

不经意间,花卉在人们生活中扮演着越来越重要的角色。鲜花、盆栽植物等不只在各种节日才走俏,相关消费已经慢慢成为人们日常开支的一部分,并引领一种时尚健康的潮流。

作为世界最大的花卉生产基地、重要的花卉消费国和花卉进出口贸易国,2021年我国的花卉产业交出了一份怎样的“答卷”?未来花卉产业又将走向何方?近日,2022年全国花卉产销形势分析会以视频会议形式召开,业内专家进行了相关分析解读。



读懂“花样文章”

本报记者 王硕

“高速增长”成为最显著特征

受疫情影响,不少行业经营压力较大。但对于花卉零售而言,2021年反而逆势上涨,且增长速度创近年新高。数据显示,2021年,我国花卉零售市场规模达2205亿元,比2020年增长17.5%。

以云南为例,全国70%的鲜切花来自云南,其产业规模、市场供给、品种及市场覆盖方面居全国首位。2021年,云南省鲜切花种植面积32.6万亩,较2020年增长12.1%;鲜切花产量158.3亿枝,同比增长8.6%。

昆明国际花卉拍卖交易中心有限公司副总经理高红玲分析发现,目前花卉各等级之间价差明显,终端客户分层明显,“好花好卖,好价好价”得以充分体现。其中,D、E级货品的成交率提升,主要由于直播电商打下下沉市场,二、三线城市日常用花需求加大。

这一判断也得到了中国花卉协会零售分会副秘书长何思波的认识。何思波认为,2021年花卉零售的高速增长,是多方共同参与的结果,其中直播带货是最直接原因。

在这过程中,生产商(如花农等)强势进入零售领域,这种独特的“零售角色”拉动了新的消费者;同时,直播带货平台、社区团购、鲜花电商等大平台的参与带来了超流量的消费人群,再加上国内物流发达、包装产业配套日趋完善,都极大地刺激了花卉销售。



不仅是鲜花,盆栽植物的产销也总体上涨。

中国花卉协会盆栽植物分会副秘书长刘颖介绍,目前集小型、矮化、造型、实用等特点为一体的盆栽生产成为一大趋势,种类越来越多,兰科、观叶芋占盆栽市场的一半以上。比如,红掌年产量约4000万盆,蝴蝶兰7000万盆,盆栽玫瑰也达到3000万盆左右。

随着电商的不断发展,相关企业也开始涌入,出现了专业的包装企业,专门为蝴蝶兰、红掌、多肉等做花卉设计、制作包装等。而且,为适应电商需求,很多企业开始专门生产一些更适合电商销售的品种。

从节庆礼仪消费向日常消费扩展

分析花卉销售增长的深层次原因,何思波指出,这与“悦己”经济的发展关系较大。

疫情防控期间,由于宅家时间长、外出减少,不少消费者有更多机会装扮自己的家。来自艾媒咨询的调查数据,许多消费者表示,“以前买花是送给他人,现在买花更多是为了愉悦自己。”

业界认为,目前花卉产品消费正从集团、节庆、礼仪消费扩散到大众、日常消费的新消费格局上。“鲜花进入千家万户”的日子到来了。

以盆栽为例,刘颖表示,近年来,越来越多的家庭喜欢在家摆放一些绿植盆栽,比如常见的宝莲灯、君子兰、杂交兰、发财树、绿萝、掌类、多肉水培等。特别是宝莲灯、蝴蝶兰等以前让老百姓感觉

“可望而不可即”的高档产品,现在经过普及、产量增加以及价格方面的调整,已走进千家万户。而且多肉植物、微景观、迷你版的组合盆栽,正作为伴手礼,成为人们访亲探友的送礼佳品。

不仅如此,办公室花卉消费有和家庭消费并驾齐驱的趋势。很多上班族在单位待的时间比在家还长,因此需求日渐增长,且个性化定制越来越多,让盆栽有了更好的发展空间。

中国花卉协会市场流通分会副会长张力分析指出,花卉消费市场的扩容,本质上改变了花卉的消费理念、消费习惯,深刻影响了产销。

他预测,未来花卉批发市场,批发功能会弱化,针对消费者的零售功能增强;市场业态更加丰富,更加注重消费体验;盆栽集散中心功能增强,小而美的综合性市场数量会增加,扁平化趋势更明显;会出现集花鸟鱼虫、购、娱、玩、吃于一体的花卉市场综合体,比如成都的春天花乐园;广州将建的花卉市场等;具有仓储功能、离花店客户近的分布式批发中心有望成为新业态;超市将成为花卉消费者日常消费的重要入口。

何思波也指出,过去花店一直是花卉零售的主战场,但现在实体店正在“拥抱变化”——实体店纷纷选择在美团、饿了么等平台开店,相关业务收入已经大幅超越实体店收入;并不断进行产品创新,开发出水果花束、零食花束、卡通花束等。

饿了么鲜花绿植负责人王倩表示,其平台鲜花绿植板块2021年业务规模同比翻倍增长。传统的送礼物和女性“悦己”风潮的兴起,使消费者中的男女比例已非常接近;消费者的购买场景在不断拓宽,生活花与礼品花的用户开始呈现交叉趋势。

面临压力求新求变

除了国内销售量提升,我国花卉在国际贸易领域也有新突破。

根据海关总署提供的数据,2021年我国花卉进出口贸易总额首次突破7亿美元大关,较2020年增长12.66%。其中出口额比2020年增长20.24%。

中国花卉协会秘书长张引潮表示,这意味着我国花卉产品质量和产品规格类型等,越来越得到国际市场的认可。

不过他指出,我国花卉业也面临着许多压力。

受到全球疫情持续影响,政府部门投入绿化项目明显减少,花木产品结构性调整加剧,人们对花卉消费需

求明显减弱。

特别是在粮食安全压力下,国务院于2020年出台《关于防止耕地“非粮化”稳定粮食生产的意见》,今后几年,花卉苗木结构性过剩和低水平重复建设项目将面临淘汰出局;一些小规模生产企业和经营能力相对较弱的公司也将面临新的择业形势。

“变革导致的阵痛不可避免,必须求新求变。”张引潮认为,花卉业作为美丽的公益事业和绿色的朝阳产业,发展前景依然光明。但要依靠科技进步和改革创新,不断提高花卉产品质量。

他建议,要促进种业创新,转变营销方式,特别是要通过互联网,利用人工智能、数字花卉,强化云展示,拓展科技创新高地和花卉消费领域;要运用系统思维和科学方法,着力解决花卉产业链供应链结构性矛盾和问题。

在高红玲看来,花卉销售各商业模式竞争的核心是供应链效能。她认为,疫情之后,销售渠道竞争会更大,因此产业链需要梳理各自优势,加强分工。

刘颖调研发现,目前市场对盆栽花卉的观赏性和艺术性要求越来越高,很多人对花价并不敏感,而是更注重观赏效果。她提出,生产商要及时了解园艺中心以及花店业销售市场趋势,提升盆花产品商业附加值,推进生产标准化。

同时,随着乡村振兴全面展开,花卉业可以发挥出更大的作用。通过聚家庭“小美”成就乡村“大美”,花卉、盆栽等可以成为建设美丽乡村、提升乡村文明的有效载体。

此外,刘颖还提出,研学作为文旅行业向下延伸的一个新型旅游业态,可以将科普植物、盆栽、微景观等运用到研学活动中。建议加强这个消费群体的培育,并主动迎合、自主发起大中小各种体量的园艺活动、展览,引导消费者消费习惯的养成。

在具体零售方面,专家指出,目前花卉商品数字化、标准化水平还有差距,服务能力和消费者体验也有较大提升空间。为此,专家建议,未来要用数字化赋能,打造线下业务数字化、资产数字化、线上线下充分融合等叠加的花店新模式、花卉零售新模式。

王倩从鲜花外卖平台角度提出,将从平台方面建设行业数字化基础设施,重点攻坚商品的标准数字化;努力提升用户体验,整合治理咨询沟通、配送效能、品类保障、售后服务等一系列问题;加大商户侧与生态合作伙伴的投资等。

量保持增长态势。水果总量供给充足,消费持续增加。猪肉产量保持稳中有增,进口逐步下降。禽肉产量保持增长,食用消费小幅增长。牛羊肉产量和消费保持增长,进口增速放缓。禽蛋生产和消费平稳增长,奶类生产量和消费量持续增长,进口增速趋缓。水产品产量缓慢增长,消费增长空间较大。饲料产量和消费量均稳定增长。

自2014年召开首届中国农业展望大会起,已形成固定时间、固定内容的中国农业展望大会制度,成为中国释放农产品市场权威信息,交流农产品生产、消费、市场状况和走势的重要窗口。

委员声音

国家植物园正式揭牌

规划面积近600公顷

本报记者 王硕

2022年4月18日,国家植物园在北京正式揭牌。国家植物园,是在中国科学院植物研究所(南园)和北京市植物园(北园)现有条件的基础上,经过扩容增效有机整合而成,总规划面积近600公顷。

国家植物园代表一个国家植物多样性保护、研究和利用的最高水平,未来将以开展植物迁地保护、科学研究为主,兼具科学传播、园林园艺展示和生态休闲等功能,将成为一个国家经济、科技、文化、生态、社会可持续发展水平的重要标志。

收集中国80%以上的植物种类

与其他植物园不同,“丰富的物种收集是国家植物园的根本特色。”中国科学院植物研究所高级工程师叶建飞指出。

据介绍,国家植物园将坚持国家代表性和社会公益的理念,充分发挥植物迁地保护和科学研究的核心功能,重点收集三北地区乡土植物、北温带代表性植物、全球不同地理分区的代表植物和珍稀濒危植物3万种以上,覆盖中国植物种类80%的科、50%的属,占世界植物种类的10%;收藏五大洲代表性植物标本500万份;并陆续完成植物科学研究中心、迁地保护研究中心、种质资源保藏中心、标本馆二期、五洲温室群等项目,建设28个特色专类园。

在建设国家植物园过程中,将实现植物在多地迁地保护。

“这不是简单地把植物挖过来栽在植物园里。”叶建飞解释说,迁地保护是以人工途径,将生存受威胁物种、区域特有种或具有重要经济价值的物种从原产地迁往其他地域的专业机构(如植物园、树木园等)予以保护,也包括建立种质资源库保存植物种子、组织、器官等。通过这些保护方式,降低因区域自然灾害、极端天气及突发状况造成的植物物种的灭绝风险,提高植物多样性保护的稳定性和可靠性,为国家保存重要的战略资源。

为何落户北京?

中国科学院植物研究所所长汪小全指出,在首都设立国家植物园,是世界许多国家的通行做法。在北京设立国家植物园,既充分体现了国家代表性,又能整合中科院植物所和北京市

植物园的优势资源。早在1954年,中国科学院植物研究所10位青年科学家向毛主席写信,提出建设国家级的北京植物园。1956年,国务院批复设立北京植物园,由中国科学院植物研究所和北京市园林局共同管理。经过几十年的建设发展,已成为国家植物园的设立和建设打下了坚实基础。

目前已收集各类植物1.5万余种,迁地保护水杉、珙桐等珍稀濒危植物近千种;拥有亚洲最大的植物标本馆、6个国家花卉种质资源库和国际海菜品种登录权;拥有国内顶尖的植物科学研究队伍和平台,包括5名中国科学院院士和一批在国际上有重要影响力的科学家,有2个国家重点实验室、5个省部级重点实验室。在植物科学研究、迁地保护、科学传播、园林园艺展示等方面处于国内领先地位。

稳步推进国家植物园体系建设

记者从国家林草局获悉,此次在北京设立国家植物园是中国国家植物园体系的重要组成部分。

未来面向植物科学前沿以及生态文明建设、生物资源安全等重大需求,国家植物园将在植物多样性的形成机理、脆弱生态系统对全球变化的响应模式等研究方面发力;创新生物多样性监测、植被重建与生态恢复、智能植物工厂等核心技术。同时,打造国家级园林园艺展示和科普宣教基地,完善科学传播体系,提升公众科学素养,为社会提供高水平的植物科普教育、技术培训和健康游憩服务,将植物展示与园林艺术、传统文化相结合,达到科学与美学的统一。

下一步,国家林草局、住房和城乡建设部将强化业务指导,与中国科学院和北京市人民政府建立四方联席会议机制,统筹协调解决重大问题。中国科学院和北京市人民政府组建成立国家植物园理事会,在共商、共建、共管、共享的崭新管理模式下,统筹国家植物园的建设运行管理。

同时,本着统筹谋划、科学布局、保护优先、分步实施的总思路,“成熟一个、设立一个”,稳步推进国家植物园体系建设,逐步实现我国85%以上野生本土植物、全部重点保护野生植物种类得到迁地保护的目标,同以国家公园为主体的就地保护体系形成有机衔接、相互补充,有效实现中国生物多样性保护全覆盖和可持续利用。



守护蓝天精灵

四月芳菲,春意盎然。第41届“爱鸟周”如约而至。今年的主题是——“守护蓝天精灵,共享美好家园”。

“爱鸟周”始于1981年,是我国为保护鸟类,维护自然生态平衡而开展的一项活动,致力于向公众普及鸟类知识,提高民众对野生鸟类及栖息地的保护意识。爱鸟周的时间规定在每年的4月至5月初,但由于中国幅员辽阔,南北气候不同,各地选定的“爱鸟周”也不尽相同。比如北京是4月1日至7日,浙江省是4月10日至16日等。

我国是世界上鸟类种类最多的国家之一,现有鸟类1445种,约占世界鸟类总数的14%,其中具有迁徙习性的鸟类有750多种。我国地处东亚—澳大利西亚、中亚、西亚—东非和西太平洋四条全球候鸟迁徙路线的交汇处,每年的迁徙季节都会有大量候鸟途经我国。

日前,国家林业和草原局和中国野生动物保护协会发出爱鸟护鸟倡议:

- 一、尊重自然、顺应自然、保护自然,自觉遵守国家的法律、法规。
- 二、尊重鸟类习性,与野生鸟类保持距离,不人为干扰野生鸟类的生活、不破坏野生鸟类的栖息地。
- 三、不随意放生鸟类,不在候鸟迁徙停歇地和越冬地随意投食,不将野生鸟类当宠物饲养。
- 四、发现受伤、病弱、饥饿、受困、迷途的野生鸟类,及时报告当地野生动物保护执法部门,不捡拾、不接触死亡野生动物。
- 五、发现有非法猎捕、线上线下交易鸟类、破坏鸟类栖息地环境等现象,及时向当地野生动物保护执法部门举报。
- 六、自觉规范观赏野生鸟类和野生鸟类摄影行为,顺应鸟类活动节律,提升对野生鸟类的保护意识,做到绿色出行、文明观鸟、生态摄影。

绿色资讯

lvsezixun

释放未来10年中国主要农产品市场变化信号

2022中国农业展望大会召开

本报讯(记者 高志民)4月20日,2022中国农业展望大会在京召开。大会以“保供稳预期促增收”为主题,发布了《中国农业展望报告(2022-2031)》(以下简称《报告》),释放未来10年中国主要农产品市场变化信号,并对当前农业热点问题和国内外农产品供需形势进行了研讨。

农业农村部市场与信息化司司长唐珂发布《报告》。

《报告》认为,2022年农业综合生产能力稳步提高,粮油等重要农产品供给保障能力明显增强,产业发展质量效益明显提升;农产品消费增长放缓,总体低于产量增速;大宗农产品进口明显下降,传统优势农产品出口保持增长;农产品价格总体保持高位运行,个别品

种存在大幅波动风险。

未来10年,稻谷生产保持稳定态势。小麦产量稳步增长。玉米供求关系由偏紧向基本平衡格局转变。大豆产能继续增加,消费增速放缓。油料产量增长显著,食用油脂和植物油进口均下降。棉花生产基本稳定,消费和进口有所下降。食糖产量与消费量稳中略增,进口维持高位。蔬菜贸易保持净出口态势。马铃薯产量和消