

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

阳台园艺商机多



说数

□ 本期点评 任威风

采菊东篱下，悠然见南山。每个人心中都有一个田园梦，但在繁忙的都市生活中，如何拥有自己的一块田园？很多人把目光投向了阳台。越来越多的城市居民开始琢磨起阳台“种菜”，且形成了一个不小的产业。

数据显示，2023年春季，一线城市农资园艺消费增长明显，除了绿植花卉和果蔬种子，花盆、营养土、肥料、园艺工具都成了热销品。有人在阳台上种花，有人在阳台上植树，但人们买的最多的是果蔬种子。在阳台种菜，可以像养花一样，观其形、闻其香，需要的时候摘几片还能尝其味，体验“自己动手，丰衣足食”的乐趣。

在这波“种地”消费热潮中，不同年龄、不同职业的人群纷纷参与其中：年轻人喜欢“机械化”，银发族更爱买肥料；男性偏爱绿雕苗木，女性更喜欢花卉多肉，而儿童盆栽的成交额更是同比增长200%，小番茄、向日葵、草莓盆栽成为最受家长和小朋友欢迎的品类。商家也在开发各种适配家庭阳台养花种菜场景的产品，从小份装种子、开箱可种的幼苗，到包括花盆花箱、营养土和肥料、园艺工具的家庭套装应有尽有，助力相关产业发展。

“阳台农场”的兴起，也为育种育苗和农资、园艺企业带来了新的发展机会。通过为城市家庭用户提供定制化产品和服务，不断推出适合家庭环境种植的新品种，孵化各种安全、实用、智能的园艺用品，让城市居民有了更多消费选择，企业也实现转型升级，迎来新发展机会。同时，电商企业也可以通过数据的洞察，帮助厂家准确捕捉消费者的个性化需求，推出适合家庭场景的产品和一体化、定制化服务，并提供交流、分享的社交平台。

展望未来，随着家居的智能化发展，智能种菜机、缺水提示仪、营养液检测笔、智能自动浇水器等“智能农具”，乃至更多我们现在还想象不到的智能设备，将助力“城市新农人”们大展身手，更好实现“久在樊笼里，复得返自然”的田园梦。

(点评人：京东消费及产业发展研究院秘书长)



市民居家养花种菜热情高涨，带动了农资产品热销，相关商家也要紧跟潮流，加快开发适配家庭场景的绿植和果蔬品类，研发生产更多安全、实用、智能的园艺用品，以更好的产品和服务为抓手，为整个行业高质量发展打下坚实基础。

虽然“阳台种菜”的市场规模还比不上花卉种植，但其快速成长的势头已经显现，相关需求与日俱增。对此，建议传统种子和园艺用品企业要与电商平台等销售渠道紧密合作，利用数字化的手段洞察用户需求，定向进行研发和生产，从而加快升级步伐。

家庭园艺服务作为一种新兴的服务消费品类，与传统家政、保洁服务相比还处于起步阶段，但发展的通道已经打开。建议相关企业在解决都市家庭养花种菜难题的基础上，针对不同用户需求，在一体化、个性化、定制化的服务上发力，实现双赢。

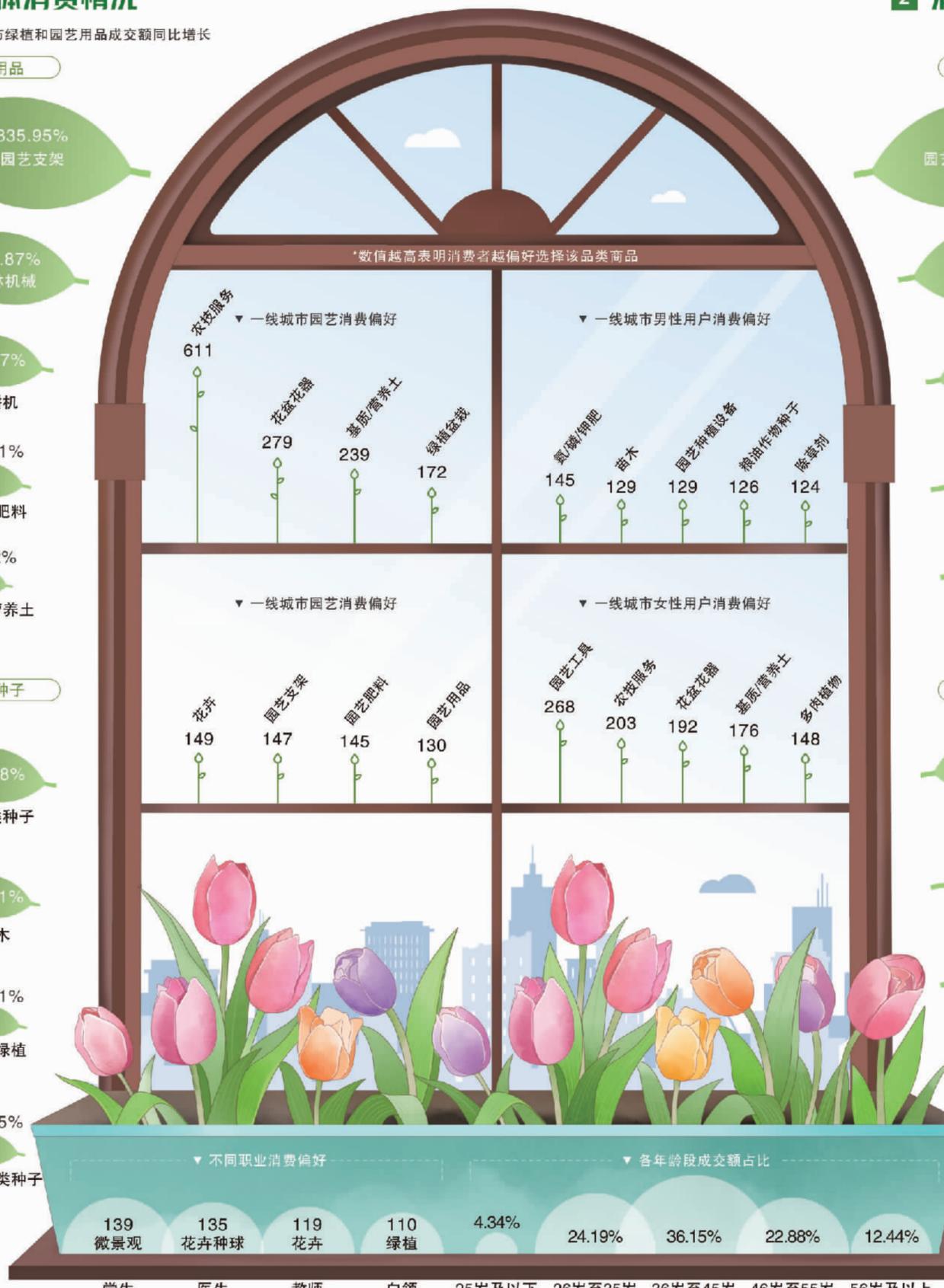
1 总体消费情况

一线城市绿植和园艺用品成交额同比增长

园艺用品



绿植种子



2 消费者画像

年轻人消费偏好

25岁及以下



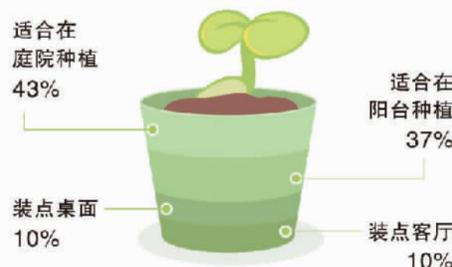
银发族消费偏好

55岁及以上

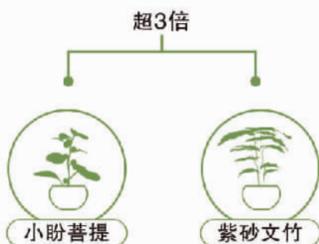


3 细分品类消费趋势

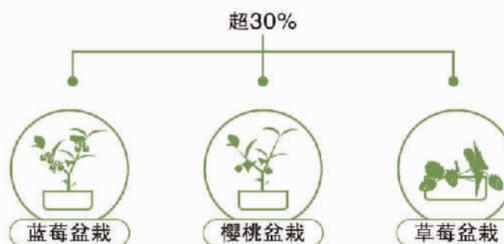
网上售出的绿植商品销量占比



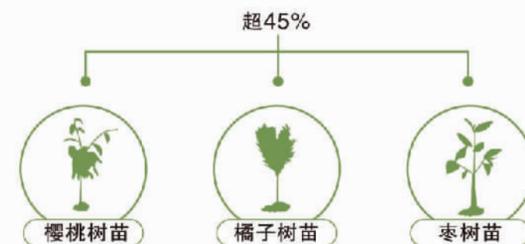
“禅意”绿植销量同比增长情况



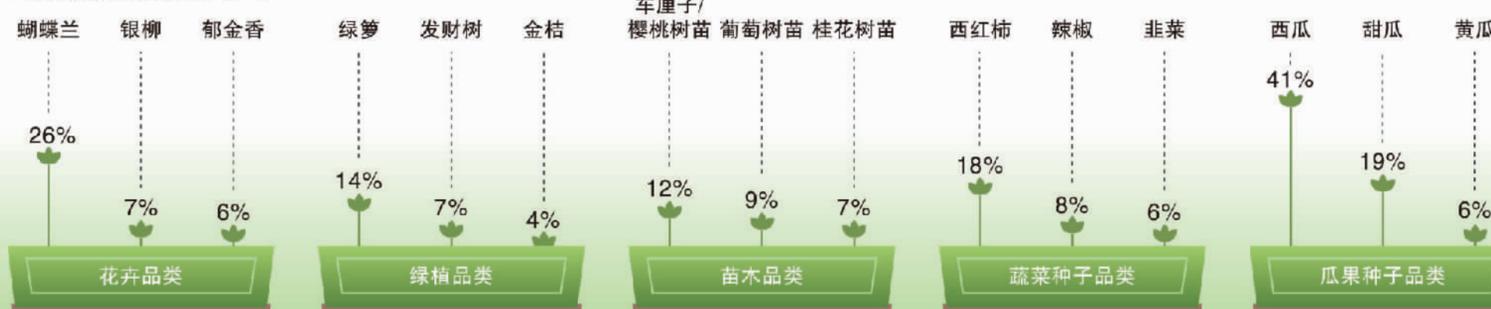
盆栽销量同比增长情况



树苗销量同比增长情况



各品类成交额占比TOP3产品



数据周期：2023年1月1日至4月15日同比2022年同期