玫瑰花運銷與價格分析

中興大學農產運銷研究所／李皇照

一、前言

玫瑰花顏艷麗，花姿高貴，花香誘人，千百年來始終爲人們所喜愛，是世界上普遍受歡迎的三大切花之一。根據一項台灣地區花卉消費調查的研究資料指出，玫瑰花是台灣消費者最喜愛的切花花卉排名首位，由於玫瑰的各式各樣花色，可用以表達心中澎湃的情感和心意，玫瑰花束已廣爲時下年輕人用作傳達情意的媒介，尤其在情人節、畢業典禮和結婚佈置，以及西洋節慶等時節更是需求殷切。

台灣地區生產的玫瑰花以供應國內市場消費需求爲主，外銷出口的數量並不多，近年來玫瑰外銷市場更因受荷蘭、馬來西亞和中國大陸等地大量輸銷的影響，台灣玫瑰花外銷出口數量已大幅萎縮。然而，在此同時，隨著國內花卉消費市場對花色新奇、花朵碩大之高品質玫瑰的需求增加，政府對玫瑰花進口管制的措施亦已解除，民國八十三年底時，已有國外生產的玫瑰花輸入台灣。

隨著國民所得的提高，以及國民對生活品質的重視，近年來國內花卉市場需求增加極爲快速，面對日漸蓬勃的花卉產業，政府農政單位也積極投入輔導花卉產業發展，除生產技術的試驗和推廣外，在改善花卉運銷作業效率上，亦投入相當經費和努力，諸如輔導花卉批發市場陸續成立、推展花卉冷藏運輸、制定分級包裝標準，以及提供花卉拍賣價格行情的市場資訊報導等等。本文主要乃在敘述台灣地區玫瑰花的運銷概況，以及近幾年批發市場玫瑰花成交價格的變動分析，冀盼有助於花農了解玫瑰花運銷和內外銷情形，以及批發價格變化的梗概，供作花農和運銷商選擇玫瑰花運銷決策之參考。

二、玫瑰花運銷作業

所謂運銷係指將生產者所生產的商品轉移至消費者手中的各種經濟活動，由於運銷活動的執行，可創造產品和勞務的效用，因此，運銷也是一種生產活動。運銷職能是指增加產品形式效用、時間效用、地域效用和所有權效用，滿足消費者慾望的一種實體過程或服務的活動。運銷職能一般而言包括：準備職能、主要職能和輔助職能等，準備職能有集貨、分級標準化、加工和包裝等活動；主要運銷職能活動則包括運輸、貯藏和交易；運銷輔助職能有風險承擔、行情資訊和金融融通等項。

花農種植玫瑰花的目的是希望能在適當時間採收玫瑰花，以合適的分級包裝方式，於適當的市場銷售，並獲取合理利潤。因此，如何藉由運銷活動的執行，使生產的玫瑰花能適時運達合適市場消費者手中，以滿足消費者的需求慾望是爲重要關鍵。本節旨在說明台灣地區玫瑰花的準備和主要運銷職能活動。

（一）集貨

集貨是指花農將採收的玫瑰花集結成一個運銷單位的活動，集貨可創造產品的地域效用，將分散於各田間的玫瑰花，集結成一個運銷經濟單位，以利後續運銷活動，如整理、分級、包裝和運輸的執行。傳統上，玫瑰花農大都於下午三點以後，在田間用剪刀採收玫瑰花，再運回自家庭院廣場做初步整理和集貨工作。近年來，由於花卉生產合作社和產銷班陸續成立，在政府輔導下，配合農地利用綜合規劃的計畫，設置產地集貨場，場內大都設置有清洗槽、整理台，和分級包裝設備等，因此，目前花農採收的玫瑰花大都利用合作

社或產銷班的集貨場來進行集貨工作。

(二)分級和標準化

分級和標準化可創造產品的形式效用。由於生產的玫瑰花外形、長度和成熟度往往參差不齊，如果不經選別分級，不僅銷售有困難，也不易獲取高的銷售價格。產品標準化是便利產品銷售交易的手段，而分級則是有效達成產品區分的方法。過去台灣地區由於缺乏統一的花卉分級標準，玫瑰花運往市場前的分級，大都由花農依莖枝長度和成熟度，按自己生觀的判斷，類分爲特、優、良等三級。近年來，在政府農政單位積極推動下，配合花卉批發市場和花卉相關業者的努力，已逐漸建立起切花花卉等級標示原則。

依台北花卉產銷公司制定的切花花卉等級標示原則，有關玫瑰花等級之標示是採二碼標示法，第一碼是品質等級分A、B、C三級，第二碼是依花莖長度區分爲1、2、3、4四級。玫瑰花品質和花莖長度的等級區分標準規定如表一和表二所示。

(三)包裝和運輸

良好的包裝可便利裝卸搬運和維護產品品質。過去玫瑰花的包裝方式是一打成一束，十來束至數十束成一捆，以稻草密捆之，內放包於塑膠內之冰塊，以防中心積熱，傍晚利用火車運送輸往大消費地，再由花商提貨。近年來，銷往市場的玫瑰花則大都以紙箱包裝，包裝時玫瑰花依品種等級分類，每十枝綑綁成一把，每把於基部切整平齊，基部切口至花朵中間以繩索綑紮。

依據台北花卉產銷公司訂定之玫瑰花定量包裝的規定：小包裝把數爲5或10把，中包裝把數爲15或20把，大包裝把數則未加規範，由供應單位視紙箱大小斟酌裝箱。裝箱方式爲各層切花以反方向堆放箱中(花朵朝外)，且爲防花朵搬運摩擦受損，裝箱後以繩索固定，封箱時，箱上需以膠布貼牢，再用繩索綑牢，紙箱兩側需打孔，打孔處宜距箱口10公分以利搬運；紙箱上應貼上或印上標示籤條，例如：彰化縣田中鎮張甲上花農供應台北花卉產銷公司A級莎蔓莎玫瑰花，其花莖長度51公分，20把一箱，則標籤格式如下：

供應人	張甲上	產地	彰化縣田中鎮
供應代號	XXX	等級	A 3 | B | C
中文名稱(品種)	莎蔓莎	數量	把／每件
品名代號	FR131		20把
顏色	紅	備註	
長度(公分)	51	收件人	台北花卉產銷(股)公司

目前玫瑰花包裝工作大都在合作社或產銷班的集貨場，利用包裝機器設備來進行。包裝後的玫瑰花，再利用貨車或花卉冷藏運輸車運往各花卉批發市場和消費地銷售，運輸職能活動藉轉移產品的地域空間，來擴大消費的效用。

(四)貯藏

合適的花卉貯藏，除可保持花卉品質外，亦有創造時間效用的功能。依據美國農部出版的各種花卉貯藏適溫及耐貯期間指導手册指出，玫瑰貯藏的適切溫度爲-0.5～0°C，耐貯期間二週。惟貯藏期間會因品種、栽培條件和採收成熟度而略有不同。目前台灣地區生產面積規模較大的花農、花卉生產合作社和產銷班，大都設有低溫冷藏庫，用來貯藏已分級包裝好，而待銷售的玫瑰花，以確保產品品質。貯藏可延長產品的市場銷售時間，以避免大量上市供應，造成價格的暴跌，因而有減緩市場價格波動的功能。

(五)交易

民國七十七年以前，國內並無正式的花卉批發市場進行集中交易，花農採收後的玫瑰花，大都於產地銷售給販運商，或委託貨運行或火車運至消費地，委由行口代爲出售，完成玫瑰花的交易活動。爲建立合理、公開和公平的花卉交易制度，民國七十七年三月，由花農和花商共同集資創立台北花卉產銷股份有限公司，開創台灣花卉批發交易的新紀元，其後幾年彰化

田尾花卉批發市場、台南花卉批發市場和台中花卉批發市場等陸續設立，不僅增加花農銷售花卉的管道，花卉批發市場也都採用荷蘭式電腦鐘拍賣方式，對形成公平合理的花卉交易價格也有相當的裨益。

目前玫瑰花農銷售玫瑰花的運銷通路，大致有下列幾種方式：

1.參加農會或合作社辦理之共同運銷；
2.與花商簽訂保價契約；
3.賣給產地販運商、零售商或花店；
4.委託消費地行口商銷售；
5.於假日花市或夜市直接銷售給消費者。

上述五種銷售通路中，以參加共同運銷和委託消費地行口商銷售，這兩種銷售方式所佔的比重最大，通常一位玫瑰花農可能同時採用幾種不同通路方式，來銷售其生產的玫瑰花。

三、玫瑰花進出口情形

台灣地區生產的玫瑰花主要係以供應國內市場需求爲主，外銷數量所佔的比重並不高，民國七十三年至民國七十五年是台灣玫瑰花外銷數量較多的期間，早期玫瑰花外銷的主要市場是香港，惟近年來香港市場受中國大陸、荷蘭和泰國大量輸銷的影響，台灣地區玫瑰花銷往香港的數量已不多。表三爲最近三年玫瑰花外銷出口的數量和價值統計，依據中華民國海關出口統計資料，民國八十二年玫瑰出口數量爲1,515公斤，出口價值約爲新台幣五十五萬元左右；民國八十三年的出口量雖增加爲3,435公斤，但外銷出口值卻降爲僅新台幣二十四萬元左右。玫瑰花外銷出口的主要月份集中於十二月至二月，其中二月份是全年出口的高峰期。

近三年台灣地區玫瑰出口地區主要爲：新加坡、日本，和大洋洲國家，其中以新加坡爲最主要的外銷市場，民國八十三年輸往新加坡的玫瑰花數量爲2,600公斤，約佔外銷數量的四分之三；民國八十四年時減少爲1,850公斤，惟佔外銷數量約在八成五左右，詳見表四。近年來台灣玫瑰花外銷數量明顯的減少，外銷市場又過度集中於新加坡一地，且面臨荷蘭、中國大陸和馬來西亞等國積極輸銷的競爭，我國想拓展玫瑰花外銷市場著實並非易事。

民國八十三年以前，玫瑰花是屬管制進口的項目，故國內並無玫瑰進口，開放管制進口後，八十三年十月至十二月的三個月間進口量爲5,826公斤，進口值約爲二十萬元；八十四年玫瑰花進口量增加爲66,283公斤，進口價值增加爲新台幣四百萬元左右，八十四年各月玫瑰花進口量值資料詳見表五。玫瑰花輸入台灣的進口國家包括：馬來西亞、荷蘭、哥倫比亞、美國和泰國，而輸入量較多的國家爲馬來西亞和荷蘭，以民國八十四年爲例，馬來西亞玫瑰花輸入台灣的數量爲47,732公斤，佔台灣玫瑰花總進口量的72%，而由荷蘭輸入的玫瑰花數量爲15,025公斤，約佔23%左右，這兩個地區輸入的數量合佔台灣玫瑰花總進口量的95%，詳見表六。

四、玫瑰花批發價格分析

台灣地區生產的玫瑰花有九成五以上，係供應國內市場消費所需，目前玫瑰花銷售主要是透過國內四個花卉批發市場進行拍賣交易。四個花卉批發市場的交易量，以台北花卉產銷公司的營運規模最大，台北花卉產銷公司每日營運量約佔全體花卉批發市場每日總營運量的五至六成。本節旨在利用民國八十一年至八十四年間，台北花卉產銷公司每日玫瑰花進貨數量和成交價格之資料，來分析國內玫瑰花批發價格的變動趨勢。了解花卉批發市場玫瑰花進貨數量和成交價格的變化趨勢，是花農制定其產銷決策的重要參考資訊。

表七是近四年來台北花卉產銷公司進貨量和成交價格之月別統計和季節指數。就進貨量來看，全年平均每日玫瑰花進貨量約爲九千把，四月至六月是全年進貨量的高峰期，最近四年平均每日玫瑰花進貨量，四月是12092把，五月是12217把，六月是13059把；九月和十月，以及二月和三月是玫瑰花進貨量的低谷期，平均每日進貨量在7000把左右。利用前述資料，以月別平均法計算台北花卉產銷公司玫瑰花進貨量的季節指數，其結果爲：六月份是

1.44，五月份是1.35，四月份是1.33，而九月份爲0.76，三月份爲0.78，全年進貨量平均水準出現於七月份。

另就每日成交價格來看，最近四年台北花卉產銷公司玫瑰花平均每日成交價格約在63.5元左右，平均成交價格較高的月份是二月和三月，平均價格分別爲111元和86元，二月份價格最高乃因二月份適逢年節和西洋情人節市場需求殷切有關，而三月份主要是因爲供貨量減少所致。全年平均成交價格較低的月份，是四月份和五月份，過去四年間的三月份和四月份玫瑰花平均成交價格分別爲39元和42元，僅約爲二月份平均成交價格的三分之一，雖相隔僅一個月，然成交的價格差距甚大。利用月別平均法計算玫瑰花成交價格的季節指數，其結果成交價格季節指數最高是二月的1.75，其次爲三月的1.35；而最低的月份是三月爲0.61和四月爲0.65，全年平均成交價格出現於九月至十一月的三個月期間，其成交價格的季節指數皆接近於一。

將表七進貨量和成交價格資料繪製成月別趨勢圖如圖一，由圖中進貨數量和成交價格的變化可看出，成交價格變化差異程度相較於進貨量的變化幅度爲大，玫瑰花進貨量和成交價格兩者間的升降變化，很明顯的呈現反向關係，亦即進貨量增加則成交價格下跌，反之，進貨量減少，則成交價格上漲，符合經濟學的需求法則。計算近四年來台北花卉產銷公司進貨量和平均成交價格的相關係數，得出量價間的相關係數爲-0.36。若將前述資料簡化轉換爲季節指數月別趨勢如圖二所示，則可清楚的看出各月份價量間的關係，以及各月份進貨量和成交價格與全年平均水準間的比較。

五、結論

台灣地區玫瑰花運銷作業效率，近年來在政府農政單位和花卉相關業者的積極投入和努力下，已較過去有長足的進步；市場決價效率也由於花卉批發市場陸續成立，以及採行荷蘭式電腦鐘拍賣交易方式，而有較爲公平和公開的交易價格形成。本文敘述說明目前台灣地區玫瑰花的運銷作業方式，尤其偏重於運銷職能的準備和主要活動之闡釋，也分析近年來玫瑰花進出口的市場概況以及台北花卉產銷公司玫瑰花進貨量和成交價格的變化趨勢。

玫瑰花進出口資料顯示外銷數量近年來已明顯下降，且輸出市場過度集中於新加坡，又面臨許多國家大量競銷的影響，玫瑰外銷拓展不易。隨著國內解除玫瑰花進口管制，馬來西亞和荷蘭等地高品質玫瑰已大量輸入國內，花農面臨的競爭者將不僅只侷限於國內花農間的生產。因此，如何提昇玫瑰花的生產品質和降低成本，實爲當務之急。此外，國內花卉批發市場玫瑰花進貨量和成交價格的月別變動頗大，花農也應藉生產技術的改進來做產期調節，以期能做到適時適量的秩序運銷，來穩定收益。

參考資料

1.中華民國海關進出口統計，各月份。
2.台北花卉產銷股份有限公司，市況分析統計，各月份。
3.台北花卉產銷股份有限公司編印，花卉分級包裝（五），民國八十四年。

表一：玫瑰花品質等級區分標準

品質等級	區分標準		
	花部	葉部	莖部
A級品	花型完整，花色鮮明帶光澤，均勻對稱，成熟度佳具該品種特性，無擦傷、折損、褪色、變形、消蕾、水傷、凍傷、病、蟲、藥害等。	葉色鮮綠明亮，葉片排列整齊，分佈均勻對稱，無折損、擦傷、葉燒、黃化、污穢、水傷、凍傷、病、蟲、藥害等。	花莖堅實長直具韌性，粗細一致，無折損、斑點、焦傷、污穢、病、蟲、藥害等。
B級品	花色鮮明具該品種特性，成熟度微硬或稍開，無嚴重擦傷、折損、褪色、變形、消蕾、水傷、凍傷、病、蟲、藥害等。	葉色鮮綠明亮，無嚴重折損、擦傷、葉燒、黃化、污穢、水傷、凍傷、病、蟲、藥害等。	花莖粗細一致，較細軟枝，無嚴重彎曲、折損、斑點、焦傷、污穢、病、蟲、藥害等。
C級品	花色成熟度太開或太硬、擦傷、折損、變形、消蕾、褪色、水傷、凍傷、病、蟲、藥害較嚴重。	葉子折損、葉燒、水傷、凍傷、污穢、黃化、病、蟲、藥害較嚴重。	花莖細短、軟枝，彎曲、折損、斑點、焦傷、污穢、病、蟲、藥害較嚴重。

資料來源：彙整自「花卉分級包裝（五）」

表二：玫瑰花花莖長度級數區分標準

級數類別	1	2	3	4
花莖長度（公分）	66以上	54～66	45～54	45以下

資料來源：同表一

表三：近三年台灣地區玫瑰花出口量值月別統計　　單位：公斤、台幣千元

年別＼月別		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	合計
82	數量	87	628	81	15	95	9	38	12	405	25	0	120	1515
	價值	11	64	4	2	20	1	164	85	150	3	0	44	548
83	數量	18	2604	299	5	276	0	83	0	0	0	0	150	3435
	價值	5	80	45	1	54	0	21	0	0	0	0	33	239
84	數量	0	2050	0	0	0	0	0	91	8	0	10	21	2180
	價值	0	64	0	0	0	0	0	11	1	0	1	3	80

資料來源：中華民國海關出口統計

表四：近三年台灣玫瑰花主要外銷出口地區統計　　單位：公斤、千元新台幣

年別 \ 項目 \ 地區		日本	新加坡	其它大洋洲國家	其它
82	數量	107	300	941	167a
	金額	140	8	380	20
83	數量	150	2600	685	—
	金額	33	43	163	—
84	數量	—	1850	130	200b
	金額	—	62	16	2

a/ 包括美國(96公斤)和荷蘭(71公斤)
b/ 馬來西亞
資料來源：中華民國海關出口統計

表五：近二年台灣地區玫瑰花進口量值月別統計　　單位：公斤、千元台幣

年別 \ 月別		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	合計
83	數量	·	·	·	·	·	·	·	·	·	1517	4272	37	5826
	價值	·	·	·	·	·	·	·	·	·	48	158	3	209
84	數量	273	2327	4837	5241	3092	3871	13247	9104	8170	9790	4646	1685	66283
	價值	13	83	254	292	181	256	905	625	513	558	248	68	3996

資料來源：中華民國海關出口統計

表六：近二年玫瑰花輸入台灣進口國統計　　單位：公斤、千元台幣

年別 \ 項目 \ 地區		馬來西亞	荷蘭	哥倫比亞	美國	泰國
1994	數量	861	4606	137	57	165
	價值	37	157	7	3	5
1995	數量	47732	15025	3487	39	—
	價值	3030	782	182	2	—

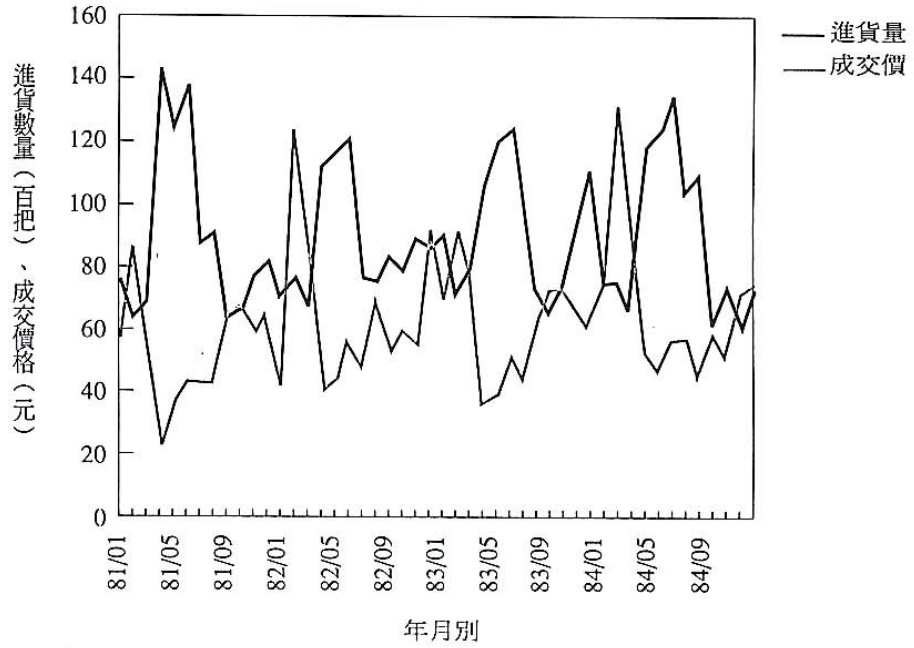
資料來源：中華民國海關出口統計

表七：台北花卉產銷公司平均每日玫瑰進貨數量和成交價格月別統計和季節指數

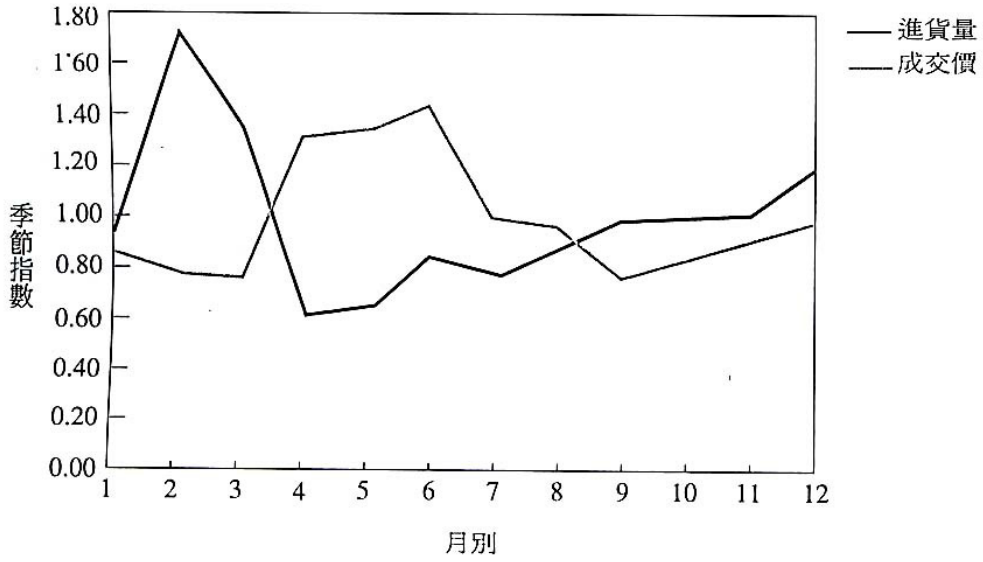
單位：把、元

月別	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
81年	7708	6531	7002	14482	12482	13921	9023	9236	6472	6752	7820	8362
82年	7235	7796	6743	11386	11972	12262	7716	7594	8369	7969	9221	8712
83年	9208	7209	8072	10652	12075	12595	9532	7432	6619	7432	9560	11145
84年	7527	7522	6618	11848	12337	13456	10419	10948	6220	7457	6154	7118
平均每日進貨量	7920	7265	7109	12092	12217	13059	9173	8803	6920	7403	8189	8834
季節指數	0.87	0.80	0.78	1.33	1.35	1.44	1.01	0.97	0.76	0.82	0.90	0.97
81年	56	88	59	22	35	44	44	44	65	70	61	67
82年	43	128	101	41	44	58	49	72	53	61	57	95
83年	70	94	77	36	39	54	44	65	74	74	67	61
84年	73	135	106	55	48	57	57	45	60	50	74	74
平均成交價格	61	111	86	39	42	53	49	57	63	64	64	74
季節指數	0.95	1.75	1.35	0.61	0.65	0.84	0.77	0.89	0.99	1.01	1.01	1.17

資料來源：本研究統計



圖一：近四年台北花卉產銷公司平均每日玫瑰花進貨數量和成交價格月別趨勢



圖二：台北花卉產銷公司玫瑰進貨量和成交價之季節指數