從花卉拍賣市場看臺灣花卉消費需求

陳根旺
臺北花卉公司 (臺北花市)

前　言

花卉為全球最重要的經濟產業之一，亦被統稱為「綠金產業」。過去 30 餘年來，臺灣花卉產業蓬勃發展。根據行政院農業委員會 (農委會) 資料，花卉生產面積逐年擴增，從 1981 年的 1,672 公頃，成長到 2015 年已達到 13,864 公頃，面積成長超過 8 倍以上。另外，同期產值亦從不到新臺幣 30 億元，成長到 2015 年逾 167 億元，成長幅度超過 5 倍以上。不僅國內花卉消費市場成長快速，國產花卉外銷金額同樣大幅成長，從 2005 年的外銷金額 7,167 萬美元，到 2015 年已達到 19,362 萬美元，成為國內最重要的外銷農產品項之一。

由於我國花卉生產大多以小農戶為主，所以花農生產的鮮切花產品，約有 85% 以上採共同運銷方式，供貨至全臺的花卉批發市場，進行公開的拍賣交易。目前全臺共有五家鮮花批發市場，分別位於臺北市、臺中市、彰化縣、臺南市以及高雄市。花卉批發市場與花農的連動相當緊密，亦是帶動花卉產業發展的重要樞紐。特別是鮮切花幾乎都由產地送往國內五家花卉批發市場集中交易後，再由下游的花店等零售市場銷售，進出口花卉的銷售通路，批發市場亦是中間不可缺少的一環。

國內花卉批發市場主要交易的花種，大致上區分為「鮮切花」與「盆花」兩大類；而進入花卉批發市場交易的花種，則以鮮切花為主、盆花為輔。觀察 2007 至 2016 年間臺灣地區五大花卉批發市場鮮切花交易量價趨勢，發現花卉批發市場的交易數量明顯減少了近 10%，但是每把花卉的年均價，則因花卉數量減少，導致均價明顯上揚 (圖 1)。由於我國花卉批發市場一向扮演帶動產業發展的關鍵角色，實有必要針對近年來，鮮切花主要減少的花種以及減少的原因，深入去探討，才能提出必要的轉型建議，讓我國花卉產業持續發展。

臺灣花卉種植面積介紹

2015 年的總種植面積，較 10 年前的 2006 年，僅增加了 489 公頃，但其總產值 167 億元，卻較 2006 年的 125.2 億元增加了 41.8 億元 (圖 2)，成長幅度高達 33.4%，可見這 10 年來，臺灣花卉產業的經濟產值與交易額度上，有明顯的提升。2011–2012 年的種植面積明顯下降，主要原因是 2011 年首季，我國出口外銷受到日本 311 大地震，引發大海嘯及福島核災的影響，原預定外銷日本的花卉嚴重受挫，連帶影響到當年度國內整體花卉產業，從上游的種植到中下游的市場銷售，也造成產地花農限縮種植面積，連續二年的供貨量也相對減少。

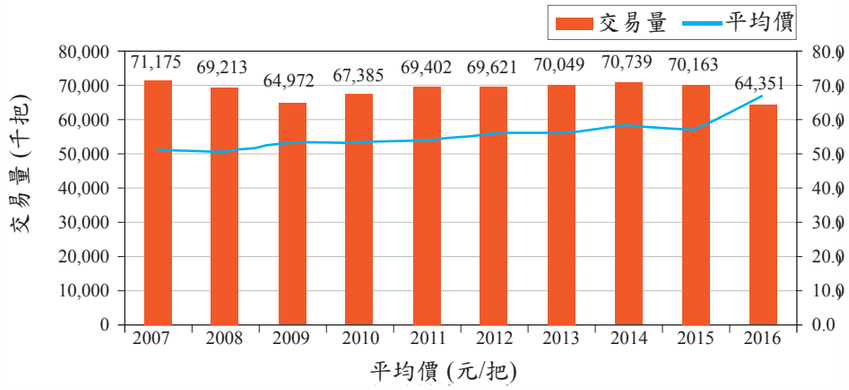


圖 1. 2007–2016 年臺灣地區五大花卉批發市場鮮切花交易量價趨勢圖。(資料來源：農產品批發市場交易行情站)

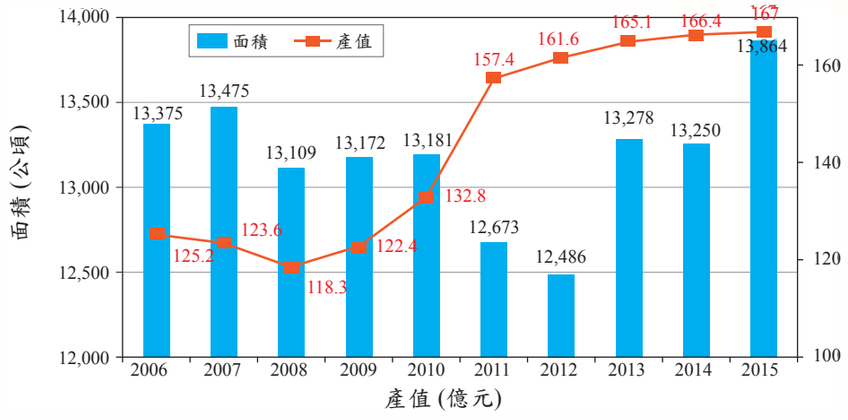


圖 2. 2006–2015 年臺灣花卉總種植面積與總產值。(資料來源：農業統計年報 104 年)

臺灣花卉產地與分類種植面積介紹

回顧 1981 年，臺灣地區 30 餘年前的花卉種植面積僅達 1,672 公頃，花卉種植類別相對單純，大致上有切花類約 1,119 公頃 (佔 67%) 最多，苗圃類約 453 公頃 (佔 27%) 居次，盆花類約 63 公頃 (佔 4%) 最少。但是經過 30 餘年的經營發展，各項花卉的種植面積也都產生了巨幅變化，擴增面積與規模各有不同，2015 年花卉種植面積已達到 13,864 公頃，成長 8 倍之多；其中的切花類面積雖成長到了 3,058 公頃，但仍僅佔 22%，已退居到第二位，起而代之的是苗圃類，種植面積擴增到 8,832 公頃，已搶佔首位達 64%，盆花類及蘭花類面積則分別成長到 994 公頃、968 公頃，皆各佔 7%，球根類及種籽類僅佔少數不到 1%。

依據農委會農業統計年報資料統計，2015 年蘭花、切花、盆花、苗圃、種籽及球根的生產地區已遍及國內各縣市。國內蘭花類的總種植面積雖然僅有 7%，但其總生產值卻是最高，約達到新臺幣 6,185,400 仟元，佔了全部花卉生產值的 37%，是盆花類交易產值的 6 倍 (盆花僅佔 6%)，也超過切花類 5,763,930 仟元的總產值 (切花佔 35%)。至於苗圃類的總種植面積約佔全部花卉面積的 64%，雖然種植面積最大，但其所統計的總生產值僅有新臺幣 3,707,340 仟元、僅佔總生產值的 22% (表 1)；由此可知，國內花卉的生產方式與種植類別，才是決定生產值高低的關鍵，尤

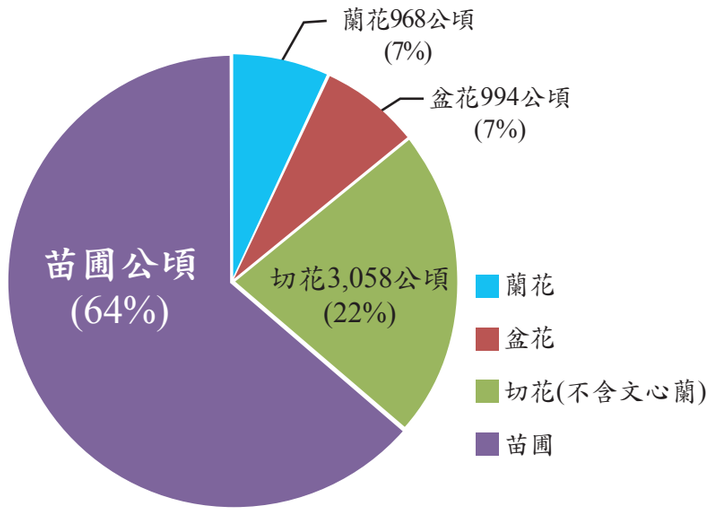


圖 3. 2015 年臺灣花卉分類種植面積。(資料來源：農業統計年報 104 年)

表 1. 2015 年國內主要產區花卉產量、生產值及種植面積。

花　種	產　量	單位	生產值 (仟元)	面積 (公頃)	主要產區與供貨比率
蘭花類	75,085	千盆	6,185,400 (37%)	968	臺南 51%、嘉義 14%、南投 8%、屏東 6%、雲林 5%
文心蘭	-	-	-	261	
其他蘭花	-	-	-	259	
蝴蝶蘭	-	-	-	250	
蕙蘭	-	-	-	198	
切花類	75,299	千打	5,763,930 (35%)	3,267	彰化 36%、臺中 16%、屏東 13%
菊　花	17,081	千打	-	703	彰化 97%
玫　瑰	8,105	千打	-	203	南投 51%、臺中 20%、彰化 15%、屏東 9%
非洲菊	6,746	千打	-	74	彰化 74%、南投 17%
百　合	6,214	千打	-	322	臺中 68%、南投 22%、彰化 5%
火鶴花	3,968	千打	-	183	臺南 27%、高雄 26%、臺中 15%、屏東 14%、南投 10%
唐菖蒲	3,235	千打	-	189	臺中 53%、屏東 17%、彰化 10%
香石竹	2,619	千打	-	48	彰化 93%、嘉義 5%
洋桔梗	2,581	千打	-	105	彰化 50%、嘉義 25%、雲林 13%
夜來香	785	千打	-	48	屏東 58%、嘉義 21%
大理花	512	千打	-	12	南投 94%
天堂鳥	507	千打	-	54	彰化 39%、屏東 37%
其他切花	22,766	千打	-	1,315	屏東 25%、彰化 21%、臺中 15%、南投 10%、雲林 8%
苗圃類	-	-	3,707,340 (22%)	8,832	彰化 38%、桃園 15%、南投 11%
盆花類	-	-	1,041,345 (6%)	994	桃園 50%、南投 10%、彰化 7%
馬拉巴栗	-	-	-	200	彰化 80%
聖誕紅	1,210	千盆	-	-	桃園 38%、苗栗 34%、南投 25%
種籽類	4	公噸	-	8	臺南 75%、嘉義 25%
球根類	25	公噸	-	4	宜蘭 84%、苗栗 16%
合　計			16,700,000	13,864	

資料來源：農業統計年報 104 年。

其是蝴蝶蘭都以最先進的生產技術與最標準的溫室設備來生產，每年所累積創造的經濟產值，已成為國際花卉業界的明星產業。

我國主要蘭花的花種，包括有文心蘭、蝴蝶蘭與蕙蘭等，主要生產地以臺南市最多，佔了 51%供貨量。切花類主要花種之種植面積依序為菊花、玫瑰、非洲菊、百合、火鶴花、唐菖蒲、香石竹、洋桔梗、夜來香、大理花以及天堂鳥，並以彰化佔 36%、臺中佔 16%、屏東佔 13%為前三大產區。苗圃類的生產地有彰化縣、桃園市以及南投縣。盆花類的花種生產面積依序為馬拉巴栗與聖誕紅，主要產區是桃園市、南投縣與彰化縣。種籽類主要產地為臺南市、嘉義縣，球根類則是宜蘭縣與苗栗縣。

根據農業統計年報的數據統計，以彰化縣的總生產面積最大達到 5,610 公頃，佔全臺總花卉種植面積的 40%，其次是南投 1,533 公頃佔 11%、臺中 1,302 公頃佔 9%，這三大花卉產區合計佔了 60%的比率，並且都是集中在臺灣的中部地區，具有廣闊平原及中高海拔的地形條件，適合植物生長的夏季低溫氣候優勢，因此，可以清楚看出臺灣花卉產區以中部地區為主，並逐步往南擴散，臺中以北縣市的生產面積，則僅佔 11%左右，詳參臺灣各縣市花卉種植面積及主要生產種類 (表 2)。(我國鮮切花與盆花主要產地與花種分布整理於附錄)

花卉批發市場主要交易花種的變化

近幾年來，國內花卉產業不斷地引進來自世界各地的花卉新品種，尤其許多從事種苗進出口的貿易商，更是重視自國外引進新品種，由於許多國外新品種的輸入與彼此交流，有助於國內產業的發展及進步，同時絕大多數的供應花農，也都願意嘗試新品種花卉的種植。因此，對於國內花卉市場的商品種類，可以不斷地推陳出新，新品種應運而生，增加花卉市場的可看性。

比較 2002 年、2007 年與 2016 年國內批發市場主要交易花種的交易量與批發均價，2016 年交易量最高的是百合，過去 15 年交易量成長 35%，成交均價成長 46%。同時期，交易量成長最多的是雞冠花，為 48%，成交均價成長率更高達 130%。

表 2. 2015 年臺灣各縣市花卉種植面積及主要生產種類。

縣市	面積(公頃)	百分比(%)	主要花卉種類
彰化	5,610	40	鮮切花(大小菊、非洲菊、康乃馨)、苗圃、盆花
南投	1,533	11	鮮切花(玫瑰、百合)、蘭花、苗圃
臺中	1,302	9	鮮切花(百合、劍蘭、文心蘭)、蘭花、苗圃、盆花
屏東	1,132	8	鮮切花(玫瑰、火鶴、夜來香、切葉)、苗圃(觀賞植物)、盆花(觀葉植物)、蘭花(熱帶蘭花)
嘉義	928	7	鮮切花(洋桔梗)、蘭花、苗圃
臺南	822	6	鮮切花(火鶴花)、蘭花、苗圃
桃園	454	3	盆花(聖誕紅)、苗圃(草花)
雲林	417	3	鮮切花(洋桔梗、夜來香)
新北	368	3	苗圃(觀賞植物)、鮮切花 (金花石蒜、百子蓮)
高雄	336	2	鮮切花(火鶴花)、蘭花(熱帶蘭花)
宜蘭	269	2	鮮切花(銀柳、葉材)、苗圃(小品盆栽)
苗栗	245	2	鮮切花(香水百合、玫瑰)、盆花(聖誕紅、多肉植物)
新竹	130	1	盆花(茶花)
其他	318	3	臺北(鮮切花)、台東及花蓮(盆花)
合計	13,864	100	

資料來源：農業統計年報 104 年。

同樣交易量成長的花種，尚包括有文心蘭交易量成長 31%，成交均價成長 32%；洋桔梗交易量成長 15%，成交均價成長 88%；非洲菊交易量成長 12%，成交均價成長 59%。2002 年交易量最高的海芋，同時期交易量下降 64%，均價成長 18%。劍蘭則是成交量下降最多的花種，達 65%，但成交均價成長 73%。類似情況還包括，玫瑰交易量下降 55%，均價成長 85%；康乃馨交易量下降 50%，均價成長 97%；夜來香交易量下降 41%，均價成長 77%；火鶴花交易量下降 21%，均價成長 33% (表 3)。

早期國內種植花卉都以傳統的祭祀花種為主，所以包括內銷與出口外銷的主力大宗花卉，都以傳統民間所重視俗稱「粗花類」的祭祀花種為主，包括大小菊花、劍蘭、夜來香等。但是時代不斷的演進，貿易花商亦從國外引進許多新興培育成功的花種，並鼓勵農民嘗試種植這些，已在歐美日市場成為主力潮流的品種。因此，消費者有機會接觸到許多外來的新品種，並願意採購這些外型雅緻柔美、色澤亮麗多彩、又適合各種婚喪喜慶場合的運用，俗稱「細花類」的花種，包括百合、玫瑰、洋桔梗、文心蘭、火鶴、海芋等。慢慢地用花習慣也逐漸從傳統祭祀拜拜的花種，改變為適合居家佈置、饋贈花禮及活動佈置等多用途的花卉。但是這類花種的平均價格行情，相對較傳統的祭祀花卉來得高，同時國人用花習慣尚未全面普及。因此，造成近十年來國內採購鮮切花的消費人口數不增反減，整體鮮切花的交易數量也不斷下滑，農民種植意願降低，整體花卉市場的交易規模與未來發展性，也相對受到限制。

表 3. 2002 年、2007 年、2016 年國內批發市場主力花種交易比較。

單位：交易量(把)、均價(元)、差異(%)

花種	2002 年		2007 年(和 2002 年比較)				2016 年(和 2002 年比較)			
	交易量	均價	交易量	差異	均價	差異	交易量	差異	均價	差異
百合	6,807,396	99	8,241,111	21	122	23	9,191,323	35	145	46
玫瑰	5,550,104	61	4,429,694	-20	82	34	2,476,270	-55	113	85
洋桔梗	1,249,904	65	1,009,055	-19	86	32	1,435,315	15	122	88
文心蘭	719,090	53	644,114	-10	54	2	938,477	31	70	32
火鶴	10,244,297	9	9,288,297	-9	11	22	8,111,728	-21	12	33
海芋	455,213	51	353,435	-22	45	-12	165,116	-64	60	18
大菊	4,781,919	39	3,001,958	-37	47	21	3,837,982	-20	81	108
小菊	9,155,016	32	6,405,800	-30	44	38	7,073,054	-23	60	88
劍蘭	2,742,700	75	1,895,591	-31	91	21	971,270	-65	130	73
康乃馨	2,408,584	30	2,215,742	-8	34	13	1,204,587	-50	59	97
非洲菊	4,272,374	29	5,331,303	25	33	14	4,800,002	12	46	59
夜來香	173,113	52	183,831	6	59	13	102,960	-41	92	77
雞冠花	425,371	23	479,920	13	32	39	631,669	48	53	130
合計	74,666,351	42	71,175,355	-5	52	24	64,351,024	-14	67	60

資料來源：農產品批發市場交易行情站。

臺灣花卉銷售通路介紹

臺灣花卉早期 (1988 年以前) 皆是以行口方式交易，由供應花農與行口商 (市場大盤業者) 雙方議定價格後，即由產地將花卉載送至消費市場來販售，但往往貨量多、品質不穩定、或是市場供給失衡時，很容易形成僅由單方的行口商來決定市場價格，此時的銷售通路體系，也就變成傾斜一方的買方市場，供應花農只能任憑行口商自行開價決定，甚至於常常有拖欠貨款，嚴重時還有倒債的風險。

但在 1988 年臺北花卉批發市場 (濱江花市) 正式成立之後，供應花農開始有了多方向的通路選擇，不再完全仰賴行口商傳統的議定價格或委託交易，而是開始進入自由市場的交易機制中。此時的花卉運銷通路體系也逐漸成形，從上游的花農生產花卉、集中運送到批發 (拍賣) 市場，再由中間的市場承銷花商進場交易，並透過市場公平、公正、公開的拍賣交易平台取得花卉，再進一步將花卉轉移銷售到零售商/花店、或是個別花藝老師，並且將花卉透過精緻的包裝手法形成花禮，再直接販售給一般消費者。參照臺灣花卉運銷通路體系圖 (圖 4)。

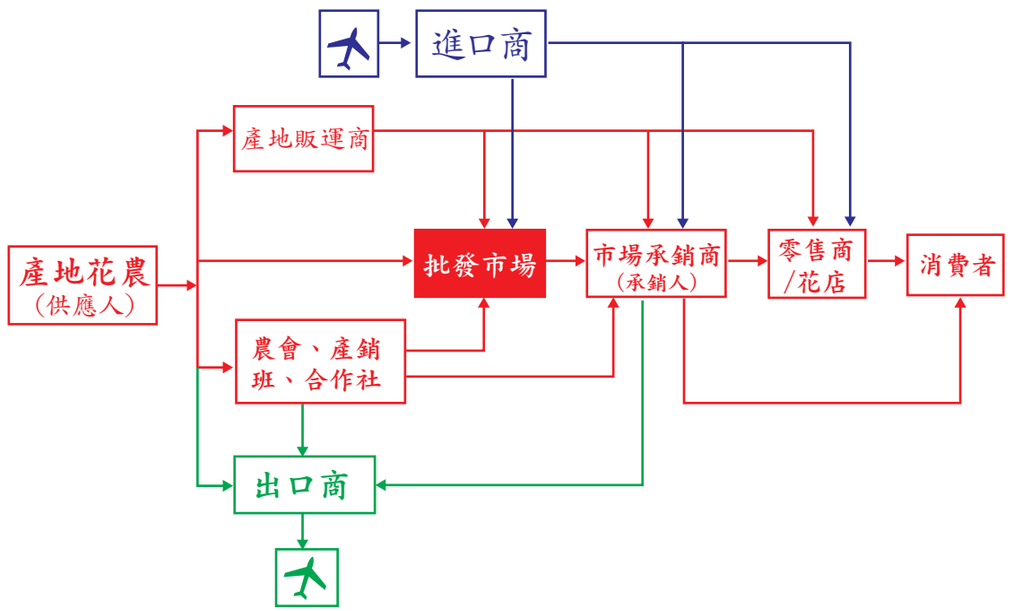


圖4. 臺灣花卉運銷通路體系流程圖。(資料來源：本研究整理)

臺灣五家花卉批發市場自 1989 年至 2016 年之間，歷年鮮切花交易額皆呈現出高度穩定的成長 (圖 5)，亦即成長幅度穩定向上、變化有限，除非因為天災地變等天然因素影響，譬如 2011 年日本 311 大地震，就明顯影響到國內連續二年產地面的花卉生產，也造成消費與採購退縮等情形。除此之外，不太會突然發生明顯劇烈的交易量價行情變化。從正面角度解讀，表示五家花卉市場所在位置，其擁有的「市場商圈」皆已成熟，各市場皆有穩定的貨源與基本的承銷會員，而跨區交易或互搶貨源情形也不復見，各批發市場皆穩健地維持一定的經營規模。此種現象更勝日本花卉批發市場 83%的「市場經由率」(李皇照，2009)。換言之，全國各縣市供應單位高達 83%以上比率的貨源，供應到北中南各地的批發市場，再經由市場的拍賣、預約訂貨等交易方式成交，相對臺灣透過批發市場交易的比率，明顯高出日本許多，這說明了臺灣花卉批發市場提供供銷雙方交易平台的功能，更扮演花卉快速集貨與銷售的重要角色 (張堂穆、陳根旺，2012)。

國人花卉消費行為分析

國人花卉消費行為方面，謝俊雄 (1993) 將花卉消費族群分為四大類，包含個人生活情趣、個人情感象徵、節日應景場所佈置及場所經常性點綴，不同的顧客群在花卉的需求與目的各有不同，消費意願也有差異。李皇照與楊葆茜 (1995) 以臺北市與臺中市家計單位為訪問對象，提出今後在花卉消費的推廣方面，可從國

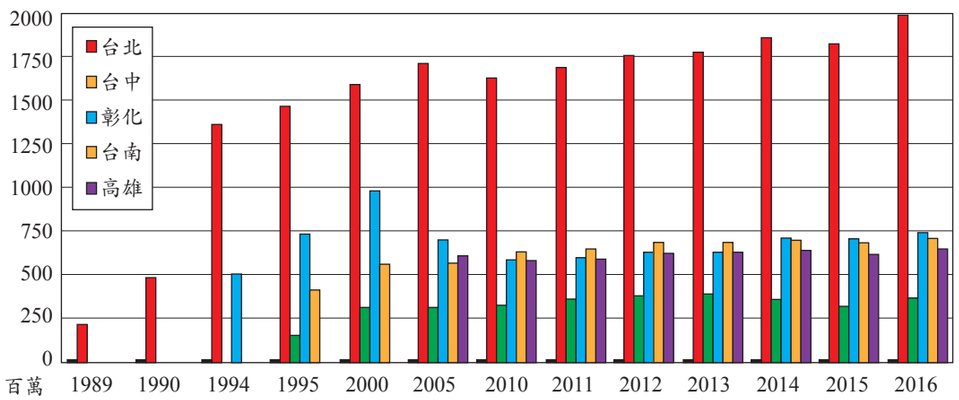


圖5. 1989–2016年臺灣五家花卉批發市場歷年鮮切花交易額成長圖。(資料來源：農產品批發市場交易行情站)

人花卉知識和環境美化意識之培養做起，設法提供有助於消費者親近或購買花卉的活動與服務，產品設計和賣場氣氛之塑造可提昇其購買意願和強化購買行動。最後是花卉送禮市場之開發與拓展，藉由送禮的層面，使消費者在接觸花卉後，進而欣賞或了解花卉，使花卉真正融入生活中。

李宗儒 (1999) 對受訪者花卉偏好及消費型態做購買行為之分析，發現消費者比較喜歡到花店及花卉零批市場購買花卉，主要原因是花卉的品種多、價格合理、顏色及耐久性等方面較佳。李皇照(2000)發現重要節日買花當作送禮，仍是目前臺灣消費者買花習性之主流，購買地點以花店最多，其次是假日花市，而菜市場亦是購買地點之一。黃麗君 (2001) 探討不同社經階層(socio-demographics)的消費者對花卉外在的顏色屬性與香味屬性的認知程度，並分析消費者對此外在屬性的評估，對其花卉商品購買意願之影響，結果顯示就受試者對花卉商品的購買意願而言，香味屬性的重要性遠甚於顏色屬性。

余正和 (2008) 以蝴蝶蘭消費者為研究的對象，探究蝴蝶蘭消費者的線上購買行為，發現蝴蝶蘭的線上購買以電話訂購、ATM 轉帳及花店親自運送為主要的購買模式，並以便利性、確保性、時間性及品質確保性為最重視的概念。朱惠英、詹慧珊 (2010) 將臺南市民區隔為知性務實、繭居自守及流行隨性等三個集群，而知性務實群購買蘭花組合式盆栽的比例較高，購買的主要動機以他用為主，消費地點的選擇，以產品多樣化為首要的考量因素。

楊舜臣、謝廷芳、陳駿季、施碧茹 (2013) 指出，花卉是流行的生活美學，也是環境綠美化的應用產業，因此，花卉的消費，可以反應出國家文明與經濟成長的程度。一個國家花卉產業的繁榮程度，通常與該國的經濟發展、國民所得以及政府對農業政策的重視程度等面向息息相關，而「國民花卉消費水準」常被視為國家經濟與文化發展程度的一項指標；因此，若是國民的花卉消費水平過低，那麼就必須特別去檢視，是否因為所處整體環境、產業情勢或消費潮流等趨勢的變化所致，必要時進行適時合宜的調整行動，以提高對花卉的重視程度。根據李皇照研究分析 (2015)，國人年平均花卉消費金額約為 30 美元，但若按國際間平均水準，在國民年所得 23,000 美元的情況下 (2016 年我國平均每人 GNI 為 23,284 美

元)，每人每一年花卉消費金額應該是介在 45–50 美元之間，所以對照國人每年的花卉消費金額，的確還有往上再成長的空間。

花卉的採購消費與使用程度，往往和該國的國民所得、消費文化及人文價值觀等因素有關；而歐美日等先進國家對其花卉產業的發展程度，又奠基在既有基礎及政府政策走向之上，並且隨著環境的變化、潮流的演進及政策的導引，這些先進國家的花卉產業，已經逐步走向專業化與高度分工的道路。再看我們國內花卉產業的發展情形，近年來同樣也是隨著國內經濟不斷地在發展，同時國民所得持續的提高，國人也是愈來愈重視居家生活品質的提昇與環境綠美化的工作，所以國人在花卉消費支出上，未來或許也將隨著所得增加，而能夠逐步建立朝向歐美日的日常用花消費習慣，及營造友善的花卉消費空間與多元的學習用花環境。

目前花卉批發市場正面臨鮮切花銷售數量逐年縮減的危機，筆者曾深入訪談 9 位業界代表 (中華文心蘭產銷發展協會吳淵璋秘書長、臺灣火鶴花產業發展協會林芳珠理事長、臺灣花店協會楊添得理事長、臺灣區花卉業輸出業同業公會莊炳煌總幹事、商榮實業有限公司上條 秀美總經理、臺北市花綠小站花店協會郭慧珊理事長、愛禮花卉貿易有限公司朱旭明總經理、臺灣蘭花產銷發展協會曾俊弼秘書長、福爾摩莎園藝中心(股)公司彭福全執行長)，研究了解產業各界所希望反映與改善的工作之後，總結歸納整理出下列幾點針對花卉消費與需求的改善建議：

一、臺灣花卉產業規模小，市場屬淺碟規模，花卉生產必須貼近與了解市場實際的需求。

二、花卉生產環境與條件未有效提昇，容易受天候影響，造成花卉品質良莠不齊、供貨數量不穩定，不利市場長期穩定經營與拓展銷售規模。

三、農政機關應該積極輔導農民生產技術與提供專業資訊，穩定花卉出貨品質，建立自我品牌形象，帶動整體花卉產業的復甦與發展。

四、國內花卉消費習慣與採購行為，過度集中特定節日與民俗祭祀慶典前需求，銷售行情往往受到節前市場需求，價格波動起伏過於明顯，導致消費需求不正常，農民種植供貨市場具有高度風險，影響長期生產的意願。

五、花卉推廣未長期廣泛的推動，消費者採購花卉居家環境美化佈置不普及，花卉消費與用花需求不穩定，主管機關亦未提供良好的銷售管道與建立友善的銷售場所，無法落實全民性的花卉消費習慣與建立用花文化。

觀察臺北花市切盆花交易金額趨勢圖 (圖 6) 和 2007 至 2016 年臺北花市切盆花交易數量趨勢 (圖 7)，可以發現近 10 年來臺北花市經營的鮮切花及盆花交易規模，除了氣候天災影響供貨量能不穩定情況之外 (2016 年年初霸王級寒流)，其餘則呈現出穩定成長趨勢。但是在鮮切花的供貨數量上，則呈現出明顯縮減現象，10 年來數量減幅達到 8.5%左右，至於盆花的交易量則是持續呈現成長情形，增幅達到 24%。因此，臺北花市近年來也戮力推動各項經營及行銷策略，穩定經營、促進國內花卉產業的良性發展。

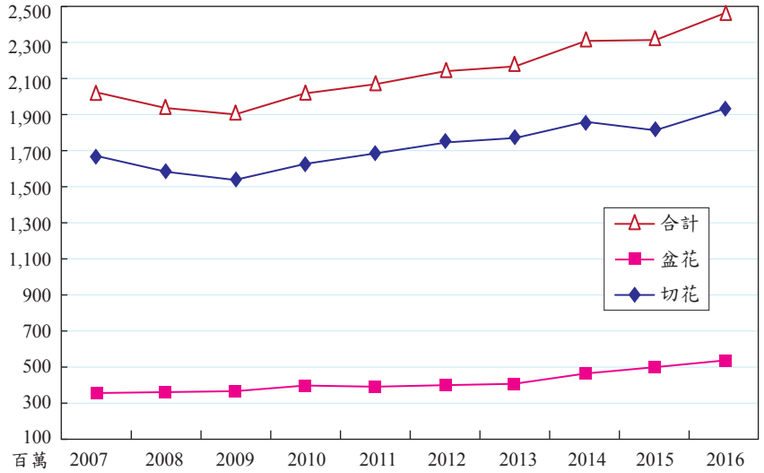


圖 6. 2007–2016 年臺北花卉批發市場切盆花交易金額趨勢圖。(資料來源：臺北花市)

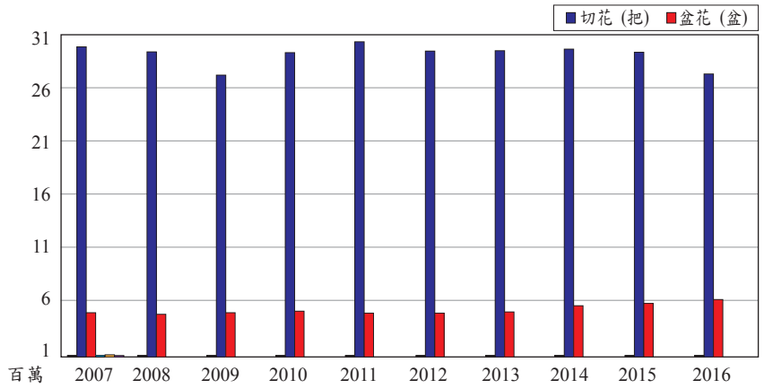


圖 7. 2007–2016 年臺北花卉批發市場切盆花交易數量趨勢圖。(資料來源：臺北花市)

六、臺北花市年度大宗花卉交易排名分析

依據臺北花市統計，截至 2017 年 5 月止，編入市場品名代號交易的切、盆花品種名稱，就多達 3,944 筆資料。以下分別針對「鮮切花」與「盆花」進行介紹。

一、鮮切花交易：

依據臺北花市 2016 年度交易金額排名統計 (表 4)，其中鮮切花類以「香水百合」 (白、粉、黃色系列百合) 為最受歡迎的花種，交易額最高，達到 5 億 8 仟 8 佰餘萬元，佔了鮮切花的 29.7%，年交易量達到 393 萬餘把。次高者為玫瑰花，交易額 1.68 億元，佔比 8.5% (表 4)。分析擠身排名前十大的花卉種類，「鮮切花」的採購需求與運用範圍，大部份皆是以重點節日的花束、饋贈的花禮、居家佈置、祭祀拜拜與婚喪禮儀等為大宗。

表4. 2016年臺北花卉批發市場十大鮮切花交易排名。

名次	花種	金額 (%)	交易金額 (元)	交易量 (把)	均價 (元)
1	香水百合	29.7	588,770,540	3,934,641	150
2	玫瑰	8.5	168,783,048	1,341,383	128
3	小菊(多花菊)	7.2	142,879,820	2,163,964	62
4	大菊	5.7	113,711,005	1,183,630	93
5	洋桔梗	5.6	111,461,679	812,675	143
6	非洲菊	3.3	65,921,284	1,418,084	49
7	劍蘭	2.4	46,761,213	305,724	125
8	火鶴花	2.0	39,339,776	3,291,231	12
9	葵百合(紅)	1.9	36,908,145	292,914	124
10	康乃馨	1.8	35,269,315	552,579	61
其他	其他花卉合計	31.9	631,854,039	11,968,790	53
全部花種合計		100.0	1,981,659,864	27,265,615	75

資料來源：臺北市花卉批發市場暨臺灣國際花卉貿易中心。

二、盆花交易

整理 2016 年臺北花市的年度盆花類交易排名 (表 5) 以「蝴蝶蘭」排名第一，交易額高達新臺幣 2 億 3 仟 7 佰餘萬元，佔整體交易額 44.6%，年交易量亦高達 180 餘萬盆之多，其他各項盆花的交易排名詳如表 5。「盆栽」的採購需求與運用範圍，則以昇遷佈達、商業賀禮、會場佈置、店頭擺放及選舉造勢活動等為主。

研究分析與建議

為因應全球化市場快速的變動及花卉消費型態的轉變，國內花卉產業可以先從產地計劃生產、銷售通路、商品行銷等項目進行改善。本次筆者的研究分析以「批發市場」為中心，分別針對其上游的「生產面」，以及下游的「消費面」來提出建議方向，相關建議內容詳細說明如下。

表5. 2016年臺北花卉批發市場十大盆花交易排名。

名次	花種	百分比 %	交易金額 (元)	交易量 (盆)	均價 (元)
1	蝴蝶蘭	44.6	237,782,999	1,801,941	132
2	開運竹	8.7	46,426,717	500,825	93
3	金錢樹	8.5	45,260,782	276,007	164
4	福祿桐	4.1	22,046,568	53,346	413
5	多肉植物	3.0	15,965,715	479,597	33
6	聖誕紅	2.8	14,945,667	271,186	55
7	馬拉巴栗	2.8	14,881,608	182,232	82
8	香料植物	2.1	11,381,559	226,583	50
9	進財樹	1.8	9,822,420	40,829	241
10	蔓綠絨	1.5	8,017,063	39,080	205
其他	其他花卉合計	19.9	106,160,463	2,358,623	45
全部花種合計		100.0	532,691,561	6,230,249	88

資料來源：臺北市花卉批發市場暨臺灣國際花卉貿易中心。

一、改善生產面的建議：

1. 輔導產地農民計畫生產與產量管控的栽種方式：依國內現有市場消費所需，輔導產地農民調整花卉的栽培面積、生產品種、商品數量，並控管商品品質，避免因產量生產過剩，造成市場價格低迷，甚至削價競爭。

2. 結合品種研究單位重視生產技術的提升：面對花卉商品品質與價格競爭，結合農試所、改良場等品種技術研發單位，進一步與產地花農或農企業生產單位合作，以市場需求為導向，強化設施栽培系統、提供高品質花卉及提升商品競爭力，以滿足國內市場需求，促進花卉產業的升級。

3. 掌握國際流行趨勢開發花卉新興商品：國內近年來的市場消費型態，仍以追求新穎性及豐富多樣化為主要消費需求，因此，結合進口品種貿易商，引進與激勵生產花農願意嘗試栽種新的花種，藉由新商品來吸引消費者的注意，例如：2016年由大益農科公司引進日本最新的「粉紅公主」系列的聖誕紅新品系，就受到高度的矚目；福爾摩莎公司進口荷蘭新品種百合，創造話題增加市場銷售數量，也增進農民種植的動力。

二、活絡消費面的具體措施：

1. 結合批發市場預約交易掌握產銷資訊量化數據分析：透過批發市場的預約交易制度，事先掌握產地花農的出貨資訊，並結合完善的產銷資訊平台執行量化數據分析，提供及傳遞消費者的需求訊息，再與生產、銷售業者相互接軌，有利於掌握市場的脈動，並隨時微調生產與行銷的策略。

2. 推動花卉品種多樣化與商品包裝材料的多樣性：生產業者依據市場消費導向，利用植栽本身特性與栽培技術方式，豐富市場需求的多樣化商品，並結合與運用新穎獨特的包材與組合盆器，藉以提高切、盆花產品的附加價值，例如多肉植物的熊童子、馬拉巴栗的髮編、種子森林的咖啡豆及結合石頭栽種的景觀盆栽，與開運竹的一帆風順、步步高升、招財貓與螺旋等多樣化的產品型式與種類。

3. 重視花卉商品行銷與突顯優良品牌的建立：花卉產業近年來蓬勃發展，產量及品質均大幅提昇，為促進產業升級，推動建立結合季節特色產區與大量產的花卉品牌形象 (如清境百合、埔里玫瑰、新港洋桔梗、內門火鶴花、田尾菊花、永靖康乃馨、后里劍蘭、大坑文心蘭等)，目前已成為產業未來發展的趨勢。
4. 落實花卉教育與基礎紮根的觀念：為推展園藝生活化，開拓國內花卉市場，應加強從中小學童的基礎課程內，增加花卉教育與建立花卉美學的課程，培育日常用花與美化生活的美學觀念，進而將花卉應用融入日常生活，落實花綠生活與建立綠美化文化紮根教育工作。

三、重視及滿足客戶的需求

1. 以客戶需求為導向：參考日本、荷蘭市場多角化的營運模式，提供完整的切、盆花交易平台及園藝資材採購品項，不斷開發新商品供應市場，創造以滿足客戶需求為終極目標。
2. 提供客戶最佳服務：日本與荷蘭市場皆努力經營供銷端、提供最細微的服務，包括物流運送、銷售花種與資訊商情傳遞、便捷的網路交易下單等，客戶至上，以留住客戶的心；近年來大陸昆明市場亦是增加了物流運送的服務，對供銷業者亦是一大利多。

結　語

本次筆者以 2002 年與 2016 年，國內批發市場主要交易花種的交易量與批發均價進行研究比較。2016 年交易量最高的是百合，過去 15 年交易量成長 35%，成交均價成長 46%。劍蘭則是成交量下降最多的花種，達 65%。主要花種改變的原因是，早期國內種植花卉都以傳統的祭祀花種為主，但隨著貿易商從國外引進許多新興培育成功的花種，消費者有機會接觸並願意採購外來的新品種，用花習慣也逐漸從傳統祭祀拜拜的花種，改變為適合居家佈置、饋贈花禮及活動佈置等多用途的花卉，但是這類花種的平均價格行情，相對較傳統的祭祀花卉來得高，同時國人用花習慣尚未全面普及。因此，造成近十年來國內採購鮮切花的消費人口數不增反減，整體鮮切花的交易數量也不斷下滑，農民種植意願降低，整體花卉市場的交易規模與未來發展性，也相對受到限制。

再根據過去研究荷蘭這個全球最大的花卉交易與生產國，觀察他們每年舉辦國際花卉商業展的目的，及分析當地高度自動化生產花卉的專業生產業者後得知，國際花卉市場已逐漸走向M型化趨勢，亦即如果供貨品質一直無法提升，則將被歸類於M型分布的左側 (表示僅能勉強大量生產，賺取微薄利潤，甚至完全無上市的機會)；而M型的中間位置，則是生產品質的基本要求，只要跨越到M型分布的右邊，除了是具有維持最高品質與深獲品牌形象肯定之外，其價格亦是相對維持最高價格，同時還有機會擴大生產規模與市場銷售通路；因此，正視M型化現象，是當前產業界必須注意的課題。在前進全球花卉市場方面，臺灣正面臨一個全新的國際競爭局勢，未來之挑戰雖然嚴峻，卻也蘊藏著無限的發展機會，但不變的是，惟有設法跳脫傳統的產業結構與思維，持續與世界接軌，融入國際市場，接受競爭與挑戰，方能永續發展。

附錄：臺灣鮮切花與盆花主要產地與花種分佈

臺灣鮮切花種類多元、分布廣泛，主要生產花種以百合、玫瑰、菊花、洋桔梗、文心蘭、火鶴、康乃馨、非洲菊等為大宗，近年來因應市場需求，也從國外引進許多新興花卉品種，包括有重瓣百合、孤挺花、袋鼠花、熱帶蘭花等，主要產地分布在臺中、南投、彰化、嘉義、高雄、屏東等地，但以臺灣中部的臺中、彰化、南投等產區，擁有良好的地理位置，再搭配夏天具有獨特中高海拔不同氣候帶的優勢，種植的花卉種類最多元，相關鮮切花產地生產花種彙整如附表 1。

臺灣的盆花種類亦是豐富又多樣，尤其以蝴蝶蘭、金錢樹、開運竹、香料植物、馬拉巴栗、常春藤、仙人掌、聖誕紅、黃金葛、鳳梨花等為大宗，近年來也是因應國內市場需求，也從國外引進一些新興花卉品種，包括有粉紅公主-聖誕紅、重瓣長壽花、歐洲牽牛花、西洋杜鵑、舞蝶花-康乃馨等；各項花卉多依據氣候與地形條件而定，主要產地從北到南偏及各地，主要有宜蘭、桃園、南投、彰化、臺南、高雄與屏東等地，相關盆花產地生產花種彙整如附表 2。

附表1. 臺灣鮮切花產地與花種分佈彙整。

產　區	代表性的鮮切花種類
宜蘭地區	銀柳、孤挺花、切葉枝材、鐵砲百合、海芋
臺北地區	海芋 (白、彩色) 、繡球花、切葉枝材、百子蓮、鳶尾花、金花石蒜、向日葵
桃園地區	向日葵、小蒼蘭、海芋 (彩色) 、飛燕草、香水蓮花、鳶尾花、雞冠花
新竹地區	海芋 (彩色) 、玫瑰、百合
苗栗地區	香水百合、玫瑰、姬百合、劍蘭、蝴蝶蘭、文心蘭
臺中地區	香水百合、葵百合、姬百合、劍蘭、玫瑰、非洲菊、蝴蝶蘭、火鶴花、文心蘭、洋桔梗、天堂鳥、伯利恆之星
彰化地區	大小菊花、非洲菊、麒麟草、康乃馨、玫瑰、繡線、翠珠、粉孔雀、香水百合、卡斯比亞、劍蘭、茴香、天堂鳥、蝴蝶蘭、星辰花、雞冠花、向日葵
南投地區	玫瑰、香水百合、非洲菊、文心蘭、康乃馨、滿天星、袋鼠花、切葉枝材、天堂鳥、東亞蘭 (虎頭蘭) 、火鶴花、星辰花、洋桔梗、鐵砲百合、姬百合、麒麟草、石斛蘭、蝴蝶蘭、金魚草
雲林地區	洋桔梗、大小菊花、蝴蝶蘭、文心蘭、玫瑰、晚香玉、天堂鳥、向日葵
嘉義地區	洋桔梗、香水百合、文心蘭、康乃馨、蝴蝶蘭、夜來香、卡斯比亞、玫瑰、嘉蘭 (火焰百合) 、劍蘭、雞冠花、鳳梨花、晚香玉
臺南地區	蝴蝶蘭、火鶴花、洋桔梗、鳳梨花、向日葵、晚香玉、天堂鳥
高雄地區	熱帶蘭花 (石斛、萬代、腎藥、千代) 、火鶴、玫瑰、雞冠花、文心蘭
屏東地區	鳥蕉類、椰子類、玫瑰、火鶴花、仙丹花、石斛蘭、文心蘭、蝴蝶蘭、夜來香、雞冠花、紅薑花、切葉類、粉孔雀、野薑花、青竹
花蓮地區	柔麗絲 (紅藜) 、玫瑰、火鶴、野薑花
台東地區	國蘭、蝴蝶蘭、柔麗絲 (紅藜)

資料來源：本研究整理。

附表2. 臺灣盆花產地與花種分佈彙整。

產　區	代表性的盆花種類
宜蘭地區	各式小品 (常春藤、毬蘭) 、聖誕紅、麗格海棠、仙客來、初雪葛、孤挺花、觀葉盆栽、球根花卉、山蘇、口紅花、金桔
臺北地區	蔓綠絨、黃金葛、觀音棕竹、多肉植物、杜鵑、繡球花、海芋、百子蓮、國蘭、茶花、杜鵑
桃園地區	各式草花、聖誕紅、常春藤、繡球花、牽牛花、桂花、荷花、草皮、長壽花、繡球花
新竹地區	檀香柏、國蘭、蝴蝶蘭、茶花、各式草花
苗栗地區	聖誕紅、仙人掌及多肉植物、大岩桐、金錢樹、翡翠木、一葉蘭、香料植物
臺中地區	蝴蝶蘭、國蘭、東亞蘭 (虎頭蘭) 、火鶴花、球根花卉、文心蘭、石斛蘭、各式草花
彰化地區	蝴蝶蘭、各式菊花、馬拉巴栗、庭園苗木、草皮、金錢樹、非洲菊、多肉植物
南投地區	聖誕紅、虎頭蘭、開運竹、香冠柏、香料植物、國蘭、玫瑰、金錢樹、蝴蝶蘭、多肉植物
雲林地區	馬拉巴栗、蝴蝶蘭、仙履蘭、各式草花、沙漠玫瑰、國蘭
嘉義地區	蝴蝶蘭、國蘭、開運竹、熱帶蘭花、文心蘭、石斛蘭、仙履蘭
臺南地區	蝴蝶蘭、火鶴花、黃金葛、粗肋草、荷花、文心蘭、熱帶蘭花、金錢樹
高雄地區	蝴蝶蘭、火鶴花、虎尾蘭、粗肋草、千年木、熱帶蘭花、觀賞鳳梨、粗肋草、金錢樹、觀果類盆栽
屏東地區	大擎鳳梨、觀賞鳳梨、火鶴花、金錢樹、馬拉巴栗、各式草花、熱帶蘭花、蝴蝶蘭、蔓綠絨、觀果類盆栽
台東地區	國蘭、蝴蝶蘭、福綠桐、金錢樹、變葉木、千年木、百合竹

資料來源：本研究整理。

