挑戰。我們在這方面不斷的透過試驗種植與即時的資訊回饋，讓品種商了解夏季所需品種的條件。在這幾年的努力下，漸漸開發出越來越多適合夏季種植的晚生與中晚生品種。

另一方面，在冬季品種的開發方向上也增加更多豐富的花型與花色，在冬季百花盛開量產之際，洋桔梗仍能提供非常多元豐富的花形花色以滿足市場的需求。

2023 洋桔梗品種展示會亮點

在今年的展示會上，我們看到 SAKATA 與 SUMIKA 分別在品種作型與花色上，廣度的增加，這是從種源－種苗－栽培－市場，各方共同努力下產出的成果，以下分別介紹兩家公司今年展出品種的特色。

SAKATA

SAKATA 公司積極開發適合夏季種植的中晚生與晚生品種，過去夏季的品種多半花型較為普通，但近 5 年來，市場需求以大花蕾絲邊為主流，品種商也應市場需求推出新品種。

女王系列（Reina）

女王系列過去是以中生品種適合冬季生產為主，但近幾年開發的品種中，女王 3 型彩粉與女王 3 型白是適合夏季種植且花型花色受市場喜愛的品種。

新禧系列（Aube）

此系列是主打生長勢強健與栽培容易。但近期育種的方向也朝更加耐熱與花瓣數更加飽滿努力，新禧 4 型雪白已是夏季的白花主力品種，另外預計未來 1-2 年上市的新禧香檳 241 與新禧清新紫 436 等，都是這幾年不斷進行生長測試後預計推出的新品種。

短笛系列（Solo）

此系列是無花粉單瓣品種，是近兩三年開發的新品種。市場主流一直以來都是大花重瓣品種，單瓣品種的出現，增加了更多的風味。在花藝作品中，我們看到單瓣洋桔梗的應用性持續增加，單瓣品種帶來另一種清新柔和的感覺，不是一個塊狀花的強烈視覺飽滿感，而是更多線條與填充材的應用概念。

順風系列（Voyage）

此系列過去以花形花色佳但栽培不易的形象存在，有鑒於此，近期開發重點以栽培容易為主要的育種方向。如順風紫改良，順風黃改良，順風俏麗粉 706，順風淺粉，順風杏粉 744 等，都是生長勢強健栽培容易且花型花色佳的新品種。

SUMIKA

SUMIKA 公司的育種特色是花型花色非常豐富多元，大花的名人系列，耐熱型的新品種典雅系列，與花瓣厚實的阿羅莎系列，小夏系列，皮克斯系列，都是 SUMIKA 公司的育種成果。

名人系列（Celeb）

此系列的特色是生長勢強，花型佳，育種目標上也朝著栽培容易與提高抗病性努力。近期受歡迎的品種如，名人華麗白是冬季市場的白花主力品種。名人水晶淺紫與名人艾莉絲淺紫是薰衣草色系中較為暢銷的品種，其生長勢強花色花型柔和且枝條硬挺。名人亮粉 660 是今年的新品種，柔和的淡粉色與飽滿的花型是冬季淺粉色系的新選擇。

典雅系列（Elegance）

此系列是近兩年推出的新系列，主要因應夏季台灣的需求除了耐熱作型外，花型中也增加了蕾絲邊，為普遍花型選擇較單調的夏季品種增加了更多的變化。其中典雅綠，典雅雪白，典雅香檳，典雅芒果，典雅淡紫都成為夏季種植的新選擇。

阿羅莎系列（Arosa）

◀ 小夏深橘

此系列為玫瑰型中輪花，生長勢強健且花瓣厚實，其中阿羅莎彩粉與彩橘是近期推出的適合夏季種植的新品種。

小夏系列（Sabrina）

◀ 小夏橘

小夏橘是此系列中市場接受度很高的品種，主要是花瓣厚實與花色特殊。過去市場流通的主色為白、粉、綠、紫，小夏橘的出現，帶動了洋桔梗其他特殊色的需求。

皮克斯系列（Pics）

此色系為雙色系，紫白 / 桃白相間的紋路，厚實的花瓣，硬挺的枝條，是一大特色，特殊的花色在花藝使用上增添了不少趣味。

展示會中兩家公司總共展示了 124 個品種，其中有 20 新品種，透過不斷努力的品種測試在生產端與銷售端間找尋平衡，能夠讓台灣的洋桔梗更加多元發展，有豐富的品種才能夠迎合各消費族群的需求與喜好。期待疫情趨緩後，花卉消費市場能重新活絡，有一番新氣象。

2022 年日本中央批發市場花卉總交易金額公布較去年增加6%！

日期：2023/2/15
資料來源：花卉園藝新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

中央批發市場2022年總交易金額

市場		拍賣公司	億日圓	去年比%
八戶市		八戶花市	11.5	104.2
仙台市		仙台花市	44.0	103.3
		仙花	40.4	100.7
秋田市		秋田花市	20.1	103.5
東京都	北足立	第一花市	77.4	106.6
	大田	大田花市	317.0	112.1
		FAJ	243.2	104.3
	板橋	東日本板橋花市	71.0	107.4
	葛西	東京Flower Port	60.4	99.7
	世田谷	世田谷花市	89.4	111.8
		東京砧花市	50.1	95.4
川崎市北部		川崎花卉園藝	24.6	104.1
新潟市		新花	27.4	103.0
福井市		福井中央	5.2	107.7
神戶市東部		兵庫縣生花	30.7	102.8
廣島市中央		花滿	69.4	99.9
沖繩縣		2家合計	27.9	108.4
		總計	1209.7	106.0

切花交易金額增加

根據本報聽取日本各市場速報值後統計的結果，2022 年（1～12 月）日本全國中央批發市場花卉部總交易金額約 1,210 億日圓，為前一年的 106.0%。從 2020 年新冠疫情的負面影響導致花卉交易額大幅減少，到 21 年因為生活型態改變，花卉交易額反轉為大幅增加，甚至超過疫情發生前的 19 年。22 年再因為切花交易額增加等因素，交易金額是 19 年的 108.9%。

中央批發市場花卉部在 2022 年底時，在十都縣市有十四個市場，十八家公司進駐執行批發業務。這次統計的是十六家批發公司和一個市場，多數批發公司、市場交易額都超過前一年。

若和疫情前相比，22 年有十二家批發公司和一個市場的交易額超過 19 年。其中「大田花市」317 億是 2007 年以來交易額再度超過 300 億日圓（為前一年的 112.1%），是 19 年的 120.3%，交易金額大幅成長。若和 19 年相比，「花滿」（114.6%）和「東京砧花卉」（112.2%）的交易金額也都增加 10% 以上。

日本全國中央批發市場以東京都大田市市（交易額 560 億日圓，是前一年的 108.6%）表現最突出。和「大田花市」一起進駐營業的「FAJ」（243 億日圓，是前一年的 104.3%）交易額也超過 200 億日圓。其次是東京都世田谷市場（139 億日圓，105,3%）、仙台市市場（84 億日圓，102.0%）。

東京都中央拍賣市場 2022年各類別交易額

分類	數量		金額		平均價格	
		去年比%	億日圓	去年比%	日圓	去年比%
總數			908.5	107.2		
切花	768,910 千枝	98.5	616.9	110.7	80	112.3
切葉	48,965 千片	100.1	21.2	111.9	43	111.8
切枝	26,692 千束	100.9	64.9	108.4	243	107.4
盆栽計	22,674 千盆	95.3	153.4	98.0	677	102.8
盆花	11,520 千盆	96.9	45.3	95.5	393	98.6
蘭盆	1,100 千盆	98.3	42.5	99.6	3,858	101.3
觀葉植物	6,790 千盆	94.2	43.5	100.7	640	106.9
觀賞樹	3,264 千盆	91.4	22.2	95.1	682	104.0
花苗	2,463 千箱	93.1	47.9	94.4	1,943	101.4
其他花卉	446 千箱	109.8	4.2	98	950	89.2

東京都中央市場的切花和盆栽苗類表現截然不同

中央批發市場當中，東京都五個市場 2022 年的交易額是 908 億日圓（前一年之 107.2%），從各類別交易額來看，切花類是 703 億日圓（110.5%），盆栽 153 億日圓（98.0%），苗類 48 億日圓（94.4%），表現截然不同。

若看各項細目，切花類的切花、切葉、切枝交易量差不多都和前一年相同，但交易額增加 10% 左右。切花平均價格從 71 日圓上漲到 80 日圓。盆栽交易金額是前一年的 98.0%，交易量是 95.3%。除了觀葉植物交易額超過前一年，盆蘭交易額、交易量同前一年差不多之外，其他品項都明顯減少。苗類交易額是前一年的 94.4%，交易量 93.1%。

若和疫情前的 2019 年相比，22 年東京都中央市場的切花交易額是 19 年的 111.4%，交易量 93.1%，平均價格從 67 日圓上升到 80 日圓。盆栽交易額是 19 年的 110.1%，交易量 94.7%，平均價格從 582 日圓漲到 677 日圓。觀葉植物交易額是 19 年的 134.3%，交易量 104.6% 有增加。苗類交易額 109.6%，交易量 94.2%，平均價格從 1,670 日圓漲到 1,943 日圓。

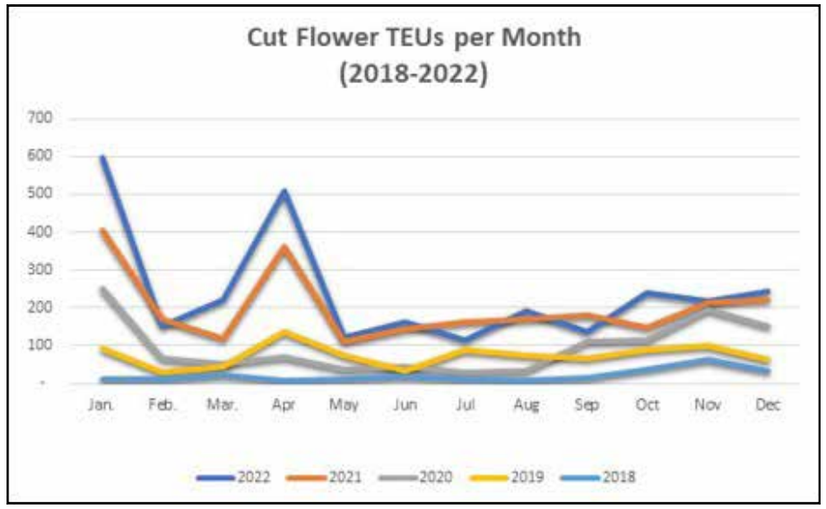
疫情發生之前整體交易量已有減少傾向。2020 年疫情開始後雖然交易量大幅減少，但是之後數量持平，沒有大幅變動。切花在 22 年交易金額也大幅成長。盆栽、苗類在 21 年雖然銷售佳，但 22 年卻不如 21 年；對比之前一時的熱潮，交易情況看來已回落。

進口到邁阿密港與美國的統計數據

切花的海運貨量穩定成長

日期：2023/3/14
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

海運的花卉數量持續穩定成長，邁阿密港是全美國最大的切花進口港，與 2021 年同時期相比，2022 年的切花進口量成長 19%，與 2020 年同時期相比則是增加 95%。



過去 5 年成長量驚人

過去 5 年來，鮮花的貨運量 TEU(20 呎標準貨櫃）有戲劇性的成長，從 2018 年的 254TEU 成長到 2022 年的 2,908 TEU。這個巨幅的成長主要發生在前 3 年，2021 年鮮花的貨運量是 2,407 TEU。當我們用交易額來看時，邁阿密港在 2022 年收到的切花交易額是 5,230 萬美元，與 2021 年的 3,810 萬美元相比成長 14.3%。

邁阿密港2018年至2022年的鮮花進口量（單位：TEU）

年份/月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	總計	平均
2022	596	150	220	509	122	164	116	193	137	241	218	242	2,908	242
2021	406	169	118	362	112	144	163	170	180	148	215	220	2,407	201
2020	252	65	52	72	38	43	29	35	110	113	194	150	1,154	96
2019	93	31	44	135	73	33	88	73	67	89	101	62	890	74
2018	11	12	23	9	12	19	12	9	15	37	64	33	254	21

Seaboard Marine 公司與邁阿密港

邁阿密港有超過 53% 的貨運來自拉丁美洲與加勒比海，而 Seaboard Marine 公司則是從邁阿密港到這些區域的主要貨運業者。Seaboard Marine 公司利用最先進的冷藏技術，從南美洲與中美洲出發的鮮花，可

2022年切花進口到邁阿密的國家分布（單位：TEU）

國家	2018	百分比	2019	百分比	2020	百分比	2021	百分比	2022	百分比	2021-2022 成長率	2018-2022 成長率
哥倫比亞	229	90.3%	697	78.3%	671	58.1%	1,581	65.7%	1,597	54.9%	1.0%	597%
厄瓜多	9	3.6%	155	17.4%	401	34.8%	752	31.2%	1,231	42.3%	63.6%	13470%
中國	2	0.7%	2	0.2%	10	0.9%	28	1.2%	31	1.1%	8.8%	1657%
義大利	3	1.2%	8	0.9%	17	1.5%	25	1.0%	25	0.9%	0.0%	733%
瓜地馬拉		0.0%	2	0.3%	13	1.1%	4	0.1%	7	0.2%	90.9%	N/A
奈及利亞	9	3.5%	14	1.5%	10	0.9%	4	0.2%	6	0.2%	50.0%	-32%
哥斯大黎加		0.0%	6	0.6%	16	1.4%		0.0%	6	0.2%	N/A	N/A
德國		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	4	0.1%	N/A	N/A
新加坡		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	2	0.1%	N/A	N/A
荷蘭	2	0.8%	0.4	0.0%	7	0.6%	0.1	0.0%	0.3	0.0%	138.0%	-85%
前10名總計	254	99.9%	884	99.4%	1,146	99.3%	2,394	99.5%	2,908	100.0%	21.5%	1045%
邁阿密港總計	254	100%	890	100%	1,154	100%	2,407	100%	2,908	100%	20.8%	1045%

以用穩定的溫度並完善的存放，在整趟旅程中處於休眠的狀態。Seaboard Marine 公司在過去 5 年間，已經成為海運到邁阿密港的龍頭，該公司不斷地投資在相關科技上，提供從哥倫比亞、厄瓜多以及瓜地馬拉的快送服務，而邁阿密港預期未來的貨運量會再成長。

2022年切花進口到邁阿密的國家分布（單位：美金）

國家	2018	百分比	2019	百分比	2020	百分比	2021	百分比	2022	百分比	2021-2022 成長率	2018-2022 成長率
哥倫比亞	$ 5,372,983	93.4%	$ 11,752,879	81.7%	$ 10,863,002	62.1%	$ 26,630,259	69.3%	$ 30,423,734	58.2%	14.3%	466%
厄瓜多	$ 153,907	2.7%	$ 1,937,705	13.5%	$ 5,481,567	31.3%	$ 10,771,313	28.0%	$ 20,446,951	39.1%	89.8%	13185%
中國	$ 31,897	0.6%	$ 56,560	0.4%	$ 44,174	0.3%	$ 358,501	0.9%	$ 494,158	0.9%	37.8%	1449%
義大利	$ 18,661	0.3%	$ 54,725	0.4%	$ 201,636	1.2%	$ 194,607	0.5%	$ 350,216	0.7%	80.0%	1777%
奧及利亞	$ 167,051	2.9%	$ 263,969	1.8%	$ 223,091	1.3%	$ 88,898	0.2%	$ 297,015	0.5%	200.4%	59.8%
德國		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	$ 206,828	0.4%	N/A	N/A
哥斯大黎加		0.0%	$ 113,550	0.8%	$ 345,103	2.0%		0.0%	$ 27,474	0.1%	N/A	-76%
荷蘭		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	$ 25,471	0.0%	N/A	N/A
瓜地馬拉		0.0%	$ 24,381	0.2%	$ 116,200	0.7%	$ 21,913	0.1%	$ 13,522	0.0%	-38.3%	-45%
荷蘭	$ 10,335	0.2%	$ 743	0.0%	$ 91,399	0.5%	$ 550	0.0%	$ 11,120	0.0%	1910.8%	8%
前10名總計	$ 5,754,834	100%	$ 14,204,552	98.7%	$ 17,367,032	99.3%	$ 38,066,145	99.1%	$ 52,271,489	100.0%	37%	808%
邁阿密港總計	$ 5,754,834	100%	$ 14,393,853	100%	$ 17,495,941	100%	$ 38,401,926	100%	$ 52,272,647	100%	36%	808%

多數的花來自於拉丁美洲

進口到美國的花卉大多數來自兩個國家，主要是厄瓜多（以 2022 年的貨運量 43%）與哥倫比亞（貨運量 39%）。另外，邁阿密的切花進口也是來自這兩個國家，55% 的貨運量來自哥倫比亞，來自厄瓜多則是佔了 42%。若是以交易額來算，來自哥倫比亞將近 3,050 萬美元，來自厄瓜多則是將近 2,050 萬美元。從邁阿密港進口花卉的大型公司，有專業的人負責處理花卉，也有最先進的冷藏設備來保存日益增加的花卉。

2022年美國各港口切花進口量（單位：TEU）

港口	2018	百分比	2019	百分比	2020	百分比	2021	百分比	2022	百分比	2021-2022 成長率	2018-2022 成長率
MIAMI	**254**	**8.8%**	**890**	**23.8%**	**1,154**	**32.3%**	**2,407**	**51.0%**	**2,908**	**51.7%**	**20.8%**	**1046%**
SAN DIEGO	302	10.5%	643	17.2%	494	13.8%	731	15.5%	1,174	20.9%	60.6%	289%
PT EVERGLADES	931	32.2%	733	19.6%	292	8.2%	409	8.7%	632	11.2%	54.7%	-32%
LONG BEACH	125	4.3%	124	3.3%	224	6.3%	152	3.2%	209	3.7%	38.0%	67%
LOS ANGELES	165	5.7%	192	5.1%	224	6.3%	232	4.9%	190	3.4%	-18.0%	15.0%
NEW YORK	367	12.7%	612	16.4%	633	17.7%	155	3.3%	148	2.6%	-4.3%	-60%
NORFOLK	19	0.6%	65	1.7%	62	1.7%	71	1.5%	55	1.0%	-21.8%	195.0%
PT HUENEME		0.0%		0.0%	10	0.3%	22	0.5%	52	0.9%	136.4%	420.0%
SEATTLE-TACOMA	170	5.9%	101	2.7%	83	2.3%	83	1.8%	51	0.9%	-38.5%	-70.0%
SAVANNAH	49	1.7%	87.0	2.3%	113	3.2%	95.0	2.0%	47.0	0.8%	-50.5%	-5%
前10名總計	2,382	82%	3,448	92%	3,289	92%	4,355	92%	5,467	97%	26%	130%
美國總計	2,888	100%	3,740	100%	3,569	100%	4,715	100%	5,627	100%	19%	95%

2023 年西洋情人節的狀況如何？

2023 年的進口數量較 2022 年有些微的成長，從 65,776,117 枝成長到 65,902,239 枝，但與 2021 年相比，則是有大幅的成長，2021 年只有 46,166,781 枝。檢視全年的狀況，多數的花來自哥倫比亞。以情人節來看，44.55% 的花來自哥倫比亞、24.21% 來自厄瓜多、27.11% 來自瓜地馬拉，還有 3.26% 是來自哥斯大黎加。大約有 43% 的花是玫瑰或者是玫瑰花束，其次是蕨類（12.49%）、菊花（4.86%）以及混合花束（6.04%）。

邁阿密港是全美最大的海運切花進口港

邁阿密港是全美最大的海運切花進口港，佔全國總量的 52%，總共進口了 2,908 TEU。其次是聖地牙哥港，占比 21%。

海運量增加

整體來看，邁阿密港海運量是成長的。2022 年邁阿密港的進口數量與 2021 年同期相比增加了 21%，若與 2020 年相比則增加了 152%。

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9511070/cut-flower-ocean-shipments-continue-to-rise/

IPM Essen 展覽會
在不安定的時期為園藝產業注入一劑強心針

日期：2023/3/1

資料來源：https://aiph.org/floraculture/

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

今年 1 月 2 日到 27 日於德國埃森展覽館舉辦的「埃森國際花卉園藝展（IPM Essen）」吸引了來自全球各地的參觀者。根據主辦單位 Messe Essen 的統計，共有來自 46 個國家、1,330 家參展廠商（新冠疫情前的 2019 年有 1,538 家），在寬達 10 萬平方公尺的展場中展出植物、切花、幼苗、科技、花藝以及園藝產業相關設備。

歡愉的氣氛

Messe Essen 的老闆 Oliver Kuhrt 樂見園藝產業回到面對面貿易的狀況，即便我們仍處於不確定的時代。他告訴 FCI（國際花卉園藝雜誌）：「在每一個展廳以及每一個攤位都洋溢著歡愉的氣氛。這個國際花卉園藝展的回歸是充滿活力且比預期的更國際化，有來自 100 個國家超過 4 萬名（新冠疫情前的 2019 年有 54,000 名）的產業人士來訪，擠滿了 8 個相鄰的展廳。（如果把 1A 的花藝展廳與地下一樓的Galería展覽走廊都算進來的話是10個）」

德國園藝產業的現況

在第 39 屆埃森國際花卉園藝展的前夕，德國中央園藝協會（ZVG）的主席 Jürgen Mertz，跟我們分享德國園藝產業的現況。新冠疫情帶來許多負面效應，他合理推測很多花農願意回到封城的首幾個月，那時候消費者被迫待在家裡，這也導致室內布置、園藝以及花園計畫的需求增加。然而，到了 2021 年 9 月，產業界收到市場趨緩的信號。5 個月後，俄羅斯開始入侵烏克蘭，這對歐洲來說有巨大的影響。

Mertz 繼續說道：「經濟與消費者都不穩定，穩定的能源供應對於不斷飆升的能源帳單有新的意義。不過，對種花與植物的花農來說，並沒有不同。我清楚的記得去年與 ZVG 會員的對話，我不斷的詢問他們如何負擔昂貴的帳單？」

2022 年德國的切花、室內植物、花園植物以及種苗銷量合計為 90 億歐元。這樣的銷售量大約與新冠病毒流行前的 2019 年相近，較低於 2021 年的 102 億歐元。

很多德國花農面臨 10% 的通貨膨脹率（相比之下盧森堡 4%，荷蘭 17%），市場波動與能源價格高漲都會降低消費者的需求與信心。當我們來看消費習慣時，德國全國平均花卉與植物消費額在 2022 年是 107 歐元，相較新冠病毒流行前的 2019 年 108 歐元已經降低。

經濟衰退的證明？

Mertz 對新的銷售季節充滿希望，「許多關於 2023 年的研究顯示，園藝的熱潮會持續，室內植物也一樣，他們受歡迎的程度尚未到達頂端。人們可能會存下額外的錢、減少奢侈品或假期的消費，以及延後購買新車，但是觀賞用植物不一定會衰退。然而，我們需要付出更多的努力，來提升消費者對產品的認識與需求。這個產業必須保持與消費者之間的連結。」

當我們提問對於德國政府給予這個產業的支持是否滿意時，他說：「從 2021 年 11 月開始，德國就由社會民主黨、綠黨以及自由民主黨組成聯合政府。所以，從我們的角度來看，我們需要更強的遊說技巧，在與政治人物溝通的過程中，討論總是偏向使用再生能源。但是實際上，園藝產業 60% 都是用天然氣來加熱，除了推廣再生能源的政策，我認為也應該為節能技術提供補助。」

消費者行為

德國花店協會（FDF）的 Klaus Götz 為我們解釋「不確定性」如何影響消費者的行為，「很幸運的，消費者還是很期待各種產品，我們推出符合期待的產品，並主動與顧客分享產品，對於提高滿意度以及購買決策有重要的影響。然而，普遍來說，還是有很多的不確定性，消費者感到不安而且很謹慎，我樂於看到更多的連結。」

Götz 認為當報紙頭條充滿壞消息時，花店將是讓人們逃離日常生活壓力的好途徑，「購物時人們會忘記壞消息，我們的工作就是要將這些美麗的產品客製化、製作成獨一無二的花束與布置。我對花農的建議就是要與潮流同步，而且要能跟上大眾對品質的要求。如此看來，這個新冠疫情對我們來說並不是那麼糟糕，它讓很多新的族群與年輕人對花與植物產生了興趣，認識新手園丁與家居佈置規劃師，並且樹立參考典範都是很重要的。」

本篇圖片來源：https://aiph.org/floraculture/news/ipm-essen-2023-gives-the-horticultural-business-a-powerful-push-in-uncertain-times/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=fcinews13mar23&utm_id=fcinews13mar23

婦女節對花卉產業的重要性

日期：2023/3/10

資料來源：Floral Daily

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

整個園藝產業都了解國際婦女節的重要性，每年 3 月 8 日，男性送花給身邊的女性表達愛與感謝，當然，也會送香檳、葡萄酒、大餐等其他禮物，但鮮花仍然是婦女節不可或缺的禮物。除此之外，對於出口花卉到東歐的人來說，每年就看這一個節日了。

不只是東歐

特別是在東歐國家，婦女節是很重要的一天。Dekker Chrysanten 公司的行銷經理 Warja Abrosimova 說道：「作為一個男性，在這一天無法忽視身邊的女性。當然那可能是你的太太、女朋友或者是媽媽，但也可以是你的姊妹、鄰居或者是同事。順道一提，在其他國家像是西班牙、義大利與法國也開始慶祝婦女節。」

婦女節的意義不盡相同

「在東歐，婦女節是將女性放在焦點的日子，通常在東歐國家，男性與女性的角色定位較為傳統，而男性只會在特定的時刻與節日將關注放在女性身上，像是婦女節。在西歐，男性與女性的角色就公平多了，男性通常在家庭裡扮演重要的角色，像是照顧孩子等等。」

Warja 特別指出，令人驚訝的是在這些西歐國家，會在婦女節談論女性平權的議題。「這是反映女性重要性的一個機會，但在東歐很不一樣，在那裡，婦女節是用來慶祝的，而不是用來抗議的。」

鮮花的銷售狀況良好

過去是含羞草，現在則是鬱金香、風信子與水仙花等等大受歡迎，這些也是代表春天的花。Warja 說：「整體來看，外國批發商的銷售狀況良好，但高價的花卉銷售狀況較差。很不幸的，烏克蘭還籠罩在戰爭的烏雲下，當你想到那些深陷在戰爭中的人們，或者是受戰爭影響的家庭時，就會覺得很可怕。當然，很多女性還是帶著鮮花，就像是走在聚光燈下，送花的男性也像隻驕傲的孔雀四處走動，看到這樣的場景，我們總是覺得很開心。」

企業與線上採購皆有成長

近年來，企業市場的重要性與日俱增，越來越多公司開始關注婦女節，送禮給員工與女性朋友，這當然也包括鮮花，這是一個成長的市場。Warja 說道：「由於新冠疫情，東歐也有線上訂購以及配送鮮花。雖然疫情的影響力降低了，我們觀察到男性與企業仍然在線上訂購花束，主要的原因是線上訂購非常便利。」

貿易經銷活動

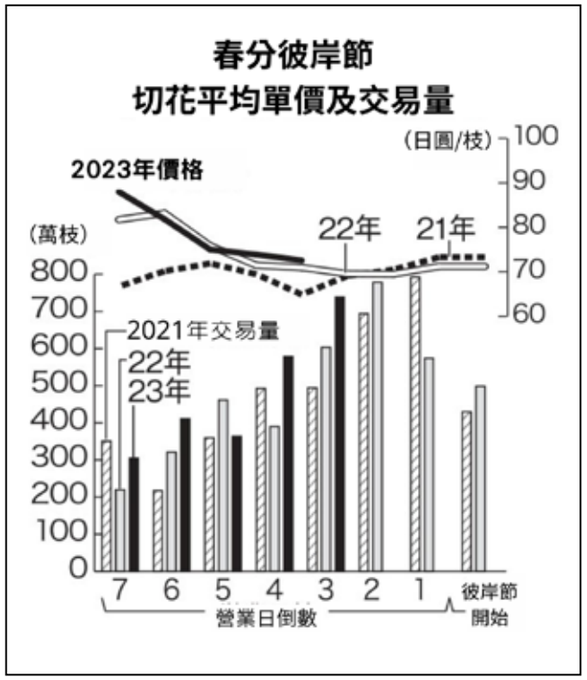
時至今日，在婦女節前夕送花給荷蘭貿易公司的女性員工，已經成為 Dekker Chrysanthemums 公司的傳統了。今年也不例外，育種者用美麗的花束來表達對這些女性的讚賞，當然，所有工作人員在最重要的時刻都表現十分優異。Warja 總結道：「對我來說，這是每年最重要的時刻。這些女同事辛勤的工作，我會用行動來表示感激她們的付出，這樣的感覺非常棒。世界上有很多事情同時發生著，但是這樣的行動或許讓婦女節顯得更加重要。有這麼一天可以暫時忘卻手邊的事，然後開心的慶祝，事實證明婦女節是花卉產業重要的一天。」

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9510393/women-s-day-remains-top-day-for-the-flower-trade/

回顧日本春分彼岸節切花行情

日期：2023/3/14
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

為了日本的春分彼岸節（3 月 18 日起七天），切花交易進入高峰。3 月 13 日切花的日農平均價格（七家各地區大型批發商合計）是一枝 73 日圓，比往年（過去五年平均）高 16%。由於氣溫上升，所有品項都到貨集中，從前一個交易日開始價格小幅下滑，二月以來居高不下的花價開始下跌。東京都內的花卉批發商認為，「高價疲勞和到貨充裕導致交易不熱絡。菊花呈現下跌趨勢，西洋花類到週末前可望維持行情。」



菊花——下跌趨勢

日農平均價格從二月到三月上旬一直居高不下，維持在比往年高三成的 80 幾日圓，因為氣溫上升、到貨增加才開始下跌。3 月 13 日是春分彼岸節前的倒數第三個交易日，當天彼岸節用的日式花卉和迎新送舊用的西洋花類都比往年貴一、二成，和去年貨少價高的行情差不多。

同一天小菊比前一個交易日下跌 4 日圓，一枝 43 日圓，比往年貴 26%。由於主力產地沖繩栽種量減少，到貨量比往年少二成，可是比起去年同期缺貨的情況已多了一成的貨量。

輪菊比前一交易日便宜 2 日圓，一枝 74 日圓。雖然比往年貴 11%，但另一個批發商認為「到貨比之前預估的更集中，白菊有充裕感，買氣遲緩。」由於生產成本增加，訂貨價格上漲，量販店訂貨量減少。

鐵砲百合因為栽種減少，絕對量不足，價格比往年貴 16%，一枝 154 日圓。

西洋花類——行情持續看漲

西洋花類也正進入畢業典禮等迎新送舊的需求高峰。玫瑰（單朵型）比前一交易日上漲 8 日圓，一枝 137 日圓，比往年貴 14%。和其他品項相比，玫瑰到貨量增加幅度較小，行情看漲。批發商表示「日本國產貨量仍少，但來自印度等國的進口貨充足，不像去年因為烏俄戰爭到貨不穩而充滿緊迫感。」

荷蘭種苗公司推出一系列菊花新品種

日期：2023/3/7
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

荷蘭種苗公司 Brandkamp 推出新品種菊花。經過長時間的選種程序，一個完整的產品系列即將問市。

德里金黃、德里粉、德里鵝黃與德里杏桃 ▶

德里家族（Delhi family）

此菊花品種系列有 4 種顏色：德里金黃、德里粉、德里鵝黃與德里杏桃（Delhi Gold, Delhi Pink, Delhi Yellow, and Delhi Apricot）。德國育種者與幼苗花農說道：「這 4 種產品生長的速度相似，栽種上容易很多。大型又明亮的花朵直徑有 7 公分，綠色的花心可以維持很長的時間，非常具有吸引力，這個系列的光週反應時間大約 7 週，算起來真的挺快的。」

Almaty

Almaty

這款新品種很特別，它是單花的類型，顏色由兩種粉紅色組成，尖花瓣帶點銀色，是款百搭的花卉，也是精緻花藝的理想花種。它的光週反應時間是 8 週，生長速度很平均。

Yeti, Xian, Ceylon

Yeti、Xian 和 Ceylon

這些產品是前兩年發表的除蕊品種，Yeti,、Xian 或 Ceylon 等品種擁有優雅的裝飾性花型或大朵的絨球花，是全新一代的除蕊菊花。當然他們的用途廣泛且可以組合，對除蕊大菊的復興會有很大的貢獻。

白色 Branangel 與粉色 Branangel

Branangel

在多花型盆菊品種中，有兩款新品種即將上市：白色 Branangel 與粉色 Branangel。所有早熟品種在正常的栽種下可以在 8 月就開花。習性更好、球型更圓，對早熟品種來說最重要的活力，也比之前的品種來的更好。

Branlion

Branlion

Branlion 花瓣是橘金色、花中心是紅色的，這款花卉最能代表秋天的顏色。這種花與向日葵、南瓜及帚石楠在季節裝飾上非常出色。花期是 10 月初，時間點配合的非常好。

本篇圖片來源：https://www.floraldaily.com/article/9509113/brandkamp-selects-new-products-for-cut-chrysanthemums/

室內觀葉植物吊盆系列新商品 講究植物擺飾整體風格

日期：2023/2/7
資料來源：PR TIMES 株式会社リッチェル
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本「Richell」公司的園藝用品部門在其網路商店推出可以在室內擺飾觀葉吊盆的「Botany 直立式盆栽吊柱」系列新商品，包括：一次可以展示很多植物的「Botany 直立式盆栽吊架」與方便移動的「Botany 附腳輪直立式盆栽吊柱」。

「Botany 直立式盆栽吊架」的上方框架、柱體和底座都可以擺飾植物，由於一次能夠展示很多植物，可以把家裏的盆栽好好整合在一起。柱體中央掛上 S 型掛鉤就可以擺飾最近很受歡迎的鹿角蕨等攀附在木板上的植物。

「Botany 附腳輪直立式盆栽吊柱」方便移動，不論是要推植物去曬太陽或是打掃時要移動都很方便。腳輪屬於隱藏設計，不會和裝潢風格衝突。

這兩項商品都可以另外購買掛勾、置放盤來自由組合，隨自己喜愛擺飾吊盆植物或迷你盆栽。吊掛盆栽的掛勾以 S 型掛勾較適合，掛起來植物比較不會碰到柱體，比較好看。置放盤有一定的深度，盆栽直接放置其上也不怕澆水會溢出來。掛勾和置放盤都可以自由調整吊掛方向和高度，方便植物曬到太陽。這一系列商品都經過精心設計，好用且不傷植物。

本篇圖片來源：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000012.000085066.html

・商品內容

Botany 附腳輪直立式盆栽吊柱（黑、白兩色）

Botany 直立式盆栽吊架（黑、白兩色）

▲【另售】Botany 吊柱用置放盤

◀【另售】Botany 吊柱用掛勾

消費者問卷調查

不管是送禮還是自用，玫瑰都最受歡迎！
消費者最關心花色和 CP 值，對生產背景則興致缺缺？

日期：2023/3/14
資料來源：Floral Daily
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

根據日本農業新聞的調查，消費者送花時最想送的花由玫瑰獲得壓倒性的人氣。除了因為連續劇而受到矚目的滿天星之外，蘭花等帶有高級感的品項也進入排行前幾名。至於日常生活中想要擺飾的鮮花，包括產量增加的陸蓮花等季節性花卉以及觀葉植物都進入排行前十名。

另外關於消費者在買花時最重視的條件，是「色彩」的票數最高，其次差不多同樣重視的是「價格」，接著是「花的種類」、「花束設計」。至於會讓人想要買花的資訊以「延長觀賞期的方法」居首位。很多人表示想知道如何選花，二十幾歲族群則想知道花語。另一方面，受訪者對於花卉的生產背景則興趣缺缺。想要提升花卉的附加價值，當務之急是積極對外傳遞資訊。

消費者在日常生活中想擺飾的花、送禮時想送的花

名次	自用		送禮	
	品項	回答比例	品項	回答比例
1	玫瑰	37%	玫瑰	65%
2	滿天星	27%	康乃馨	40%
3	非洲菊	25%	滿天星	21%
4	鬱金香	24%	鬱金香	18%
5	洋桔梗	22%	洋桔梗	17%
6	康乃馨	21%	非洲菊	16%
7	向日葵	20%	百合	16%
8	百合	18%	向日葵	16%
9	陸蓮花	14%	蘭花	15%
10	觀葉植物	13%	陸蓮花	11%

陸蓮花人氣上升・觀葉植物人氣穩固

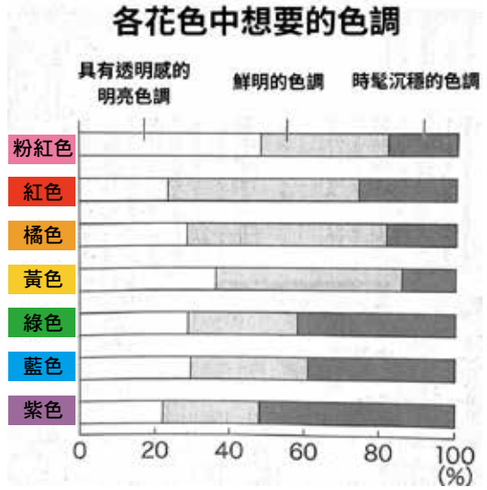
針對花卉需求和買花時機，本報在網路上對日本全國 446 位 20 ～ 60 幾歲男女進行了問卷調查。

「如果要送禮的話想送什麼花？」（可複選），對於這個問題，經典的玫瑰得到了壓倒性的第一名，65% 的人都選擇玫瑰。第二名是康乃馨（40%），應該是因為康乃馨是母親節花禮的象徵，說到送花就想到康乃馨。第五名洋桔梗（17%）的日本國內生產額超過康乃馨，人氣已經很穩固。至於蘭花和百合等具有高級感的品項，很多男性都想用來送禮。

「日常生活中想要擺飾的鮮花？」（可複選）這一題仍是由經典的玫瑰（37%）奪冠。第二名之後差距都很小，依序是滿天星（27%）、非洲菊（25%），其次散發季節感的品項也很受歡迎，像鬱金香（24%）和向日葵（20%）也在前十名。

逐漸形成專門產地、出貨量也增加的陸蓮花（14%）受到男性大力支持，人氣範圍擴大。花色、花形多彩多姿的非洲菊和鬱金香則很受女性喜愛。

關於花色方面，詢問受訪者想要的色調，粉紅色以「具有透明感的明亮色調」獲得半數支持。紅



色和橘、黃色等暖色系則以「鮮明的色調」最多人選。東京都內的花店人員表示：「疫情造成的行動限制逐漸緩和，愈來愈多客人送禮時想要送花色明亮的鮮花。」這應該是心態開放的影響。至於藍、紫、綠等冷色系，票數最集中的答案是「時髦沈穩的色調」。

這次藉由消費者調查結果來探索花卉趨勢，希望提供生產者和產地在選擇品種和擬定銷售策略時的參考。

針對年輕消費者加強推薦

根據這次調查結果， 觀葉植物也有進入「想在自家擺飾的花卉」前十名，代表觀葉植物的高人氣並不是疫情期間一時的熱潮。陸蓮花等草花的人氣也有增加，由此可知即使銷售期間有限，但季節感和多彩多姿的花色、花形仍可促進消費。菊花雖然一直給人拜拜花印象，不過受訪的二十幾歲男性族群仍有一定比例給予好評。如果要擴大花卉消費，一定得針對年輕族群加強推薦花卉的多種用途。

重視色彩和ＣＰ值・不關心生產背景

「買花時重視什麼條件？」（可複選三個答案），調查的結果由「色彩」（46%）攻占首位，不分年齡、性別，多數人都很重視色彩。「價格」（44%）則以些微差距高居第二，也是買花時的重要基準。其次依序是「花的種類」（29%）和「花束設計」（26%）等與外形相關的因素。「鮮度」（22%）和「觀賞期長短」（20%）也排在前幾名。由於觀賞期長短直接影響 CP 值，重視此項條件的人也偏多。

關於「這幾年買花的頻率？」，回答「沒有改變」（52%）的人最多，「減少」（14%）居次，也有一定人數回答「增加」（9%），由此可見，花卉消費確實還有擴大的機會。

至於「看了會讓人想要買花的資訊」（可複選），則以有助於延長觀賞期的「買花後的管理方法」（16%）最多人選，其次是「擺飾和搭配法」（15%）比例也很高，顯示很多人想要更了解鮮花的使用建議。選擇「花語及花卉代表的意義」（13%）的以二十幾歲族群居多，超過二成。也有很多人表示「不曉得該買什麼花才好」。想要知道「當季花卉和各品種特點 」（8%）的也有一定的票數。

「產地情報 」（2%）和「 友 善 環 境 」（2%）等有關生產背景的答案很少人選，受訪者對這些不表關心。大田花卉花之生活研究所所長桐生進指出：「由於資 訊 傳 遞 不 足，消費者不清楚可以對生產過程的哪一部份感興趣。」

另一方面，他也表示「產地已做得很好，足以成為買花的附加價值。」為了讓消費者容易了解，積極對外傳遞資訊十分重要。

是否站在消費者的角度

物價持續高漲，更加突顯很多消費者對鮮花這項嗜好品的價錢也很在意。生產成本增加若想轉價到消費者身上，重要的是能否讓消費者接受。花農在生產時努力降低環境傷害、花費心力提升觀賞期等雖然足以成為極高的附加價值，但是消費者還無法理解。花卉業界必須站在消費者的角度，團結一致，加強推動商品宣傳及企劃。

2023 年母親節十大玫瑰推薦

日期：2023/3/16
資料來源：https://thursd.com/
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

鮮花是最受歡迎的禮物，特別是玫瑰花，也是對媽媽表達愛意的好方法。這份母親節 10 大玫瑰的清單，可以幫助你決定要送哪一款品種和顏色給親愛的媽媽。

母親節玫瑰象徵的意義與顏色

Rose Freedom

這種大膽的紅玫瑰非常吸人眼球、強烈而刺激。這位紅色美人還可以為你規劃的任何母親節場合或活動增添浪漫的魅力。Rose Freedom 非常受歡迎，有大型的杯子花型，而且質地非常柔軟，花瓣是傳統的正紅色，適合各種的慶祝場合。

Rose Explorer

Rose Explorer 是一款吸引人的品種，具有深沉的天鵝絨般色調。大杯型花朵且有香味。

Rose Mondial

光彩奪目的白玫瑰，也是最受歡迎的婚禮玫瑰。這種玫瑰華麗而清爽，傳達出一種寧靜的感覺，適用於任何場合。Mondial 是非常精緻的玫瑰，不僅僅是因其明亮而獨特的顏色，也因為其花瓣捲翹的形狀。

Rose Vendela

另外一款耀眼的母親節玫瑰是 Rose Vendela，它是現今最受歡迎的象牙色玫瑰切花。這種玫瑰的每一片花瓣都呈現完美的象牙色，在綻放時，品質很穩定，無論在新娘捧花或者其他場合的花藝布置都能出色搭配。

Rose Pink Floyd

Rose Pink Floyd 是全球聞名的熱門粉紅玫瑰，花朵尺寸、開花的過程以及淡雅的香味而享譽國際。如果可以照顧得宜，Rose Pink Floyd 與其它母親節玫瑰將可以保存 12~14 天。

Rose Nena

Rose Nena 的中心是淡粉紅色，花瓣外緣是更淡的粉紅色。在適當的照顧與處理下，Nena roses 的賞花期可達 12 天。

Rose Playa Blanca

用西班牙文的白色沙灘來命名的這款美麗白沙色玫瑰有兩個中心，使它成為婚禮花卉的最佳選擇，但更重要的是白色象徵忠誠與純潔，也因此成為最適合母親節的玫瑰。

Rose Esperance

Esperance 玫瑰是雙色玫瑰，帶有復古氣息，有獨特的淡粉紅色，花瓣外緣略帶綠色，其皺褶的花瓣是最大的特點。

Rose Candlelight

傳統奶油色的玫瑰，花心帶著一絲溫暖的桃紅色，具有現代風格。

Rose Mandala

Rose Mandala 是一種可愛的粉紅色玫瑰，她的特點是漂亮的皺褶邊緣和迷霧般的奶油色花瓣，往中間就會變成粉紅色，是一款用途廣泛的玫瑰。

本篇圖片來源：https://thursd.com/articles/10-roses-for-mothers-day、https://www.samisachaflowers.com/detail-product/wholesale-freedom-rose、https://www.royalflowersgroup.com/product/roses/white/candlelight/

切花長度喜好調查

年輕族群偏好短莖規格
四成受訪者喜歡短於 20 公分的切花

日期：2023/2/21
資料來源：日本農業新聞
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

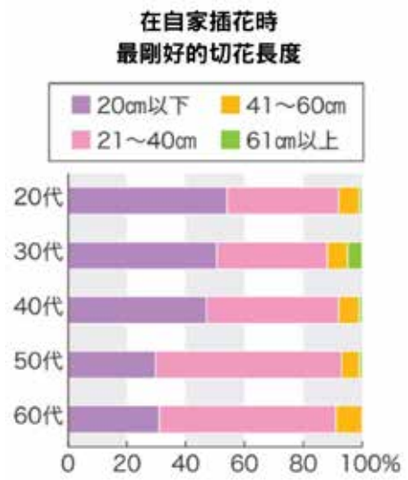
根據日本農業新聞的調查，在自家插花時越年輕的族群越偏好短莖切花。二、三十歲受訪者半數以上都回答切花二十公分以下使用起來剛好。整體受訪者也有四成的人支持二十公分以下的長度，多數人都想使用短莖切花。市場對短莖切花也好評不斷，期待生產端能配合消費需求來生產。

對於「在自家插花時最剛好的切花長度」這個問題，49% 的受訪者回答「21 ～ 40 公分」比例最高，其次是「20 公分以下」43%，由此可見短莖切花的強烈需求。選擇「41 ～ 60 公分」的有 7%，市場上一般流通的「61 公分以上」只有 2% 的人選擇。

短莖切花的人氣也展現在消費動向上，比如：定期配送 30 公分左右切花到客戶信箱的訂閱制服務大受歡迎、適合短莖切花使用的 10 公分左右花瓶也在日本全國連鎖雜貨店熱賣。

年紀越輕越偏好短莖切花。五、六十歲族群選擇「20 公分以下」者只有三成，四十歲族群不到五成，二、三十歲族群則有半數以上支持。

提供訂閱制服務的業者「bloomee」所提供的長度約 30 公分的切花（右）擁有高人氣



從用途別來看，「20 公分以下」的切花有四成用來祭拜、掃墓，三成用來送禮，由此可知，小型花束在拜拜和送禮方面也愈來愈受歡迎。

以往短莖切花在出貨時多半被歸類為下級品，現在市場打算推動新的短莖規格。花束加工業者也表示，即使和一般切花價格相同，短莖花更方便操作。如今生產成本持續居高不下，配合需求進行生產變得更加重要。

此項問卷調查是以日本全國二十～六十多歲男女共 446 人為對象在網路上進行。

本篇圖片來源：https://www.agrinews.co.jp/news/index/138183

到底是什麼年齡層的族群在買花呢？

從戶長的年齡切入探討

日期：2023/3/14
資料來源：株式会社大田花き花の生活研究所
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

【日本全國（切花及園藝植物）每月購買頻率、支出金額趨勢】

(每戶為兩人以上家庭)

切花		2022年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
購買頻率（次）		0.40	0.48	0.89	0.57	0.65	0.52	0.62	1.03	0.79	0.51	0.43	0.89	7.77
支出金額（日圓）		420	432	1,013	588	688	461	514	1,083	786	530	434	1,043	7,992
（去年）	購買頻率	0.42	0.54	0.89	0.61	0.67	0.54	0.64	1.00	0.86	0.57	0.47	0.97	8.18
	支出金額	379	462	948	527	663	495	537	1,052	846	466	497	1,027	7,899

園藝植物		2022年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計
購買頻率（次）		0.12	0.22	0.49	1.03	1.25	0.46	0.23	0.22	0.36	0.54	0.50	0.34	5.75
支出金額（日圓）		96	155	408	672	869	295	183	138	252	356	384	325	4,132
（去年）	購買頻率	0.14	0.28	0.52	1.03	1.22	0.45	0.21	0.23	0.43	0.48	0.47	0.30	5.77
	支出金額	115	207	365	673	840	350	133	177	271	337	376	295	4,139

數據來源：日本總務省統計局 家計調查

最近日本 2022 年家戶平均切花支出金額公佈，二人以上家戶一年平均切花支出是 7,992 日圓。

那麼，到底是什麼年齡層的族群在買花呢？我們從戶長的年齡切入探討。

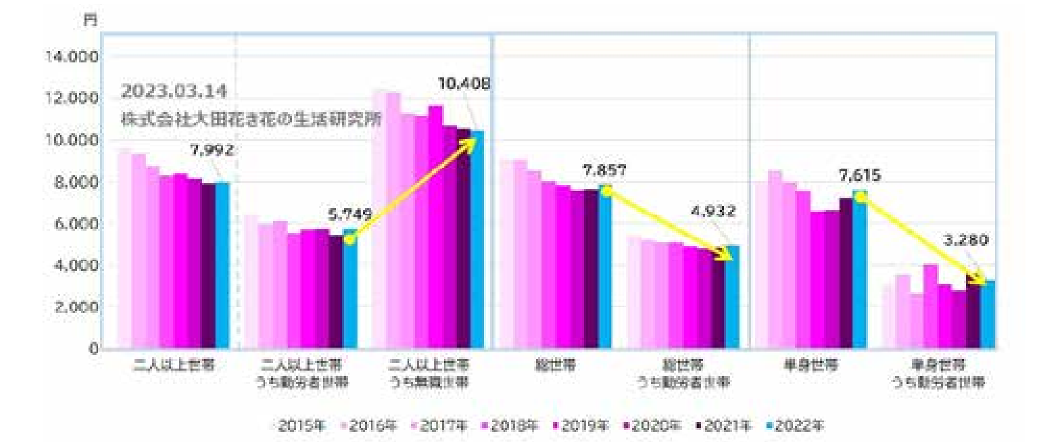
下圖是 2015 年到 2022 年依照戶長年齡層整理出來的家戶切花支出資料。旁邊另外附上「勞動者（戶長為受薪族、小型工商業者、農民或勞力工作者等）家戶」的統計資料。

有趣的是，整體而言「勞動者家戶」的切花支出都比較少。是因為待在家裏的時間少嗎？一般來說，勞動者家戶的收入應該比較高，但花卉支出卻是無業家戶（戶長無業）較多，這表示高齡族群比較多人購買切花。

接下來請看下方圖表。

最左邊是二人以上家戶整體平均切花支出，旁邊是勞動者家戶的切花支出。相對於勞動者家戶的 5,749 日圓，其右邊無業家戶的平均切花支出是 10,408 日圓，高達 1.8 倍。

本篇圖片來源：花研カレンダー by 大田花き花の生活研究所、https://www.otalab.co.jp/blogs/52110



正中央框框的總家戶資料（平均切花支出 7,857 日圓）是把二人以上家戶和單身家戶的資料合計而來，旁邊則是總家戶當中勞動者家戶的平均切花支出（4,932 日圓），從這項統計可以看出還是無業家戶的平均切花支出較多，這表示不論二人以上家戶或單身家戶，原本無業家戶的切花支出就比較多。

2022 年整體切花消費略有成長，從圖表來看，22 年支出較前一年增加的應該是單身家戶中的無業家戶和二人以上家戶中的勞動者家戶。

另外，下圖是從家戶收入來看切花支出。家戶收入以 50 萬日圓為一個級別，分得很細。藍線是二人以上家戶整體資料，橘線則是二人家戶中的勞動者家戶的切花支出金額。從此圖可以看出，除了年收 1,500 萬以上的家戶之外，年收 250 ～ 350 萬日圓的家戶似乎比較常買花。

先不管年收 1,500 萬以上的家戶，若把切花支出較多的地方用紅色圈起來，可以看出整體而言年收 250 萬～ 450 萬日圓的家戶切花支出較多。

下表文字過小先請見諒。最左邊一格是年收「不到 200 萬日圓」，然後以 50 萬日圓為級距，最右邊一格是「1,250 ～ 1,500 萬日圓」，依序整理了 2022 年不同家戶收入的切花支出金額（二人以上家戶）。

200万円未満	200-250万円	250-300万円	300-350万円	350-400万円	400-450万円	450-500万円	500-550万円
6,424	7,115	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	7,871	7,468

550-600万円	600-650万円	650-700万円	700-750万円	750-800万円	800-900万円	900-1,000万円	1,000-1,250万円	1,250-1,500万円
6,530	7,038	7,374	7,074	6,214	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

花卉消費確實受社會經濟影響很大，可是平均每戶的切花支出似乎並沒有和家戶所得成正比。這個趨勢在園藝植物支出上也一樣。

以上是一些參考數字，希望藉此了解一下什麼族群在買我們的切花。身為花卉業界的一份子，不論年輕世代、高齡族群或無業家戶，對我們而言永遠都是重要的客人。

有 21.4% 的人希望能在家裡送已故親人最後一程

為小空間所設計的自宅葬禮專用鮮花祭壇

日期：2023/2/1
資料來源：https://www.atpress.ne.jp/
台灣花卉輸出業同業公會 編譯

日本的日比谷花壇公司旗下的「日比谷花壇的葬禮」從 2023 年 2 月開始提供三種自宅葬禮專用的鮮花祭壇「回家吧」，以豐富繽紛的鮮花妝點自宅有限的空間，鄭重送別故人。

這次的商品是「日比谷花壇的葬禮」發揮目前為止為客戶設置自宅鮮花祭壇的施工經驗和技巧，針對因為空間不夠大等因素而想放棄在自宅舉辦葬禮的人提供一個新的選擇。包括：以黃色為主色調、明亮充滿活力、彷彿可以從這些鮮花獲得滿滿活力的**「向陽處」**；令人印象深刻的心型花藝作品，色彩溫和的花朵讓人感受到溫暖的**「目光」**；簡單卻兼具格調與威嚴，使用蝴蝶蘭製作，以白色綠色為基調的**「林間陽光」**等共三種選擇。另外也推出「鮮花裝飾」，可供喪家擺放在餐廳、玄關或洗手間等參加自宅葬禮者可能經過、使用的地方。

因應這三種鮮花祭壇的推出，「日比谷花壇的葬禮」以居住在首都圈的 35 歲以上男女（439 名）為對象進行了「自宅葬禮相關問卷調查」。調查結果顯示，78.6% 的人因為自家空間狹小等理由而不想舉辦自宅葬禮，但是也有 21.4% 的人因為故人生前住院或在養護設施，不是在自家往生，希望最後可以讓故人回到充滿回憶的家，在家裡送別故人。此外，59.6% 的人認為可以在自宅舉行葬禮，而認為無法舉行的人主要都是因為空間不夠的問題。

『回家吧』三種自宅葬禮用鮮花祭壇介紹

使用大量文心蘭，彷彿在彈跳一般、充滿活力的花姿是其特點。包圍遺像的花圈也令人印象深刻，似乎能讓人心情開朗向前。插在黑色造型花器的花藝作品十分醒目。推薦給想在自家開朗送別故人的喪家。

本篇圖片來源：https://www.atpress.ne.jp/news/344244、https://www.hibiya-lsp.com/info/news_detail.html?news_id=312

「日比谷花壇的葬禮」有鑑於住宅空間問題，並考量家族的心聲，特別企劃並推出了溫暖的自宅葬禮用鮮花祭壇。重要的親人當然希望在住習慣又熟悉的自宅送別。即使空間有限，也想佈置滿滿的花與綠，與故人度過最後告別的時間。

心型花藝作品為主的粉紅祭壇令人印象深刻。整個祭壇採用淡粉紅、淡紫色，格調高雅。左右兩邊圓形花藝作品幫襯之下，光看就覺得心情變溫柔。可愛的洋桔梗像荷葉邊一般襯托著大器的白色大理花。推薦給想和故人溫柔告別的喪家。

此鮮花祭壇整體大量使用蝴蝶蘭，令人印象非常深刻。白色和綠色為基調，推薦給想要簡潔設計的喪家。散發清潔感，給人清爽的印象，但又不失莊嚴。蝴蝶蘭十分受愛花者喜愛。這個商品是兼具格調和威嚴的傳統祭壇。

適合擺放在玄關或桌上的花藝品。小小的鮮花擺飾讓自宅更顯華麗，可以依照季節來變換花色和花種。

鮮花佈置業者的心聲

經營喪禮、婚禮等鮮花裝飾的業者想要什麼樣的切花？

日期：2023/3/2

資料來源：日本農業新聞 /「YOU 花園」社長 山田大平

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

公司簡介

「YOU 花園」主要針對日本關東地區經營喪葬、婚禮等鮮花裝飾及零售。2022 年經手的葬禮佈置件數約 2 萬 2,000 件。

現在日本市場提供的切花規格花莖過長，用來佈置鮮花祭壇往往製造很多垃圾。不過就算花莖變短，如果太細也不行；花莖太細的話，插起來支撐力不夠，整個祭壇的設計就毀了。我們想要的是花莖粗又強健、花朵份量十足、長度又比市場規格短的切花。

不同品項需要的長度也各不相同。主要用在祭壇鑲邊的輪菊需要 75 公分左右，多花菊和康乃馨則以 65 公分最理想。

鮮花祭壇不可或缺的白色康乃馨

鮮花祭壇使用量最多的是白色康乃馨；可以用在祭壇鑲邊，也可以染成藍色用在以海洋為主題的設計或針對男性的祭壇。日本國產康乃馨特別缺少白色品種，期待日本國內花農能夠增產。

康乃馨以進口貨為主，但受到進口成本高漲及新冠疫情導致日本國內需求縮減等影響變得很難取得。如果在到貨青黃不接的時期日本國產貨能夠維持穩定的品質和產量，我們願意更積極的採用日本國產貨。像是產地從高冷地轉換到暖地時，希望提供的產品依然具備足夠的長度和粗度。

白色輪菊也是我們必需的花卉。關東地區習慣用已開花的白輪菊來進行裝飾，可是市面上的商品幾乎都是含苞狀態。若產地能提供已開花的輪菊，我們購入後就不用再花工夫讓其開花，更方便使用。

切葉佈置還有成長的空間

我希望能夠使用更多切葉來裝飾祭壇。像是填滿花朵之間的空隙或是呈現立體感等應該會很好用。麗莎蕨和菝葜類（Smilax）似乎都很適合，可是目前都必須仰賴進口。看到疫情造成的觀葉熱潮以及現在婚禮流行的綠色佈置，我認為祭壇的切葉佈置也還有成長的空間，希望花農嘗試投入生產或增加產量。

「線上葬禮」讓遠方親友不遺憾
更有減輕喪家負擔的「繼承諮詢」等一站式服務

日期：2023/1/5

資料來源：PR TIMES 株式会社マイクロウェーブ、https://daidou.ltd/at-sougi/

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

由日本的 Microwave 公司經營的「@葬儀」，專門提供利用網路參加葬禮的服務，以滿足遺族、葬禮參加者、葬儀社等葬禮相關人士的各種需求。除了「共享葬禮」之外，還可以從收到的線上訃文直接訂花送過去，也可以經由線上殯儀館傳送訊息和奠儀給遺族。「@葬儀」重視相關人士對故人的思念，提供包括線上葬禮等各種服務，希望藉著毫無遺憾的告別，幫助相關人士繼續向前邁進。

「@葬儀」從 2020 年 4 月公開上線以來，到目前為止引進了 180 家以上的葬儀社，一年約有 10,500 件葬禮使用這個服務。

「@葬儀」的主要功能

1. 參加葬禮

設置網路殯儀館，故人的遺像、充滿回憶的照片、葬禮的實況等都可以看到。除了「現場直播」之外，也可以製作追悼網頁。

2. 訃文指導

可以用電子郵件或社群媒體等日常聯絡方式來發送訃文。方便收到訃文者進行確認，也可以經由訃文來訂購供花、供品等。

3. 共享充滿回憶的照片

可以傳送訊息和影像給喪主、遺族。如同身在殯儀館一般，弔唁的話語、對故人的回憶等都可以在此傳達。

4. 奠儀

在網上刷信用卡，喪主就可以收到奠儀。免除現金管理的風險和統計作業等。

5. 現場直播

無法親自前來喪禮現場也可以經由線上殯儀館的直播看到現場情況。

6. 訂購供花、供品

收到訃文後可以直接線上訂購供花、供品。對於家裏沒有傳真機的人十分方便。

增加新的服務功能

隨著高齡人口增加，喪葬業界預估葬禮件數也會增加，可是由於其他業種的加入以及葬禮趨向簡單化小型化，葬禮單價有下降傾向。對葬儀社而言，在這種大環境下如何繼續經營成為一大課題。

此外，為了和故人好好告別，必須儘可能減輕遺族的負擔，然而遺族對於繼承等手續並不熟悉，依據個別情況可能必須諮詢各式專家，對遺族而言是很大的負擔。

因此「@葬儀」這次新增「供花、祭壇批售服務」和「繼承諮詢服務」二個功能。希望透過這些服務，支援喪主和喪禮參加者好好完成與故人的告別，並有助於葬儀社業者的經營。

新服務功能「供花、鮮花祭壇批售服務」

「@葬儀」與「Beauty 花壇」公司簽訂業務合作契約，將以更便宜的價格提供比以往品質更佳的供花和鮮花祭壇。如此一來將使這方面的服務更加完備，葬儀社可以穩定進貨及提供供花，滿足喪主及喪禮參加者的各種要求。

對葬儀社而言，可以用更便宜的價格進貨，代表收益率有望提升。

新服務功能「繼承諮詢服務」

由於繼承牽涉到的專家種類很多，不同的手續必須和不同的負責人商談，對不少喪家而言負擔很重。「@葬儀」提供的繼承諮詢服務有專人負責，採一站式服務，可以減輕喪家負擔。

對葬儀社而言，提供繼承諮詢作為售後服務的一環可以拓展公司事業領域，提高顧客滿意度和企業價值。

「@葬儀」將持續改善服務機能，開發新的服務項目，以滿足喪主、喪禮參加者及葬儀社的各種需求。

本篇圖片來源：https://www.micro-wave.net/news/200911375.html、https://daidou.ltd/at-sougi/

可隨時訂購並在當日送達！葬禮花藝佈置業者提供美加地區即時的鮮花送貨服務

日期：2023/3/10

資料來源：Floral Daily

台灣花卉輸出業同業公會 編譯

在葬禮場合使用鮮花花禮，讓我們有機會向死者與其家屬表達哀傷致意。美國的葬禮鮮花佈置業者 Funeral Flowers Arrangement（FAA Team）解釋道：「我們的網路花店提供葬禮與紀念日的鮮花，可以透過線上的花禮目錄選擇適合的花禮。我們的網絡橫跨美國和加拿大超過 1,000 家花店。在這兩個國家內，我們有自信在幾個小時內將鮮花送達。」

使用新鮮花卉並且從當地合作的花店配送，葬禮用的花禮則是當天配送，透過網站或者是電話隨時訂購，24小時全年無休，只需要提供大名與地址，就可以送達指定的地址，且不用擔心花的品質與新鮮度，FAA Team 只跟美國及加拿大最好的花店合作來確保品質，並由擁有多年經驗的專業花藝師準備這些鮮花。

FAA 團隊的行銷主任 Zelman 說道：「我們很驕傲為客戶提供美國與加拿大任何地點的送貨服務，我們了解送花可能是非常困難的過程，所以花藝師都有經過訓練，格外小心確保每一份花禮都很完美，不會有褪色的花瓣。」

本篇圖片來源：https://www.funeralflowersarrangement.com/index.php

日本花卉市場預測：2023 年 4 月

日期：2023/1/15

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（東日本板橋花卉）

與病毒共存的生活進入第四年，全球都在尋找應對傳染病的新方法，活動和歡送會的形式也逐年變化，雖然花卉的規格有縮小化的趨勢，品項也在變動，但在多樣化的需求之中，是否具有「季節性」是更受到關注的，也就是說對當季花卉、具附加價值的差異化、高品質高單價產品的需求正在增加。

另一方面，近年來的異常天候以及高物價、高資材費和高原油價格，都降低了生產意願，種植面積持續減少。

在需求的多元化之下，新客源湧入、新的賞花方式崛起，年輕人、單身家庭和從未買過花的人們的居家用花需求正在提升，訂閱制的熱度也在持續。

輪菊、小菊方面，出貨量預計和往年相同，但接下來沒有大的需求期，只能看週末的需求。洋花 4 月的整體交易情況預計持平。

京都切花

輪菊 白色主要來自福岡、愛知和長崎，黃色主要來自沖繩和愛知。受生產成本上升和品項切換的影響，種植量呈減少趨勢。需求在 4 月下旬之前較少，但預計將從月底開始到黃金週連假（4 月 29 日至 5 月 7 日）時會增加。

多花菊 以往年的情況來說 4 月是交易疲軟的時期，但由於加溫成本飆升，出貨可能會推遲到下半月，預計到貨量將保持穩定。

小菊 產地依舊以沖繩為主。上半月的祭祀用花需求趨於平緩，預計會在黃金週連假前回復。

玫瑰 暖地出貨量在 3 月下旬時增加，高冷產地則是 4 月時增加。很多產地的進度比往年慢，預計 4 月到貨量充裕，開學季過後交易情況會趨緩。

康乃馨 日本國產方面，栽種量約與去年持平，但 1、2 月出貨量低於計劃，預計本月到貨量會比去年還多。進口方面，定價出貨較多，交易持續表現強勢。近年來由於母親節採購期往前推，價格有望在前期就開始上漲。

OH・LA 百合 OH 百合方面，南半球球莖的流通量減少且部分品種缺貨。LA 百合方面，由於荷蘭球莖到貨延遲，4 月份的發貨量可能會推遲到 5 月。

洋桔梗 從數量上看，到貨主要來自以沖繩為主的西南地區。溫暖地區的二次花有提前出貨的可能。往年這時候市場價格趨於穩定，但根據出貨量的不同，行情有暴漲的可能。

星辰花 到貨以和歌山為主。上半月動態低迷，但越接近月底，受到黃金週連假和母親節需求的影響，單價越會隨著需求回升。

非洲菊 4 月的出貨可望順利。4 月 18 日是非洲菊紀念日，預計在節日帶動之下交易會增強。

滿天星 4 月到貨量會增加。今年的母親節較晚，相關需求會在月底之後才出現。

洋蘭 有許多之前被延期的婚禮在去年的這時候補辦，當時有很多中型蝴蝶蘭等婚禮用花需求。今年的母親節在 5 月 14 日，母親節需求將比往年更晚出現。預計動態將以葬禮和婚禮等業務需求為中心。

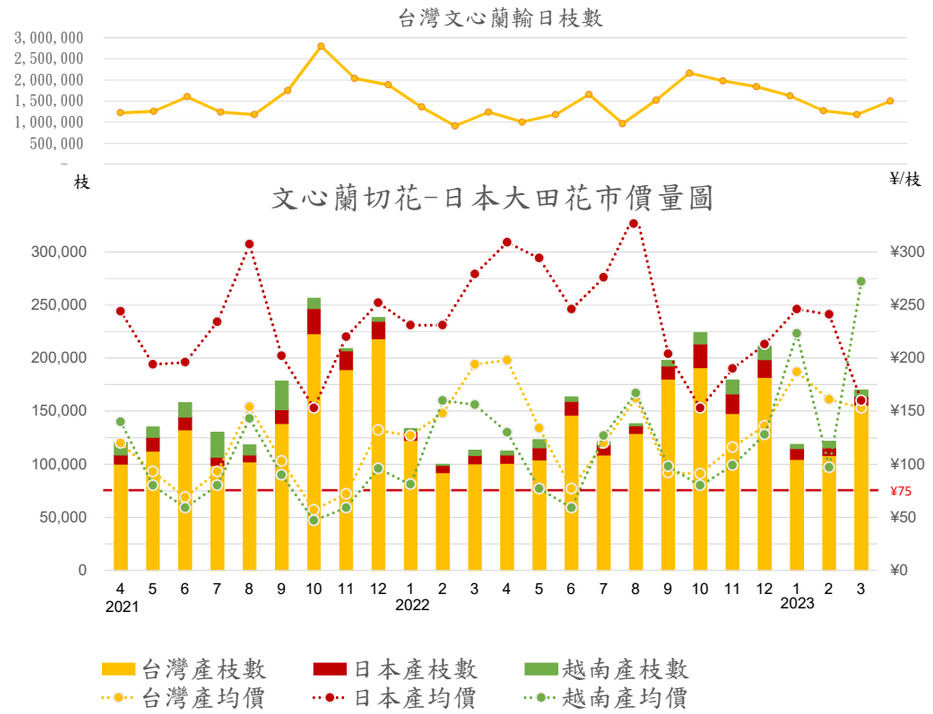
埼玉盆栽（埼玉園藝市場）

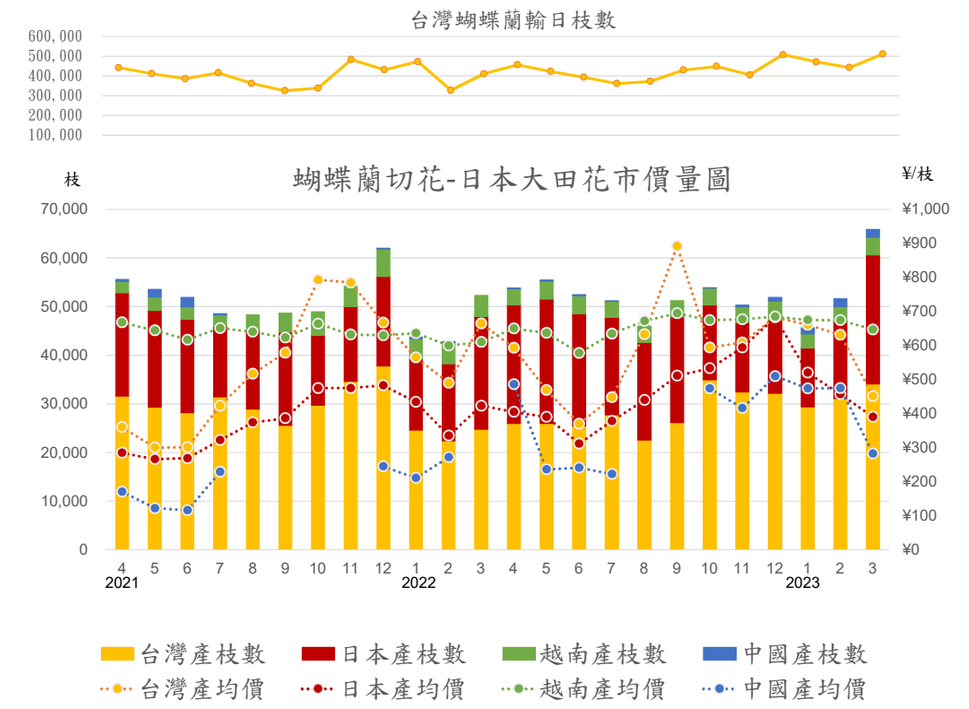
花苗可能供不應求。隨著氣溫變暖，觀葉植物的需求可能會增加。但如果氣溫低於預期，生長就會延遲，植株可能達不到理想的高度。

九州盆栽（九州日觀植物）

各地都在舉辦展覽，買家掌握的信息量比去年市場火爆的時候還多，預購量也會增加，可能會有很多售罄的商品，所以希望大家儘早下單。

去年的母親節是最早的母親節，而今年的將是最晚的。最近幾年，從 4 月 20 日開始的商品系列都是串聯黃金週連假和母親節檔期，但今年各家公司的銷售方針應該都會有很大的變化了。





日本花市三月份行情

本會網站備有詳細每日行情表，歡迎來電詢問 04-2265-4077

資料彙整:台灣花卉輸出業同業公會

(資料來源：日本農業新聞2023年3月1日~3月31日)

2023 3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	6,197	148,130	15,361	145,280	-	21,560
	均價	¥272	¥153	¥202	¥133	-	¥170
	高價	¥431		¥456		¥272	
	中價	¥174		¥234		¥193	
蝴蝶蘭	枝數	26,477	36,582	14,506	37,885	3,383	10,007
	均價	¥391	¥471	¥453	¥504	¥367	¥508
	高價	¥1,114		¥1,122		¥803	
	中價	¥481		¥568		¥483	
火鶴	枝數	34,684	40,373	2,995	31,289	112	10,206
	均價	¥177	¥151	¥150	¥159	¥372	¥138
洋桔梗	枝數	550,460	108,520	285,309	75,366	80,559	43,920
	均價	¥223	¥173	¥227	¥178	¥281	¥227
	高價	¥453		¥474		¥506	
	中價	¥236		¥330		¥277	
劍蘭	枝數	87,255	17,450	19,150	30,950	87,255	-
	均價	¥105	-	¥143	¥103	¥177	-
	高價	¥166		¥189		¥183	
	中價	¥117		¥162		¥168	
玫瑰 (單朵)	枝數	959,042	715,607	516,346	561,109	108,582	110,944
	均價	¥143	¥77	¥132	¥84	¥169	¥76
玫瑰 (多花)	枝數	455,504	38,347	295,796	58,456	51,770	4,520
	均價	¥159	¥104	¥141	¥115	¥210	¥98
康乃馨 (單朵)	枝數	850,820	1,763,171	686,273	1,227,234	243,795	143,419
	均價	¥71	¥47	¥59	¥46	¥72	¥50
康乃馨 (多花)	枝數	968,720	1,189,520	462,395	767,966	334,070	121,632
	均價	¥69	¥46	¥69	¥44	¥70	¥52

2023 3月	進口切花 (東京大田花市)	
品項	高價	中價
火鶴	¥187	¥158
文心蘭	¥255	¥169
玫瑰(ST)	¥192	¥85
康乃馨	¥86	¥53

2023 3月	盆花 (東京FAJ)	
品項	高價	中價
文心蘭(6號)	¥2,000	¥1,462
蝴蝶蘭3F(6號)	¥5,846	¥3,000
蝴蝶蘭大輪(8號)	¥13,154	¥8,000
石斛蘭(6號)	-	-

(資料來源：日本農業新聞2023年3月1日~3月31日)

2023 3月	地區	廣島 (花滿)		名古屋 (名港花市)		仙台 (仙台切花)		福岡 (福岡花市)	
	產地	日本	進口	日本	進口	日本	進口	日本	進口
文心蘭	枝數	20	19,390	1,085	37,400	215	21,440	9,580	53,600
	均價	¥230	¥150	¥187	¥149	¥246	¥167	¥151	¥145
	高價								
	中價								
蝴蝶蘭	枝數	1,902	2,959	9,960	16,606	3,149	10,678	14,688	13,595
	均價	¥363	¥416	¥509	¥454	¥519	¥578	¥339	¥539
	高價	¥701							
	中價	¥460							
火鶴	枝數	82	1,462	2,202	19,185	110	2,916	0	17,444
	均價	¥143	¥148	¥195	¥147	¥147	¥120	¥0	¥152
洋桔梗	枝數	63,090	0	104,465	0	22,725	0	139,867	6,560
	均價	¥219	¥0	¥230	¥0	¥240	¥0	¥222	¥144
	高價	¥393		¥429		¥418		¥380	
	中價	¥251		¥254		¥263		¥240	
劍蘭	枝數	4,680	-	4,740	6,400	16,900	500	5,310	4,110
	均價	¥112	-	¥108	¥114	¥114	¥120	¥111	¥114
	高價	¥147		¥131		¥187		-	
	中價	¥126		¥121		¥133		-	
玫瑰 (單朵)	枝數	86,622	41,405	427,814	276,497	73,033	57,549	322,761	94,123
	均價	¥137	¥84	¥118	¥66	¥148	¥65	¥150	¥88
玫瑰 (多花)	枝數	50,476	7,515	125,768	11,335	55,421	-	157,711	5,250
	均價	¥174	¥117	¥142	¥76	¥152	-	¥181	¥111
康乃馨 (單朵)	枝數	97,487	101,566	374,625	353,498	186,630	183,305	171,683	135,975
	均價	¥57	¥48	¥60	¥40	¥57	¥57	¥59	¥59
康乃馨 (多花)	枝數	186,935	128,314	336,330	205,950	228,260	152,195	228,140	64,633
	均價	¥67	¥51	¥60	¥42	¥71	¥64	¥68	¥57

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：112/03/01 ~ 112/03/31（農曆:112/02/10 ~ 112/02/10*）

資料來源：行政院農業委員會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	41.2	48,233	34.7	9,667	33.0	14,492	36.0	21,647	35.7	19,583
FB火鶴花	15.0	166,481	13.6	66,793	14.7	65,041	13.3	79,812	15.3	43,004
FC大菊	78.7	112,834	59.1	33,680	56.3	106,777	74.3	65,469	70.6	70,775
FD小菊	57.9	237,160	34.7	49,289	49.1	171,613	51.5	128,315	51.7	149,617
FE非洲菊	29.7	148,072	28.2	39,016	24.3	97,865	27.2	106,712	25.9	105,597
FG劍蘭	92.7	23,135	84.0	4,107	84.9	20,715	88.2	22,514	97.8	22,996
FH101天堂鳥	72.4	6,471	67.4	1,548	50.4	1,913	74.0	1,449	67.5	2,009
FH230夜來香	90.0	2,685	0.0	0	49.0	85	77.8	741	83.9	542
FH251秀線	87.9	6,131	57.9	1,385	71.7	6,449	67.3	4,270	70.7	4,686
FH29向日葵	48.2	12,118	38.9	3,828	44.0	7,814	46.4	5,837	45.2	9,252
FH330雞冠花	76.1	5,168	48.5	1,124	66.2	2,492	56.7	1,957	58.7	2,244
FH381麒麟草	46.6	35,808	35.5	10,823	41.8	26,195	43.5	23,209	45.9	23,289
FL姬百合	78.0	3,928	101.5	411	96.0	1,552	95.9	1,796	142.9	296
FM重瓣百合	164.3	20,810	157.4	2,794	147.8	2,872	167.6	1,972	159.1	3,117
FO003 腎蕨蘭 曼谷火焰	160.7	3,497	12.3	6,080	13.7	7,780	63.2	882	12.5	4,210
FO006 腎蕨蘭 深紅色	79.2	166	8.0	620	10.6	1,220	-	-	5.0	30
FO027 萬代蘭 巨輪紫	20.3	11,389	16.7	1,416	12.8	1,483	21.0	3,030	16.0	1,991
FO331 大文心蘭	170.6	209	141.0	7	140.9	127	-	-	-	-
FO335 檸檬綠文心蘭	139.6	18,386	109.1	4,040	138.9	11,680	124.9	5,937	131.1	5,824
FO336 文心蘭 太陽之子	149.7	1,409	-	-	-	-	109.2	40	-	-
FO663 蝴蝶蘭 白黃心	75.5	15,150	73.1	160	70.4	70	53.3	68	57.4	80
FR玫瑰	154.2	68,882	127.5	14,015	120.4	14,300	119.0	12,333	111.6	14,357
FS香水百合	147.4	235,614	134.3	53,537	137.3	110,818	145.3	120,465	149.7	116,737
FT鐵砲百合	96.8	6,348	65.6	1,952	74.6	2,379	64.0	3,884	46.3	3,193
FU洋桔梗	166.1	82,892	108.5	18,636	115.2	16,362	117.4	20,951	122.0	18,089
FW4卡斯比亞	64.3	7,210	52.8	1,964	70.5	2,652	54.7	2,855	56.3	2,229
FW5滿天星	35.9	5,956	39.5	4,710	35.5	4,654	35.8	5,996	35.6	3,794
FY004 黃椰心	126.6	13,561	102.1	6,286	106.7	24,923	116.6	14,083	122.3	13,578
FY009 電信蘭	112.5	14,094	46.0	5,696	105.5	19,966	132.6	12,641	109.3	11,118
FY050 山蘇葉	27.4	3,363	23.5	2,167	24.8	1,056	24.0	3,100	28.6	488