

# 鲜花电商的春天来了吗

本报记者 赵心仪

随着鲜花消费向日常化、高频化发展，鲜花电商因其便捷、价低等特点快速兴起，市场规模有望在今年突破千亿元大关。

“谁能拒绝一束鲜花呢？”近两年，随着“悦己消费”崛起，鲜花不再只是节日礼品，年轻人流行起给自己买花，享受一束鲜花带来的快乐。与此同时，鲜花电商应运而生。在业内人士看来，如果将2015年喻为“鲜花电商元年”，经过几年发展，2021年颇有爆发之势，市场规模已达896.9亿元，第三方平台、垂直电商、生鲜电商等参与者众多。鲜花电商真如看起来那样美丽吗？

## 重回电商赛场

云南昆明斗南花市作为亚洲最大的鲜切花交易市场，日均有2200万枝鲜切花销往各地。对于每月要买3次鲜花的“90后”云南女孩小余来说，“鲜花论斤卖”的斗南花市就像天堂。但她只去过两次，更多的是在线上渠道买花。“斗南花市有些远，花店价格又比较贵，相比之下，线上不仅方便，还能买到稀有品种”。

和小余一样，不少年轻人选择线上买花。昆明国际花卉拍卖交易中心有限公司副总经理高红玲告诉记者，“我们去年的交易总量创近5年来最大涨幅，其中电商需求增幅高达204.39%。一方面是由于近两年受新冠肺炎疫情影响，电商板块崛起；另一方面是随着鲜花空运、物流冷链全面发展，一定程度上解决了鲜花运输时间长、质量变化快的难题，提高了客户体验”。

早在2015年，鲜花电商就曾迎来一波投资热潮，彼时赛道上以垂直电商为主。然而此后几年，鲜花电商赛道却悄然沉寂。

“最早入局鲜花电商的主体以跨行业者居多，对花卉行业特点及市场运行规律了解不深。”中国花卉协会市场流通分会副会长张力认为，几年前，电商需要承担消费习惯养成、市场培育的庞大成本支出，加之专业物流等配套设施不完善，导致部分鲜花电商长期亏损甚至倒闭。

“近两年，除了配套设施逐渐完善，疫情也一定程度上促进了鲜花电商的兴起。”中国花卉协会零售分会副秘书长、深圳市中礼网电子商务有限公司董事长何思波表示，疫情期间，人们宅家时间增加，以鲜花装扮家居环境的需求增多，推动花卉产品消费从集团消费、节庆消费转向大众消费、日常消费。

“疫情期间，直播带货、一件直发发展迅速，快速推动了我国花卉零售市场扩张，带动了花卉产区市场价格持续走高与产能扩大。”张力说。

## 网购价低有因

在北京一家互联网公司工作的“95后”女

孩田梦也爱网购鲜花，“通过电商平台买花方便又实惠，价格更透明”。

有调查数据显示，受访消费者在线上购买鲜花时，最关注价格，其次是品质、种类数量。记者打开淘宝等电商平台，以“鲜花”为关键词检索，“15.9十枝包邮到家”“20枝玫瑰九块九，第二件还半价”等促销文字充满页面。如此低的定价，鲜花品质能有保证吗？

云南美旗农业科技有限公司是一家集基地生产、线下批发于一体的花卉企业，今年在微店、抖音平台开启了线上销售。“疫情一定程度上放大了线上需求，我们也就经营起了线上平台。”该公司负责人曾益说，“线上销售虽然利润不大，但可以走销量”。

昆明国际花卉拍卖交易中心被称为全国花卉交易价格的风向标，影响着全国花卉市场的价格走势。在云南从事鲜花批发行业的陈女士表示：“鲜花价格随着市场变化实时浮动，不论是线下实体店还是线上电商，都要遵循市场行情定价”。

实际上，从普通消费者角度来看，鲜花的“出厂价”并不高。以行情较低的6月份为例，昆明花拍中心的数据显示，玫瑰类的单枝均价大致在0.5元至0.9元之间。但在鲜花行业，鲜花会根据品质高低被分为A、B、C、D等级别，鲜花等级越高、品相越好，价格越高，C级鲜花一般就可满足家用需求。然而，电商平台大都不会注明鲜花等级，这导致售价参差不齐。

“网上的低价花不全是‘赔本赚吆喝’。因为低等级或销售淡季的鲜花本身就便宜，但是，低价也有可能以损耗大、瓶插期短、客户体验差为代价。”张力表示。

鲜花企业该如何避免低价竞争？何思波建议，要充分把握鲜花作为非标准化、手工工艺产品的特点，在差异化经营、提供增值服务以及提升客户体验上下功夫。

## 期待“供应链自由”

鲜花本身价格便宜，为何到了消费者手中就会身价倍增？这与鲜花自身特点有关。鲜花具有易损、保质期短、对温度湿度要求高等特点，在产地、大型交易市场、批发商等层层流转中，鲜花损耗成本均会相应加入售价之中。

“鲜花损耗是世界性难题，目前难以完全解决。”张力表示，减少损耗涉及供应链上每个环节，以物流为例，目前鲜花的干线物流仍难以实现全程冷链，其中涉及车辆、运输、包装标准化等各方面问题。

鲜花电商一定程度上减少了鲜花的多层流转。一些垂直商会直接与花田签约，甚至自己

2021年  
我国鲜花电商市场规模为 **896.9亿元**

▶ 预计2022年达 **1086.8亿元**

《艾媒咨询 | 2022-2023年  
中国鲜花电商市场发展研究  
报告数据》显示

消费者在线上购买鲜花时  
最关注价格  
其次是品质、种类数量

市民在陕西西安  
钟楼附近购买鲜花。  
新华社记者 刘 满 摄

打造完整供应链。“流转中的每个环节都是独立市场主体，会产生运营成本，打造完整的供应链可以让部分成本内部化。”中钢经济研究院首席研究员胡麒牧表示，“生鲜电商卖鲜花的优势是可以共享供应链，垂直赛道的鲜花电商则必须有足够客户群体，并通过销售稀有品种等方式提高客单价，才能摊薄建设供应链的成本”。

然而，除了能够获得资本支持的头部垂直电商，以及有现成供应链的生鲜电商，单个店铺很难搭建鲜花供应链。因此，鲜花行业兴起了一件代发与基地直发模式。一件代发，即花店、网店等商户接单，基地或厂家代为发货；基地直发则是基地或厂家直接面对消费者进行小件交易。两种模式均减少了中间流转环节，拓宽了销售渠道，降低了消费者买花成本。

不过现阶段对于部分花田基地来说，小件交易利润有限。曾益表示：“会有些小店找我们做一件代发，但目前我们更多还是面对批发商。”不少从业者认为，基地在消费者端打出品牌难度较大，更应努力得到大客户的认可。实现规模化、集约化的农业生产是降低鲜花产业成本的有效途径。从供应链源头鲜花种植来看，个体农户是我国花卉产业的生产主体，生产规模小且较为分散。张力认为，应该充分发挥农户精耕细作的优势，成立农民合作组织，统一进行花卉采收后处理，通过产品的标准化来实现规模化，形成分散生产、统一包装、统一品牌、统一销售的解决路径。

## 融合或成趋势

鲜花电商不断发展的同时，实体店业务却不断收缩。2020年至今，何思波走访了全国100多家花店，总体来看，实体店鲜花消费需求阶段性下降。“实体店应充分把握互联网带来的发展机会，比如进驻外卖平台就是不错的选择。数据显示，去年饿了么鲜花外卖业务规模翻番。”何思波说。

不过，花店进驻外卖平台仍有问题待解。花店需要适应外卖平台规则，解决节日期间订单集中等问题；外卖平台则需在提升客户体验上发力。饿了么鲜花绿植负责人王倩表示，“外卖平台重点要在服务标准化上发力，比如对客户进行履约管控，进一步提高配送时效等”。

实体店主动拥抱互联网的同时，鲜花电商也在积极布局线下渠道，一些垂直电商选择了实体店加盟的模式。何思波认为，“垂直电商开展实体店经营有品牌优势，但也面临多元化经营的挑战，不过总体来看对行业发展是有利的”。

此外，鲜花消费具有情感属性，线下花店可满足有个性化需求的客户。张力说，“我国目前鲜花消费的主力之一是‘90后’‘00后’，几年后，他们的消费理念可能会发生变化。对于鲜花电商而言，未来线上线下之间并不一定界限分明，类似线上下单、线下交付的模式或许更能满足重体验客户的需求”。

花农在江西南昌政通园艺  
草花生产基地除草。(新华社发)

## 调查手记

随着国内消费习惯逐步养成，鲜花已从节日礼品转向日常悦己。与此同时，电商成为鲜花消费不断升级、市场持续扩大的重要推手。可以预见，鲜花电商仍蕴含较大潜力。然而，这并不意味着与实体店相比，鲜花电商更有优势、门槛更低。

作为商品的鲜花具有难以标准化、易损耗、供应链复杂等特点，实体店和电商都绕不开这些难题。此外，鲜花消费过程具有情感属性，从实体店买花的获得感是线上难以带来的，随着鲜花消费市场日趋成熟，线上线下谁下沉浮仍很难说。

现实来看，仍有不少鲜花电商通过牺牲鲜花品质来降低成本。但与低价出售依旧具有特定消费群体的食品、生活用品等实用性商品不同，鲜花的价值主要在于观赏性，一旦品质受损、审美价值受到影响，消费者便会“避雷”，价格再低都很难拉回头客。

对于鲜花电商来说，找准定位、集中发力十分重要，需充分了解鲜花产业的特性及目标消费者，细分消费场景，走出差异化路线。例如，生鲜电商可利用自身供应链优势，在卖菜的同时售卖价格亲民、接受度高的家庭日常用花；垂直鲜花电商深耕鲜花市场，专业度高，但供应链成本压力较大，需在目标消费群体、消费场景、产品特色等方面下功夫；通过互联网平台开展基地直销的经营者，在走薄利多销路线的同时，可以尝试挖掘更多稀有品种，满足消费者的多样化需求。

赵心仪

宁波北仑区探索土地高效利用——

# 让土地“活”起来

本报记者 郁进东

管理系统，建立起低效企业“一张清单”，通过扎扎实实的“一本账”精准找到内涵挖潜的方向，以协商回购、增资技改、引导转让等方式盘活闲置土地，助推产业转型升级。针对“供而未用”“用而未尽”等各类低效用地，北仑由各分管区领导挂帅，分别牵头分管行业开展重点清理，2020年以来，累计盘活低效用地3000亩以上。

凭借着扎实的基础工作，北仑于2020年正式启动建设高能级产业平台——灵峰现代产业园。这也让臻至盼来了第3个厂址。

“建成后，这里将成为我们高端大型模具生产基地，年销售额将突破3亿元。”刘瑾拿着新厂房规划图向记者介绍。

如今，在这个目标打造万亿级产业集群的示范园里，多家优质企业完成了增资扩产，北仑制造业伴随着空间有效供给，再次向“高”而行。

## 高效利用区域空间

随着土地空间使用模式不断更新，北仑开始尝试立体式的有效空间三维利用。

在大棚开发区，东华能源的地下洞库项目建设已进入关键阶段。“真没想到这个项目还能重启！”回忆起项目动工前的一波三折，项目总监汪波感慨万千。2017年，东华能源在大棚开发区投资20亿元，准备建设一处地下洞库。但由于规划部门无法对非建设用地出具规划选址意见，导致地下洞库无法设置采矿权，无奈搁置。

幸运的是，浙江自贸试验区宁波片区挂牌后发生了变化。该项目地块被划入46平方公里的宁波片区核心区，项目也被列为“大胆试、大胆闯、自主改”的头号突破目标，并在全国首创性地形成以

“征转分离”、工程性开采、地下空间租赁使用为特征的地下空间开发利用实施路径。

沉寂数年的项目重获新生，建设方正全力追赶失去的时间。“项目建成后拥有120万立方米和80万立方米LPG地下洞库各1个，相当于增加了1200亩地面仓储用地。这一首创做法未来还可复制推广，进而有效盘活地下空间资源。”汪波说。

一边擘画地下空间的蓝图，一边又开始谋划向天空要空间。作为宁波舟山港核心港区所在地，北仑共有港外集装箱堆场76处，较大规模集卡停车场71个，平均每天约有5万车次进出港区。由于开发建设时间较早，这些堆场、停车场普遍集中在北仑城区，不但造成交通拥堵、停放困难等问题，还影响了区域环境品质提升与港口运输效率。

今年初，事关港外集装箱堆场、集卡停车场的“两场”整治提升行动在北仑打响。按照规划，第一阶段，至2025年，将实现港口后方规划配套的“两场”和集疏运体系基本建成；第二阶段，至2035年，实现“两场”布局空间结构有序、高效，国际强港和现代都市深度融合发展。

在腾退出来的一处低效地块上，北仑即将建设全自动化智能立体集卡停车场及堆场项目。“这将是国内首个数字化、立体化、智能化集卡停车场及堆场项目，建成后不但能进一步提升港口功能配套，大幅节约土地资源，助力产城融合，也将为打造世界一流强港夯实基础。”项目推进方北仑区工业投资有限公司主要负责人说。

## 探索“全生命周期”管理

在激活土地活力、拓展土地开发维度的同时，北仑也在持续加强“土地全生命周期”管理，以提

高土地利用质量和效益为目的，对项目在用地期限内的利用状况实施全过程动态评估和监管。

今年初，北仑有4个重大产业项目开工。尽管产业领域不同，项目规模不同，但它们有一个共同点：都是北仑通过“双轨关联”用地机制吸引落地的优质产业项目。去年1月份，北仑正式出台《招商项目建立土地资源配置双轨关联用地机制的指导意见》。在新的用地机制下，项目投资方和区政府指定的国有企业成立合资公司，负责竞得土地和厂房建设，建成后租赁给投资方落地经营。政府按投资协议对投资方的项目运营考核，如果合格则国有股权按约定退出，否则投资方的股权退出。

用通俗的话来说，就是即便企业已经入场，但如果达不到与政府约定的产值、税收等效益指标，企业就必须得退出。“我们想从一开始就把土地用在刀刃上。”北仑区工业投资有限公司负责人史伟耀告诉记者，“这种用地新机制有利于甄别好的招商项目，确保有限土地资源得到精准配置，实现高效产出，也让退出机制有了统一标准。”截至目前，北仑已按这种机制引进了6个项目。

让“寸土”长出“寸金”的探索远不止此。为高效配置土地要素资源，北仑今年还计划出台《北仑区优化要素资源配置促进招商引资增效扶持办法》。在北仑区发改局相关负责人看来，这一扶持办法充分展现了北仑以大手笔下好产业质量发展“先手棋”的决心。

伴随长三角一体化、共同富裕示范区试点、自贸试验区建设等多重机遇叠加，北仑正站在新的历史起点上，也在在土地高效利用这一重点领域改革中先行先试提供了更大的想象空间。

本版编辑 郎冰 闫伟奇 美编 王子莹

宁波经济技术开发区梅山片区景色宜人。

蒋晓东摄

拥有各类市场主体超15万家，其中规模以上工业企业999家，国家级专精特新“小巨人”企业24家，国家级单项冠军示范企业（产品）11家；今年一季度，财政总收入333.1亿元，位居浙江省第一……作为我国临港工业和现代先进制造业的重要基地，浙江宁波市北仑区在快速发展中取得一系列亮丽成绩的同时，一度也面临着成片可利用土地日益紧张的现实问题。如何提升土地利用“含金量”？随着“腾笼换鸟”、空间立体式开发等举措不断推出，北仑正大胆探索，挖潜破难，让这里的每一寸土地“活”起来。

## 空间供给与产业升级同频

“我做梦都想着搬进新厂房！”望着即将完工的新厂房，宁波臻至机械模具有限公司总经理张群峰满是期待。

臻至最初的厂房位于一个叫塔峙吞村的小山村。一间100多平方米的闲置出租农舍里，张

群峰靠着几台农机设备，一点一滴积累起产业资本。乘着新世纪我国汽车工业高速发展的东风，臻至驶上了快车道。2012年，他们以亩均税收40万元的产出脱颖而出，拿到了大碇高端汽配模具园区的入园证，建成了占地15亩的正规现代厂房，沿用至今。如今的臻至年产值过亿元，客户遍布几十个国家和地区，已成为世界一流车企供应商。但它也在遭遇成长的烦恼。

“如今，我们的厂房根本没有地方再安装生产设备了，更别说提升产能了。”宁波臻至机械模具有限公司副总经理刘瑾告诉记者，大型机械的进驻、大型模具的生产，导致有限厂房空间对转型升级扩大生产的制约日益显现。

宁波市自然资源和规划局北仑分局相关负责人沈天旭用“捉襟见肘”来形容北仑工业用地紧缺的窘境。为此，北仑吹响了新一轮制造业“腾笼换鸟、凤凰涅槃”的号角。

如何腾？如何换？为精准识别重点“腾笼换鸟”对象，北仑区建设了全区工业企业综合评价数字