

江苏年宵花产销行情及发展探索

瞿辉 邢瑶

江苏省农业技术推广总站

年宵花卉是指“元旦-春节”特定时段上市消费的花卉类别，是我国百姓文化消费的年货产品。近年来，全省年宵花消费由集团消费向大众消费转变、由大规格产品向小型精致化产品转变，促进全省设施花卉生产结构不断调整、产品不断创新、品质不断提升。

2019年江苏省年宵

花产销基本情况

销量情况。今年江苏省年宵花卉产销平稳，产品销量上升，平均售价呈下降趋势。市场产品丰富，花大色艳的精美盆栽花卉仍占主角地位，主要产品为蝴蝶兰、大花蕙兰、凤梨、红掌、仙客来、杜鹃等主流花卉，微型月季、长寿花、蟹爪兰等小盆栽花卉销售看好。与往年相比，今年全省年宵花货源充足，大众消费常态化极大地促进年宵花卉消费增长，市场销量较前几年有明显增加，平均增幅达30.6%。蝴蝶兰仍占市场主角，据不完全统计，今年江苏年宵期间蝴蝶兰销量为414.29万株，较上年增长4.9%；大花蕙兰销量较上年增长31.8%；凤梨、红掌市场供应量大，销量分别递增11.6%、15.8%；江苏本地地产的红掌、凤梨栽培周期长，与广东等南方省份的货源相比，花色艳丽，观赏期长，更受市场欢迎。受培育周期、生产成本影响，高度40~60cm中小规格的红掌供货量大，高度70~80cm的大规格优质红掌难以寻觅。中小规格的仙客来、杜鹃、微型玫瑰等价格亲民，购买者众多。其中仙客来销量递增明显，同比增长117.8%；杜鹃销量平稳增长5.8%。国兰、君子兰表现突出，销量分别为2018年同期3.5倍、3.7倍。文心兰、石斛兰等小品种洋兰和马蹄莲、朱顶红、红玉珠、宝莲灯等持续亮相，为消费者提供了更多的选择空间。近年来，江苏逐渐涌现出一批新兴花卉生产经营企业、家庭农场、专业合作社等新型经营主体，设施花卉规模产量稳步扩增，带动了年宵花产销量的增加。

价格情况。与去年同期相比，年宵花总体销售价格基本保持平稳，价格表现呈现先扬后抑、后期上涨的变化趋势。蝴蝶兰、大花蕙兰、观赏凤梨、红掌等作为年宵花主打产品，已被市场广泛认可，其价格波动直接影响年宵花市场行情。消费者更注重产品品质，优质优价得到市场认同。2019年春节前期受阴雨天气影响，部分蝴蝶兰品种花期延迟，市场销售启动迟缓，价格波动较大。由于去年省内红花品种蝴蝶兰产量明显上升，市场存量较大，年前中小种植户恐慌抛售，导致年宵前期红花品种销售价格下跌严重。往年本地红花蝴蝶兰批发价格维持在22~26元/株左右，今年批发价为20~22元/株，较去年同期下降9%~15%。杂色品种蝴蝶兰货缺价扬，销价为22~40元/株不等，“绿熊”蝴蝶兰22~23元/株，“三色鸟”蝴蝶兰25~30元/株。江苏的大花蕙兰以云南供货为主，由于看好今年市场行情，去年11月份云南大花蕙兰订货价格较去年上扬20%，部分经销商大量囤货，12月份担心货源积压开始抛货，导致价格下滑，临近春节货源紧俏，市场价格上涨10%。国内发达的物流运输为年宵花市场供应提供了便捷条件，今年省内经销商整柜从云南进货的较少，以三五件进货居多，中小客户比较容易直接进货，导致市场价格透明，因此省内大花蕙兰市场价格平稳。直兰平均批发价格约120元/盆左右，市场销售价格为200元/盆左右；拱兰批发价约160~200元/盆，市场销售价格在300~340元/盆。受南方货源量大、价格低的冲击，红掌、凤梨的年宵行情双双遭遇低谷，销售价格难以上扬。年宵前期，红掌销售滞缓，凤梨走量尚可，价格平稳。江苏地产红掌批发价格在16~20元/盆左右，凤梨批发价格约20元/盆。经过几年的调整，省内红掌、凤梨的产销趋于平稳，周年供应量充足，除了年宵市场供应之外，百姓大众日常消费已成为此类产品购买的主力军。

2019年江苏省年宵花

产销特征分析

花色新品畅销。近年来，我国花卉消费由集团购买转为大众百姓消费为主，为适应大众消费求新求异的特点，企业不断推出新品种、新产品，以满足大众消费需求。今年大花蕙兰品种较以往增多，以往市场销售的大花蕙兰主要品种为10~12个左右，今年增加到15~20多个。黄色系列主要品种为“黄金岁月”“杨贵妃”“金光”等，红色、粉色品种增加较多，如红色的“肯尼”“红袍”“红梅”“红霞”，粉色的“福娘”“福星”“英雄”等品种都很好销。绿色的“玉观音”叶片清秀，花色素雅别致，很受欢迎。今年上市的蝴蝶兰中，红花数量约占七成，依旧以“大辣椒”“火凤凰”“红玛瑙”等常规品种为主。“藏宝图”“甜格格”等杂色花和多花型的蝴蝶兰因色彩丰富，摆放时间长等优势，市场需求量增加，受年轻人的追捧。凤梨类主要品种有“平头红”“新红星”“丹尼斯”等红花品种等，红掌主要品种有“特伦萨”“火焰”“阿拉巴马”，杂色花“皇冠”“梦幻”等。总体来说，春节销售的花卉仍以红色为主，与中国传统节日气氛相烘托，喜庆而热闹。就蝴蝶兰而言，预计2019年将有更多的杂色花上市，市场价格将稳中有降。

个性化订制畅销。一般来说，大众化的产品市场价格相差不大，如直立型的大花蕙兰5箭的销售价格为180~230元/盆，而经人工组合造型后的大花蕙兰，价格在300~400元/盆以上，仍有不少消费者前来询价购买。蝴蝶兰与红掌、凤梨、观叶芋等组合，可以形成不同风格、不同造型的组合盆栽产品，样式一盆一款，售价较高。没有经过处理的6~8支组合的蝴蝶兰，价格在200~300元/盆，而个性化订制产品价格每盆在450~650元，价格优势明显。多肉植物组合式产品在市场占有一席之地，价格不菲。

小型化产品好销。除主要年宵花销售外，风信子、丽格海棠、长寿花、蟹爪兰、多肉植物、微型月季等小盆栽，以及绿萝、常春藤、发财树等观叶植物物美价廉，销售走俏。大宗年宵花产品的热销也带动了红玉珠、富贵籽、北美冬青等观果植物的销售，销量也较平时有大增加。植株高度20公分左右的兜兰，与网纹草、肾蕨等组合搭配，配上精美的容器，小巧别致、玲珑可爱，博人眼球。来自广州、昆明等地的鲜切花种类较多，如冬青果、多头小菊、郁金香、紫罗兰等国产花价格不高，一般40~50元就能买一束，很受年轻人的青睐。

体验式消费促销。花卉市场以花布景，举办多种形式的年宵花展览活动，营造节日氛围吸引人气，促进市场销售。南京江宁台创园花卉市场举办第二届江宁台创兰花展，汇集兰花近百万株，打造“祥云两岸”“福蝶迎春”“竹风兰韵”等主题景区，向市民展示2000盆兰花精品，市民在观赏体验中可以进行采购。南京宁晨花博园举办蝴蝶兰精品展览会，集中展示390多种蝴蝶兰精品，吸引了众多市民前往观赏选购。这种以展促销的营销方式，在满足市民视觉享受的同时，为市民选花、购花提供了便捷服务。展会还开通了线上售卖渠道，消费者可以在线上订购自己喜爱的花卉产品。一些经营户采用网上直播、小视频方式，向消费者展示产品情况，极大地方便了消费者的选购。

江苏省年宵花产业

发展存在问题

产品创新不足。江苏设施花卉生产以盆栽花卉产品为主，主要种类仍为蝴蝶兰、凤梨、红掌、仙客来、杜鹃等常规主流花卉，除了蝴蝶兰有较多的花色变化之外，其余种类仍为老面孔，在品种方面乏善可陈，受市场欢迎的紫香兰、春石斛、兜兰等新产品仍由外地调运。

经营效益下滑。苏南地区冬季阴雨寡照，冬季设施生产消耗能源多，由于煤改电、煤改气等环保政策的出台，提高了企业生产成本，经营利润进一步下滑。

品牌影响不大。中小型花卉企业较多关注生产过程的管理，对品牌创建的重要性认识不足，同类产品在产品造型、产品包装、产品标识等方面雷同相似，在市场开拓、企业形象宣传、品牌树立等方面缺乏营销推介。

江苏省年宵花产业

发展对策建议

加快设施品种筛选。针对江苏地区夏季高温高湿，冬季阴雨寡照的气候特点，筛选性状优良、抗逆性强、出花性好、观赏期长的设施盆栽花卉品种。在花色选择上，要根据购买者不同年龄层次消费喜好进行品种搭配。对于有组合造型要求的产品，要选择易造型、好管理的种类。积极挖掘优新产品，重视小众产品的开发，家庭园艺市场中宿根类花园植物容器栽培具有良好发展潜力。

提升设施促控水平。改造提升设施设备水平，采用先进的生产设施设备，满足设施花卉规模化、机械化、智能化、标准化生产需要。合理安排生产茬口，优化种植模式，节本增效，提高设施生产综合效益。加强基质调配、潮汐灌溉、水肥一体化、目标花期调控、病虫害绿色防控等关键技术研究，培育高品质产品，提高市场竞争力。

拓展市场销售渠道。随着我国城镇居民消费水平的不断提升，花卉日常消费发展潜力巨大。生产者在安排周年生产计划时，应在满足元旦、春节、国庆等重要节日花卉消费需求的同时，提供周年消费花卉产品，避免节庆集中销售造成的竞争压力。充分利用长三角地区辐射带动优势，开拓周边市场，在产品贮运包装方面下功夫，降低物流损耗，扩大产品销售范围。积极采用线上线下销售模式，降低运营成本。

加强品牌经营创建。产品品牌是企业形象的标志。生产企业应注重商标注册，通过质量认证，打造特色品牌，提高市场认知度，通过差异化竞争，提高经营效益。在推广营销上要注重品牌价值塑造，创新推广方式，采用“互联网+”、微店、网络直播等多种销售模式，助力产品销售，提高品牌影响力。

加强花卉文化宣传。我国花卉文化历史悠久，内涵丰富，人民大众爱花、赏花、咏花、育花、用花蔚然成风。花卉陶冶情操、修身养性，对提升人们生活品质、推动精神文明建设发挥了重要作用。花卉生产经营者应重视产品文化的展示，挖掘产品深层次的文化内涵，突出产品特色与文化创意，让消费者有文化体验感，通过文化的展示宣传拓展发展空间。

（本文受到江苏现代农业产业技术体系建设专项资金资助）