

# 政经入门课

岁律更新,花香涌动。农历马年春节假期,一抹抹亮丽的色彩悄然走进千家万户,成为中国家庭跨年的“新标配”。

从“亚洲花都”云南斗南花市的人声鼎沸,到上海市中心沉浸式采摘体验,再到长沙花店推出新潮有趣的服务,记者近日在多地走访,发现在节日气氛带动下,多样化的“花式”消费不断焕发新活力。

## 马年年宵花热销 鲜花消费何以一路芬芳?

1

寓意好、易养护 春节花市热度持续攀升

云南昆明,亚洲最大的鲜切花交易市场斗南花市里,每天都上演着热气腾腾的迎春“赶大集”场景。逛花市、买鲜花,已成为云南颇具特色的新春仪式,也让斗南花市成为春节期间热门的城市消费场景。

昆明国际花卉拍卖交易中心企划负责人朱琦介绍,今年年宵花市场延续以玫瑰、百合、康乃馨、蝴蝶兰等主流切花品类为主的态势,同时,凭借独特外观和美好寓意,冬青、小飞燕、粉色马蹄莲等新兴小众花材也受到年轻消费者青睐。

蝴蝶兰、大花蕙兰、朱顶红……在上海市长宁区的古北花世界,从盆栽花到鲜切花,各种年宵花争奇斗艳。

“今年我们重点备了那些寓意好、易养护的鲜花,热门品种库存充足。”古北花世界摊主孙女士说,如过去小众的品种黑色马蹄莲,凭借“争当黑马”的寓意,在马年春节特别畅销。

在湖南长沙红星花卉市场,不少商户推出以马为创意元素的艺术造型花,如用蝴蝶兰、冬青枝条勾勒出的奔马轮廓,深受顾客喜爱。

在长沙品植芊卉花店,消费者拿出手机“碰一碰”,即可在AR技术加持下,预览鲜花绿植的摆放效果。“以前总担心买回去颜色不搭或者空间不够,现在手机上就能看得清清楚楚,这个挑选过程也变得更有意思。”长沙市民李慧林说。

斗南花市数据显示,春节期间斗南花市日均鲜切花交易量超过1亿枝。此外,自2月19日昆明花拍中心恢复拍卖交易起,供货量持续攀升,日均达500万枝以上,较春节前上涨超过45%。



2月10日,人们在云南斗南花卉市场内选购鲜花。

2

多元、即时、悦己 鲜花消费呈现新趋势

今年春节,鲜花消费需求日趋多元化。人们既希望舒心、好养,还喜欢趣味沉浸式的体验。

都市年轻人生活节奏快,更青睐高颜值、好养活的“懒人花”。蜡封朱顶红无需浇水、施肥,有充足阳光就能一茬茬开花,加上“注定红”的谐音,成为人气最高的年宵花之一。

消费者对鲜花体验式消费不断增长的需求,正成为近年撬动年宵花市场的新支点。

2月的上海,大多数鲜花还在沉睡,但复兴公园已经呈现出600平方米郁金香集体绽放的盛景。在这个上海花卉园艺(集团)有限公司特别打造的郁金香花园里,29.9元10枝的采摘体验活动大受市民游客欢迎,周末高峰期甚至要排队一个多小时才能进场。

“逛年宵花市,是我们家过年必须有的仪式感。”上海市民张女士说,“今年不仅能赏花、买花,还能自己采摘,制成花束、花环,这种沉浸式体验,让我们把对春天的美好期盼带回了家。”

即时电商的发展,则将过去“囤货”过年的习惯,逐渐拆解为更轻量、更灵活的即时消费场景。

在上海,叮咚买菜等平台通过优化供应链、加强运力储备和网络保障,春节期间实现鲜花手机下单30分钟内送货上门。

叮咚买菜相关负责人表示,如今,鲜花绿植从年货清单的配角,逐渐融入日常,甚至走上“C位”,“买菜带束花”成为不少人的消费习惯。

更加重视悦己体验也成为鲜花消费新趋势。在长沙红星花卉市场,不少商户返工的第一件事,并非急着补货,而是给店内“做减法”、腾出店里空间打造拍照点位。

“如今大卖场式的花店陈列逐渐失去吸引力,消费者进店不仅是买花,还追求悦己的审美体验。”长沙锦上添园艺负责人刘美丰说,“只有场景留得住人,芬芳才能留得住客。”

长沙新消费研究院产业研究负责人黄德表示,鲜花消费新趋势折射的是消费者对便捷性、情绪价值和美学体验提出了更高要求,这将倒逼产业在产品供给、渠道效率、场景体验全面升级,朝着高品质方向发展。

3

优化服务、在线管理 激活「花卉+」多元业态

“马蹄莲叶子发黄怎么办?”“多肉开花了需要修剪吗?”……长沙一家花店负责人康苗的手机里,粉丝群消息此起彼伏。

面对屏幕那端源源不断的提问,康苗指尖飞速点击,耐心解答养护、防虫细节。他说,随着各色年宵花入户,他的身份也从卖花人切换为在线管家。

业内人士表示,要降低大众养护门槛,更好挖掘复购潜力,让鲜花真正走进千家万户。

今年1月1日正式运营的上海种业浦东市民园艺中心,不仅集中展示销售蝴蝶兰、郁金香、一品红等热门品类,还提供园艺咨询、种植指导等公益服务。随着越来越多的市民园艺中心建成,上海园艺爱好者在家门口就能享受到花卉选购、养护的一站式服务。

上海花卉园艺(集团)有限公司董事长佟德川说,推动花卉产业高质量发展,既要在种源端发力突破,也要打造集观赏、互动、消费于一体的多元体验消费场景,探索“花卉+”跨界业态。

在长沙,“中部红星花市”项目正在建设中。红星花卉市场项目经理张雨栋说:“我们将打造标准化交易馆、萌宠专区、特色体验空间,让鲜花融入餐饮、婚庆、文创、教育、旅游等业态,构建沉浸式消费生态圈。”

在湖南省社会科学院研究员郑自立看来,“花卉+”的关键在于深挖文化内涵。他建议,要充分提炼花卉承载的青春、浪漫、祝福等情感要素,赋予产品更高的文化附加值。同时,花卉产业应根据不同行业特性开发特色产品,更好实现跨界融合效益。

文图均据新华社