

國內切花市場現況 與未來發展趨勢

台北花卉產銷股份有限公司 張堂穆

摘要

花卉產業為國內農業發展之重點指標，農政單位輔導成立花卉批發市場，以期提供產銷雙方更透明的交易平台。目前國內近九成花卉多透過批發市場完成交易，係為花卉交易之中心樞紐，其中切花交易占批發市場交易額之七成，屬主力經營之業務，回顧近五年全臺批發市場切花交易額年均 40 餘億元，然受限於國際競爭壓力以及整體國內銷量持平，難有較大之突破發展，為提升整體切花產業之消費競爭力，未來發展趨勢應朝結合 E 化電子商務、產業冷鏈化以及通路多元化等面向重點發展。

關鍵字：花卉、花卉批發市場、發展趨勢

前言

臺灣地處亞熱帶，氣候優良且四季分明，十分適合各類花卉栽種與種苗培育，又因地形多高海拔之山嶺，可透過海拔差異作為花卉生產的季節調節，使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，臺灣地區花卉生產面積從 1983 年的 2,996 公頃成長至 2019 年 14,455 公頃，同期產值亦由 16 億元成長至逾 182.9 億元，由此可知臺灣花卉產業過去 30 餘年來產值成長幅度超過十倍。臺灣國產花卉產業主重外銷，因地理位置優勢，鄰近世界第三大花卉消費市場 - 日本，且配合國內運銷技術之提升，國產花卉外銷產值逐年提高，從 2005 年的外銷總金額 7,167 萬美元發展至 2019 年 21,873 萬美元；內銷部分隨著國內經濟的發展與國民所得提高，除傳統祭祀需求外，民眾亦逐漸重視環境綠美化及居家生活品質之提升，因此花卉雖非民生必需卻也是國內重要的農產品項目之一。

臺灣花卉生產者（供應人）以小農戶為主，其生產後商品銷售主要採共同運銷方式，供貨至全臺批發市場進行公開拍賣交易，再由花商（承銷商）競價後批發給下游的花店等零售市場進行消費端銷售；根據農糧署統計透過批發市場交易約佔總生產之 90%，可見批發市場之於花卉的重要性。目前國內共有五家花卉批發市場，分別座落於臺北、臺中、彰化、臺南及高雄，負責臺灣地區花卉集散、價格形成之運銷職能工作。批發市場旨在提供產銷雙方具公信度之交易服務平台、建立運銷秩序，目的為提高運銷效率，保障買賣雙方權益及維持市場供需均衡。其中臺北花市為全臺最早成立之市場，自 1988 年成立時，引進公開拍賣競價制度，並建置全臺第一座花卉拍賣鐘交易設備，取代傳統人工

拍賣，帶領臺灣花卉交易進入電腦化時代；其後，由於電腦化交易逐漸取代傳統交易方式 - 議價制度（供應商與承銷商談妥價格後成交），公平、公正、公開拍賣交易漸成為花卉商品主要之交易模式。

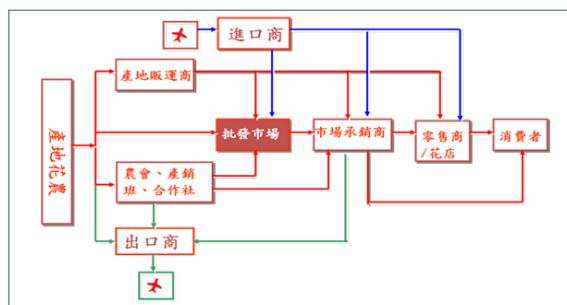


圖 1、國內花卉運銷通路結構

而透過批發市場完成交易之花卉，主要透過市場承銷商（批發商）銷貨給花店、傳統市場及假日花市等地方進行販售，花卉每年內銷產值約達 80 億元新臺幣，消費習性主要集中於傳統祭祀、節慶用花、活動慶祝及送禮等之外，居家環境綠化之景觀意識逐漸抬頭，然花卉仍屬非民生必需品，消費習性左右市場之需求，且切花生命週期短以及價量變化敏感，故奢侈品之印象難以讓消費大眾用花生活化，故提升產品之競爭力必然為未來切花發展重點，本文亦是探討目前切花市場概況，並就未來發展重點提出趨勢之分析。

表 1、國內花卉種植面積及主要生產種類

生產縣市	面積	百分比	主要花卉種類
彰化	5,558	38.5%	鮮切花（大小菊、非洲菊、康乃馨）、苗圃、盆花
南投	1,596	11.0%	鮮切花（玫瑰、百合）、蘭花、苗圃
臺中	1,355	9.4%	鮮切花（百合、劍蘭、文心蘭）、蘭花、苗圃、盆花
屏東	1,180	8.2%	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	986	6.8%	鮮切花（洋桔梗）、蘭花、苗圃
臺南	876	6.1%	鮮切花（火鶴花）、蘭花、苗圃
桃園	515	3.6%	盆花（聖誕紅）、苗圃（草花）
雲林	483	3.3%	鮮切花（洋桔梗、夜來香）
新北	352	2.4%	苗圃（觀賞植物）、鮮切花（金花石蒜、百子蓮）
高雄	347	2.4%	鮮切花（火鶴花）、蘭花（熱帶蘭花）
宜蘭	346	2.4%	鮮切花（銀柳、葉材）、苗圃（小品盆栽）
苗栗	274	1.9%	鮮切花（香水百合、玫瑰）、盆花（聖誕紅、多肉植物）
新竹	194	1.3%	盆花（茶花）
其他	393	2.7%	臺北（鮮切花）、臺東及花蓮（盆花）
合計	14,455	100%	

資料來源：依據農糧署 2019 年農產統計年報彙整

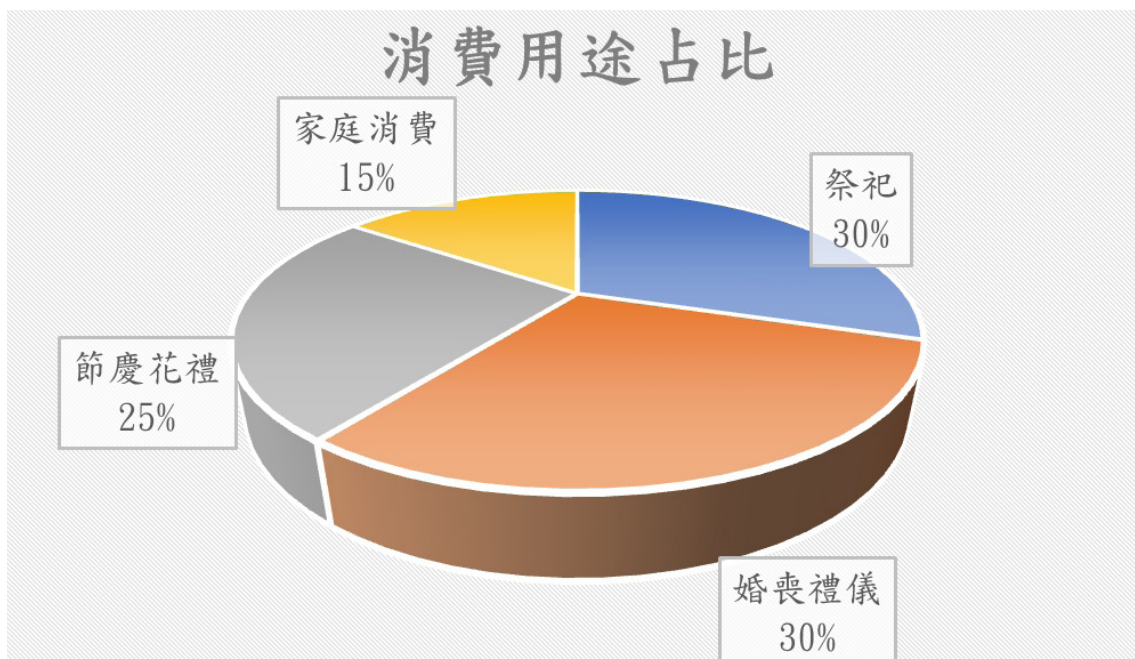


圖 2、國內花卉消費用途占比

國內切花市場現況

一、市場概要

花卉批發市場位居國內花卉運銷通路的中間樞紐位置，其經營受農產品批發市場交易法規範之，批發市場最主要之功能有快速集散（國內花卉商品集中統一販售）、價格形成（拍賣交易）及行情資訊提供，為一提供產銷服務之交易平台，串聯了產地集貨、運輸、拍賣交易，最後再透過承銷商，銷售分流與順暢運銷通路系統，如前述國內目前於北中南共成立五家批發市場，擔負全國花卉交易之職責，經農糧署統計全國各縣市供應近 9 成以上比率的貨源，皆送至批發市場進行拍賣交易，表 2 為五家花卉批發市場基本概述表。

表 2、五家花卉批發市場基本概述表

	臺北花市	臺中花市	彰化花市	臺南花市	高雄花市
開業時間	1988.10	1995.1	1994.4	1994.9	2003.9
市場面積	2.8 公頃	2.01 公頃	1.7 公頃	4 公頃	8 公頃
交易花卉	切、盆花	切、盆花	切花	切花	切、盆花
拍賣時間	AM 03:30	PM 16:00	PM 16:00	PM 15:30	PM 16:00
拍賣線數	4	3	3	3	4
管理費率	供應人 1.85% 承銷人 1.85%	供應人 2.25% 承銷人 2.25%	供應人 1.95% 承銷人 1.95%	供應人 1.95% 承銷人 1.95%	供應人 1.95% 承銷人 1.95% 盆供 2.00% 盆銷 2.00%
搬運費率	供應人 1.0%	供應人 1.0%	供應人 1.5%	供應人 1.5%	供應人 1.5%
拍賣時間	AM03:30	PM 16:00	PM 16:00	PM 15:30	PM 16:00

	臺北花市	臺中花市	彰化花市	臺南花市	高雄花市
供應商數	10,875 位	9,609 位	7,514 位	7,667 位	8,869 位
承銷人數	305 位	149 位	90 位	121 位	233 位
市場屬性	消費地	產地兼消費地	產地	產地兼消費地	產地兼消費地

二、市場經營規模績效

國內花卉市場於 2019 年總營業額為 49.36 億元新臺幣，其中臺北花市為 24.1 億元，占全臺 49%，全臺灣地區切花整體進貨把數為 6,700 餘萬把，盆花整體進貨盆數為 979 萬餘盆，其中臺北市場切花進貨把數為 2,679 萬餘把，亦占整體 40%，凸顯目前國內花卉消費趨勢仍偏於北臺灣等都市消費力高之地區，如表 3 所示。

表 3、2019 年國內各花卉市場交易概況

	臺北花市	臺中花市	彰化花市	臺南花市	高雄花市
營業額	24.1 億元	4.16 億元	6.54 億元	6.66 億元	6.84 億元
佔比	49%	8%	13%	14%	14%

市場別	2017 年		2018 年		2019 年	
	切花把數	盆花盆數	切花把數	盆花盆數	切花把數	盆花盆數
臺北花市	27,122,226	6,269,449	27,670,366	6,310,737	26,794,684	6,515,630
臺中花市	7,328,313	927,993	7,543,034	941,185	7,432,083	965,406
彰化花市	12,080,634		12,219,533		11,909,513	
臺南花市	11,284,825		11,888,100		11,439,286	
高雄花市	9,889,728	1,160,413	10,012,065	1,070,407	10,027,789	1,095,538
合計	67,705,726	9,587,669	69,333,098	9,738,936	67,603,355	9,797,932

殘貨係指花卉經線上拍賣 3 次未能於底價成交。該指標通常為反映供需結構及均衡性，以及消費面對花卉品類及品質的需求狀況。殘貨值越低，表示市場需求及行情表現越佳，也是供應人取決供貨的指標。

表 4、國內各花卉市場殘貨概況

	臺北花市	臺中花市	彰化花市	臺南花市	高雄花市
2009 年	1.88%	3.34%	2.97%	3.00%	2.86%
2010 年	1.48%	3.25%	2.44%	2.79%	2.41%
2011 年	1.85%	3.24%	2.70%	3.61%	2.93%
2012 年	1.25%	2.46%	1.93%	2.48%	1.94%
2013 年	1.15%	2.45%	1.53%	1.88%	1.59%
2014 年	1.13%	2.71%	1.52%	2.04%	1.72%
2015 年	1.07%	2.58%	1.59%	1.96%	1.77%
2016 年	0.87%	2.06%	1.42%	1.56%	1.36%
2017 年	0.75%	1.96%	1.11%	1.37%	1.30%
2018 年	1.15%	2.53%	1.76%	1.87%	1.76%
2019 年	0.85%	1.83%	1.29%	1.36%	1.34%

近年花卉供貨品質、花卉鮮度及瓶插壽命均有所提升，由於小包裝化降低花卉受損率且在新穎性及高品質品種不斷引進汰換下，各市場在殘貨比例均有降低，透過經常性拜訪產地並徹底執行分級包裝規範，督促產地提升供貨品質，殘貨率均有逐年下降趨勢。

三、切花主要品種量價分析

以臺北市場 2019 年度分析切花主要大宗花卉，綜觀量價探討仍以香水百合、大小菊、玫瑰及洋桔梗為目前國內主要之切花品項，2019 年度臺北市場交易數據如下圖：

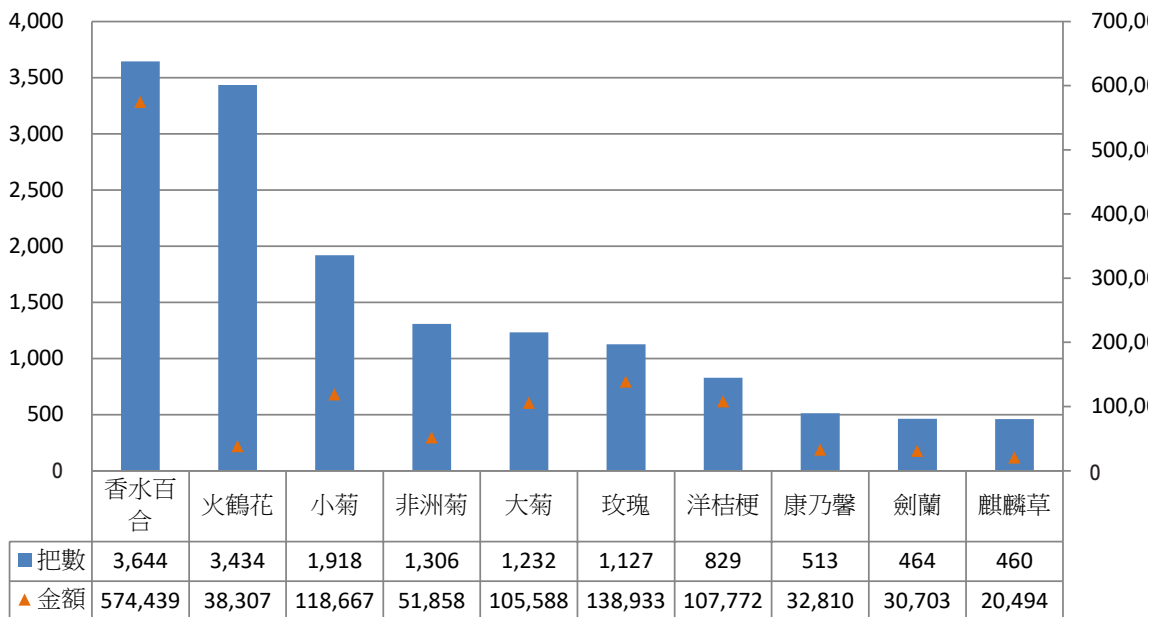


圖 3、臺北花市 2019 年切花大宗品種量價概況

(一) 香水百合

1. 香水百合全年供貨量為 364 萬餘把，較 2018 年同期減少 10.28%。
2. 葵百合類供貨量 2 萬 5 千餘把，較 2018 年明顯減少 61.25%。
3. 百合品種不斷推陳出新，新品種之優質花卉帶動整體價格，加上 2019 年百合供貨量相較去年度減少約 1 成之多，故百合均價仍表現亮眼，臺北市場香水百合為 159 元 / 把、葵百合類為 150 元 / 把。分別較 2018 年同期上漲 9.66% 及 10.29%。
4. 全市場 2019 年交易量價如下：

表 5、2019 年國內各市場香水百合交易量價表

單位：元 / 把

	平均價	交易量
臺北花市	157	3,643,826
臺中花市	139	771,373
彰化花市	146	1,360,741
臺南花市	142	1,557,570
高雄花市	151	1,463,724

(二) 菊花類

1. 大菊全年供貨量為 116 萬餘把，相較 2018 年小幅增加 1.29%。
2. 小菊供貨量為 181 萬餘把，較 2018 年減少 6.71%。
3. 大小菊主要需求期為第一季農曆春節，第二季清明節日及夏季中元普渡祭祀類用花為主，其中以小菊色澤多樣用途廣泛較受青睞，又因供貨量較去年減少近一成情況下，價格小幅上漲為 62 元 / 把，較 2018 年上揚 21.57%，而大菊則為 85 元 / 把，較 2018 年小漲 6.25%。
4. 全市場 2019 年交易量價如下：

表 6、2019 年國內各市場菊花類交易量價表

單位：元 / 把

大菊	平均價	交易量
臺北花市	85	1,166,031
臺中花市	60	389,388
彰化花市	69	1,126,968
臺南花市	72	770,960
高雄花市	76	715,229
小菊	平均價	交易量
臺北花市	62	1,816,351
臺中花市	40	466,312
彰化花市	54	1,709,602
臺南花市	53	1,320,547
高雄花市	56	1,250,906

(三) 玫瑰

1. 玫瑰產區連年持續高溫致病蟲害防治不易，生產成本連年提高，而產量更連年下滑，供貨量為 112 萬餘把，較 2018 年同期減少 7.16%。
2. 而 2019 年度交易價格表現則以第一季農曆春節及西洋情人節價格較佳，其次為第二季相關節日母親節及畢業季需求致交易行情呈上揚走勢，而年底又有結婚及聖誕節日相關用途，致臺北市場全年平均價表現平穩，為 121 元 / 把，較 2018 年同期小幅上漲 3.39%。
3. 全市場 2019 年交易量價如下：

表 7、2019 年國內各市場玫瑰交易量價表

單位：元 / 把

	平均價	交易量
臺北花市	121	1,058,089
臺中花市	117	256,282
彰化花市	94	243,240
臺南花市	104	195,497
高雄花市	102	264,490

(四) 洋桔梗

1. 洋桔梗供貨量為 80 萬餘把，相較於 2018 年的 83 萬餘把相差不多。
2. 洋桔梗為近年外銷日本主要花種之一，用花需求多元化、婚喪喜慶皆宜用途極為廣泛，另搭配外銷需求品種不斷更新，深受消費大眾青睞。
3. 臺北市場全年均價為 129 元 / 把，較 2018 年小幅上揚 4.03%。
4. 全市場 2019 年交易量價如下：

表 8、2019 年國內各市場洋桔梗交易量價表

單位：元 / 把

	平均價	交易量
臺北花市	129	801,933
臺中花市	94	200,859
彰化花市	99	149,520
臺南花市	100	180,171
高雄花市	104	174,917

國內切花批發市場合計年均交易額為 41 億餘元，近 5 年皆穩定維持，然難有較大突破之情形發生，綜觀目前產業之發展，已然面臨提升之瓶頸，且鑒於 2020 年度之疫情影響，導致花卉出口受阻，造成整體交易情勢崩盤，故提昇花卉內需量係為花卉產業提升之必要，本文基於臺北花市經營市場之角度，下段即針對切花市場未來發展趨勢提出之建議。

切花市場未來發展趨勢

一、國內花卉市場發展之內外部環境分析

(一) 外部環境分析：

1. 傳統通路式微，購物模式轉變
2. 智慧型裝置普及，電子支付興起
3. 花農次世代逐步接班，E 化思維抬頭
4. 小型花店單打獨鬥，傳統花店逐步消失街頭
5. 花卉生產及運輸成本高，生產面積逐漸萎縮

(二) 內部環境分析：

1. 傳統花卉交易型態逐步萎縮
2. 批發市場場域限制難以擴展
3. 花卉價格易受民俗節慶影響行情波動大
4. 夜間作業人力難以招募銜接

二、國內切花市場發展方向

綜觀目前切花產業發展之瓶頸，提供下列相對應之發展方向：

(一) 電子商務化發展

隨著網路科技日新月異，數位化與行動化在各行各業帶來新變革。荷蘭與日本、中國大陸等國家的花卉批發市場，皆已大量導入交易快速又節省人力的

網路交易作業，尤其是日本各花卉批發市場，為因應環境需求改變，傳統的拍賣作業量能降低，亦成功轉型以網路訂貨交易為主，目前網路交易量約占總交易的 70~80%，已經大幅提高運銷效率，並為產業導入創新性。

臺灣電子商務隨著上網人口、行動用戶激增，臺北花市於 2018 年度起推行花卉網路交平台，提供供應人及承銷人透過網路平台進行花卉批發交易，然切花因受限產品品質不穩定，以及價格波動劇烈，預約交易難以大幅推展，未來發展重要方向仍著重於續推行電子商務模式，改變傳統交易之習慣，並搭配冷鏈化發展，提升整體產品品質，期望未來花卉交易透過電子商務模式，創造劃世代之交易新境界。

(二) 產業冷鏈化發展

批發市場扮演花卉交易之重要樞紐，然除臺北花市於 2020 年於拍賣卸理貨場域及承銷暫存區建置冷鏈示範區域外，其他市場皆尚未備有冷鏈設施，考量國內夏季氣溫炎熱，不利於整體花卉保鮮，縮短花卉可用時限，故不論電子商務發展亦或是通路多元發展，基本之條件則首重於切花商品品質之提升，綜觀目前國內花卉供應人大多為小農居多，冷鏈條件極其欠缺，故未來發展之重點仍仰賴政府機關擴及補助集貨及貨運單位建置冷鏈設施，並完善各市場冷鏈需求，以共同創造完善花卉批發交易之環境。

(三) 通路多元化發展

透過國產花卉生產保鮮技術進步，而後則應擴大末端消費之通路，近年隨著景氣變動，餐飲、電子、精品百貨產品等消費快速興起，店面租金高昂，導致花卉零售業者生存不易，進而使得民眾可觸及花卉之通路減少，對於內需市場發展亟欲改善。

如今屬電商及通路為主要消費群聚導向，有鑑於國外之已發展國家，花卉販售已然普遍於超商及各交通樞紐據點，臺北花市配合農糧署 2020 年疫情振興之多元花卉通路銷售計畫，嘗試於超市及捷運站等民眾常駐之據點，進行花卉銷售，目的在於開拓花卉通路，使消費者更容易接觸、購買花卉。除通路多元發展，行銷推廣面仍須仰賴政策之推行宣導，鑑於臺北花市戮力執行花藝走入社區、校園等計畫，皆著重於培育民眾愛花及用花之意識，提升國民用花消費意願，方利於整體花卉產業之提升。

結論

整體國內花卉產業之發展取決於消費者對於花卉之需求、花卉品質之提升、及通路的拓展，其目標皆著重於培養民眾了解花卉、喜愛花卉，進而購買花卉，因此，花卉市場未來發展之目標在於結合電子商務促使花農及花商擁有更為便利且成本降低之交易模式、冷鏈之發展維持花卉採後品質及通路之豐富多元化促使民眾更容易接觸並購買花卉。期望花卉未來之發展結合產官學之共同合作，整合國內之資源，提升國內花卉產業之新高峰。