

经济周刊·深读



本报记者 韩启 摄

津城花市调查

花卉“生意经”

本版撰文 本报记者 郝一萍 韩启

兰香庭院店主 吴九龙

**人工培植兰花上百种
主要客群由企业转为个人**

2000年左右,吴九龙从河南来到天津,在曹庄花卉市场开了一家花店,名为兰香庭院,专门销售盆花。这家店一开就是20多年。目前,店里的花多达100多种,价格低的十几元、高的上万元。

店里一侧的架子上,应季花卉一层一层地摆放着。据吴九龙介绍,这些花的价格相对便宜,从十几元到几十元不等。

“4月前后,适合庭院种的花卉卖得最好,比如玫瑰、月季、绣球、栀子等。家里有院子的顾客基本都是一口气买



十几盆。另外,还有一些小草花也比较受欢迎,比如玛格丽特、满天星等。这些应季花卉在我们店里每天要卖40盆至100盆。”他对记者说,“我们主要从山东、云南、广东等地进货,会根据不同月份和季节来调整店里花的品种。比如,夏天一些盆栽比较受欢迎;过年期间则是蝴蝶兰、宝莲灯、杜鹃等品种卖得好。”

店里另一侧的架子上有数十盆兰花,春兰、墨兰、蕙兰、建兰、寒兰……据吴九龙介绍,因其偏爱兰花,不但将花店以兰花命名,而且店里一年四季都会销售多个品种的兰花。

谈及兰花,他难掩兴奋,一边沿着货架往里走,一边指着上面的盆花依次向记者介绍:“这盆是惠兰,它和春兰长得最像,开的花也都是小瓣的,只不过惠兰叶子稍硬,叶脉多一点,外沿还有大锯齿;而春兰叶子更软,只有3条叶脉,外沿的锯齿摸起来也更小;这盆是墨兰,也叫报岁兰,其叶子很宽;这盆是寒兰,它

位于西青区中北镇的曹庄花卉市场成立于1995年,此前曾进行改造升级,如今已重新焕发生机。

谈及改造前的市场,不少店主都摇头。“以前这边的店铺比较杂乱,花、鸟、鱼、虫、工艺品混在一起,设施老旧,卫生环境也不太好。”一位花艺馆里的店主指着四周说,“现在,鲜花、绿植都在这边,观赏鱼等都被挪到了对面的趣宠馆里。分区更清晰了,卫生环境也提升了。购物环境好了,人们就更愿意来了。”

去年年底,花艺馆二期重新开业,宣告了曹庄花卉市场历时3年的升级改造项目正式完工。改造后,该市场的大型花卉展销厅达3万平方米,共设715个摊位,展销有国内外名贵花卉2000多种,花卉日销售额达3万余株。通过业态整合,北厅为花艺馆,南厅为趣宠馆,两馆之间由一条售卖鲜切花的主题花街相隔。

运河文化旅游区企划部负责人白鹏飞告诉记者:“原先,曹庄花卉市场与隔壁的热带植物园被称为曹庄花卉植物园

的叶子特别薄;这盆是春兰中的包公魂,花的‘舌头’是紫黑色的……”

吴九龙端起一盆花对记者说:“大概10年前,这种兰花我卖到数万元,现在只要几千元。因为以前的兰花都是原生的,很稀有,价格居高不下。而近10年来,人们逐渐摸索出了培植方法。兰花放在大棚里,能通过人工培植量产,价格也大幅跳水,降幅超过50%。如今,最便宜的兰花只要几十元。这价格,老百姓一般都能接受,而主要的客户群体也由企业转为个人。”

据吴九龙介绍,店里的兰花均由他亲自栽种。“我在唐山有一个500平方米左右的种植基地,专门用于培植兰花。假如用这株兰花,我能把它培植成3株,旁边这盆甚至能培植成5株。如此反复,每年不停地培植,兰花的存量越来越大,商家只能降价销售。”他说,“种植基地的兰花细分品种多达上百种。我们会根据不同季节,搬运不同的兰花过来。比如玫瑰,我们从原产地进货,夏天产量大的时候,最便宜的只要10多元一扎,冬天产量小,尤其是情人节前,有时一扎要达到200多元,价格相差10多倍。另外,康乃馨属于价格变化幅度较小的,也要相差3倍多。”

据她介绍,鲜切花的销量和节日紧密相关。“在一些节日前,我们每天基本只能睡2个到3个小时。包括零售和批发,店里平日能卖上百扎鲜切花,而在节日期间,销量会上涨10多倍。”她说。

朝花艺店主 王朝
**不同时间进价相差10多倍
鲜切花损耗率达10%至20%**

“五一”前,记者来到了曹庄花卉市场花艺馆门口的花街。这里聚集了约30家鲜切花店。鲜切花是指从植物上切取的花,主要用于制作花篮、花束、瓶插花等,常见的有玫瑰、康乃馨、月季、菊花等。

花街上有一家名为朝花艺的花店。80多平方米的店里,上百种鲜花争奇斗艳,雪白的、嫩黄的、火红的、淡粉的……让人仿佛置身于花海之中。

“我们每天都要进货,一天少则1件,多则20多件。1件是100多公斤。以玫瑰为例,1扎有20枝,品质好的1件能放50扎,枝条细一点的能放80扎。”王朝说,该店主要从原产地进货,进口的来自荷兰、法国、南非等国家;国内的一半来自昆明,其次还有山东等地。

对于鲜切花来说,“鲜”是关键,这就对物流运输提出了较高的要求。她表示:“鲜切花的运输主要有2种方式,一种是空运,从昆明出发,一般2天就能到,娇气一点的花我们都会走空运,运输

上一束花,您是在什么时候买的?为自己,还是为家人?

花卉,看着美、闻着香,让很多人为之奔赴。不同的花卉,有着长短不一的花期,但在绽放的那一刻,无不尽显风采,让人从中获得愉悦。

也许您还叫不出它的名字,也分不清谁是谁,一个由形形色色的花卉托举出的规模超2200亿元的大市场却已在内悄然形成。对花卉从业者而言,即将到来的母亲节便是重要商机之一。



受访者供图

种植基地

京津国色天香牡丹园 年产千万枝 加工鲜切花需4小时

“五一”小长假期间,位于蓟州区的京津国色天香牡丹园(简称牡丹园)吸引了5.3万人前来赏花。总经理魏颖告诉记者,牡丹园总占地1万亩,是目前中国北方地区最大的以牡丹为主题的生态植物园。其中,游客观赏区域3000亩、鲜切花种植基地3200亩。

据介绍,牡丹园的种植基地年产1000万枝鲜切花,包括牡丹、芍药、郁金香、海棠、玫瑰等多个品种。除了北京、上海、深圳、重庆、云南等国内地区之外,该种植基地的鲜切花还远销澳大利亚、荷兰等国家。

加工流程是影响鲜切花销售最重要的因素之一。魏颖告诉记者:“我们是流水线加工,大概要4个小时。具体来说,先根据花的质量进行筛选。因为我们对花蕾、花秆的尺寸是有规定的,比如,花秆的长度必须要达到50厘米。随后进行人工切花,并将每10枝花绑成一捆,这一步被称为初剪。成捆的鲜花被运到流水线上。工人通过机器设定的标准尺寸对其进行二次修剪。最后鲜切花经过清洗和保鲜处理后被放入冷藏车。车内部温度需保持在2摄氏度至4摄氏度。因为这个温度下的花会停止生长,也不会开花。”



电商平台

母亲节营销大战提前打响 电商精细化运营是关键

一场围绕母亲节的营销大战已在花卉电商间提前打响。

早在4月21日,花礼网曾推送信息显示,原价256元的母亲节定制花束“幸福快乐”只需要206元。该花束由12枝红色康乃馨、2枝粉百合以及12枝栀子叶构成。不仅如此,该平台还有多款花束或花篮也有较大折扣。比如,由99枝红色康乃馨构成的经典设计款花束“健康长久”的特价为536元,较原价下降20%。根据花礼网5月9日披露的数据显示,该平台多款母亲节定制花束仍能享受八折左右的优惠。

与花礼网相比,花点时间布局更早。4月12日,这家花卉电商平台对外发布面向母亲节的花礼促销信息。以名为“芍药深陷”的植萃香氛鲜花套餐为例,价格由208.9元降至69.9元,且仅售3天。产品介绍显示,除了8枝芍药外,该套餐还包括香薰与护手霜。一周之后,该平台继续围绕母亲节发布促销信息。其中,除了价格“限时直降”外,部分花束礼盒“限时拍2单立减100元”的优惠尤受关注,而该活动时间从4月24日一直持续至5月4日。

自称开创了国内“日常鲜花订阅”模式的花加,有5款母亲节花礼于4月19日升级上新,价格从89元至119元不等。据该平台称,这5款花束可享受“满2件九折,满3件八五折”的优惠,活动时间由4月19日持续至4月25日。

对各大花卉电商平台来说,包括母亲节在内的各类节日是不容错过的重要商机。北京一家花卉电商平台相关人士告诉记者,在母亲节新品花束首发当日,他们便获得上万个订单。

中国花卉协会去年曾称花店仍是花卉零售的主战场,但花卉电商的规模不容小觑。“冷链物流保障了花卉的新鲜度和品质。未来,我国冷链物流市场规模不断扩大,有助于花卉电商企业进行业务拓展。”新经济行业数据挖掘和分析机构艾媒咨询披露的数据显示,去年,我国花卉电商市场规模已达1086.8亿元。

眼下,“分食”花卉线上销售业务的并非只有花卉电商平台,还有综合电商平台、直播平台等。在此背景下,花卉电商平台如何找准自身定位并进行精细化运营显得至关重要。

以业务模式来看,国内花卉电商主要包括B2B、B2B2C、B2C等模式。其中,B2B模式是指平台对接线下花店而非消费者;B2C模式是指平台直接对接消费者;至于B2B2C模式,是指平台接受订单后,转派给消费者所在城市的线下花店,由花店负责供货。

据了解,花加、花点时间等平台都是B2C模式。但值得注意的是,花点时间还在线下布局连锁花店。该平台披露的数据显示,其加盟店已超过150家,覆盖国内40多个城市。

业内观点

市场规模突破2200亿元 女性群体消费占比超61%

在众多花卉中,张旭对晚香玉有着特殊的感情。4年多前,他有幸参与晚香玉保种、扩繁工作。据他称,该品种是天津多家机构近些年努力拯救的品种之一。

作为天津市花卉产业协会理事,张旭有自己的公司。由于长期从事鲜花切花、盆花、多肉植物等种植工作,他对我国花卉产业发展十分熟悉。据介绍,在鲜花切花方面,云南是我国的主产区,年产量占比超过90%。而在国内花卉消费中,鲜花占比接近60%。

中国花卉协会去年发布的数据显示,我国花卉零售市场规模在2021年就已突破2200亿元。按照当时的统计口径,这里面包括盆花和鲜花两大类。

为推进我国花卉产业高质量发展,国家林业和草原局、农业农村部去年11月联合印发的《关于推进花卉业高质量发展的指导意见》明确提出,到2025年,力争年销售额达到3000亿元;到2035年,力争年销售额超过7000亿元。以优化产业布局结构来看,该指导意见指出,要不断提高鲜花切花、盆栽植物、功能性花卉生产占比,满足家庭园艺需求;大力支持花卉种子、种苗、种球产业发展,壮大花卉产业基础;培育一批花卉生产龙头企业,建设一批花卉标准化生产基地等。

花卉产业不仅有着长长的产业链,还贯通了第一产业、第二产业与第三产业。除了大力发展功能花卉及其深加工,未来花卉在生态修复、观光旅游、休闲康养、膳食文化、医药保健等方面的价值也有待深度挖掘。在张旭看来,国内花卉产业目前仍属于“朝阳产业”。

艾媒咨询去年曾对花卉消费者进行调研发现,女性群体、青年群体是花卉消费的主力人群。其中,女性占比超过61%。若以花卉消费人群的城市特征来看,有超过60%的消费者集中在二线及以上城市。

交易市场

打造花卉交易平台 多元化业务聚拢人气

及园艺资材等。

“市园林花卉示范中心已经成立了20多年。而早在40多年前,这里主要做迎春花市,只在春节期间经营。随着时间推移,越来越多的商户会集于此,逐渐形成规模。2000年正式成立时,市场里只有20多家店铺,如今已经聚集了约150家。”在市园林花卉示范中心主任刘占海看来,与其说该中心是做市场,不如说是做平台。他告诉记者,为了打造花卉交易平台、防止经营者垄断市场,该中心招商时,每个品类至少引进3家商户,此举一来可以促进市场内良性竞争,同时也能

方便顾客货比三家,如今看来效果显著。

“各类花卉的价格非常透明,许多商家薄利多销,像一些小草花,一盆可能只挣几毛钱,而大型盆栽只卖几十元,毛利率约10%,扣除物流等成本之后,一盆的利润大概只有5元。但他们主要走量。”刘占海说,“大型批发零售商户有6家,每家的经营面积都在2000平方米以上。他们通常隔一天到一车货,一车能拉约3000盆花,基本2天就卖完。”

除了打造花卉交易平台之外,为了科普花卉知识,市园林花卉示范中心建造了占地3000平方米的花园中心。花园中心可同时容纳约200人,除了进行花艺培训之外,还承接团建活动以及亲子DIY活动等。据刘占海透露,市园林花卉示范中心还计划在3年内陆续增加鲜花、观赏鱼、萌宠、古玩、家具等多个项目。其中,鲜花项目已进行申报,有望在今年启动。“我们希望通过开展多元化业务,聚拢人气,激发活力,带动产业发展,进一步提升整体竞争力。”他说。