

年宵花迎来销售旺季

2023年 中国花卉产品进出口贸易总量为

11.79万吨

进出口贸易总额为

4.79亿美元

其中

进口量为4.35万吨

进口金额为2.06亿美元

出口量为7.44万吨

出口金额为2.72亿美元

净出口量为3.09万吨

贸易顺差为0.66亿美元

春节将近，鲜花消费逐步升温。近年来，凭借适宜的气候条件，云南省的鲜花种植产业不断发展。在位于昆明的斗南花卉市场，近期不少市民游客纷纷来到市场购买鲜花，为节日增添喜庆气氛。商户们也忙碌起来，保障鲜花从田间地头顺利到达各地市场。

市场购销两旺

连日来，斗南花卉市场比平时更热闹了。场馆内，只见各家商铺、摊位都被鲜花布置得热闹喜庆，各色的玫瑰、大团的绣球花、艳丽的蝴蝶兰……五彩斑斓的鲜花竞相绽放，空气中弥漫着花香。作为亚洲最大的鲜花交易市场，斗南花卉市场每天上市117类1600多个品种的鲜花，占据全国鲜切花70%以上的市场份额。

鲜花销售员向谷告诉记者，按照往年经验，临近春节是花卉消费高峰期，比如传统的红玫瑰、腊梅、洋牡丹、大花蕙兰等都很受欢迎，市民愿意买这类颜色鲜艳亮丽的鲜花做装饰。

在市场内另一片区域，一些精美的盆栽和特殊装饰花卉也吸引许多市民挑选。商户黎展鹏热情地招呼着顾客，介绍不同花卉的寓意：“银柳、金橘摆放在家中很喜庆，富贵竹、黄金木这些有吉祥招财的好寓意，一般在春节前卖得都特别好。”

在一家鲜花超市，一些用玫瑰、绣球花、满天星等搭配制作的永生花吸引着市民游客。商户马楠介绍，永生花也叫保真花、生态花，是以鲜切花为原料，经过脱水、脱水、干燥、染色等工序加工而成，保持了鲜花的特质，颜色也更丰富。由于鲜切花保存期有限，长期不凋谢的干花、永生花也逐步受到消费者喜爱。

市民挑选着心仪的年宵花，商家手脚麻利地为顾客包装花束，热闹的氛围让斗南花卉市场成为昆明一处亮丽的风景。市民李希买了一捧永生花准备带走。她告诉记者，鲜花已经成为自己家的必备年货，这次购买的永生花在颜色、形状、手感等方面和鲜切花差不多，保存时间更长，买回去插在花瓶中可以摆放很久。

线上需求升温

鲜花零售市场火热的同时，大宗交易也进入繁忙时刻。连日来，昆明国际花卉拍卖交易中心有限公司的拍卖大厅内，900个交易席位座无虚席，物流中心里装载鲜花的车辆周转不停。

昆明花拍中心企划负责人朱琦介绍，随着年宵花销售升温，以红火调性为主的产品需求热度逐步提升。同时，1月份受冷空气回流影响，产区产量小幅减少，行情有望逐步小幅上涨。1月21日，昆明花拍中心(KIFA)全渠道交易总量437万枝左右，其中大钟交易量400万枝，供货量较前一交易日增加，总体购买力上升。玫瑰成交率上升，其他花卉如洋桔梗、绣球、康乃馨、勿忘我等，

预计将呈现基本持平走势。

随着年宵花预热逐步开启，百合、冬青、蝴蝶兰、雪柳、大花蕙兰等年宵花的热度上涨，插枝类的腊梅花、寸寸金、桃花、樱花、干枝杜鹃等热度也持续攀升，将迎来大批采购热潮。在斗南从事鲜花批发销售的刘桂蓉表示，春节期间消费者消费意愿增强，近期自己会更多采购红色、粉红等暖色系鲜花产品。

除了传统的市场、花店销售外，近年来，鲜花线上零售持续增长，美团、抖音、小红书等成为主要线上销售平台。抖音电商2024年发布的数据显示，2024年鲜花、多肉、永生花和干花等优势产品持续热销。过去一年，云南鲜花产业带有超过92万场直播带货促成了交易。

新品种受欢迎

据2023年云花产业发展白皮书数据，2023年，云南省花卉产业发展势头迅猛。花卉种植面积195万亩，鲜切花种植面积35万亩，产量189.7亿枝；盆花种植面积14万亩，产量9.9亿盆；自主研发培养新品种700个，获国家授权新品种占全国近50%；全产业链产值超1200亿元，农业产值472亿元。

云南春之兰生物科技有限公司是一家专业从事植物种苗繁育及设施栽培的科技型中小企业。公司创始人丁长春表示，因为看好鲜切花市场的发展潜力，企业在云南文山州砚山县发展玫瑰鲜切花种植，全部采用基质无土栽培。随着春节临近，基地种植的高原红、卡布奇诺等10个玫瑰品种，都已开始产花，将供应文山州内各个鲜花店，同时辐射广西市场。

花卉产业的快速发展，离不开金融机构的支持。针对市场需求，农业银行云南省分行近年来推出了专为花卉种植农户设计的惠农网贷云花贷贷款，为花卉产业注入金融活水。在安宁市八街花卉种植基地，种植户黄和贵已从事花卉种植多年，但因资金短缺，在扩大生产、提升品质方面面临困难。农行昆明分行工作人员得知黄和贵面临资金问题后，为其介绍了为花农量身定制的云花贷产品。在农行昆明分行工作人员协助下，黄和贵很快就获得了50万元的贷款，及时购买了优质的花卉种子和苗木，赶上了春节鲜花销售的旺季。

鲜花的畅销，离不开快捷的物流和保鲜技术等对鲜花“颜值”的保驾护航。为保障每一朵鲜花及时新鲜到达消费者手中，近年来，云南的鲜花运输形成了“航空+冷链+高铁”的立体运输模式，完善的物流网络和丰富的运力资源，实现了从田间地头到拍卖交易市场的陆路全程无缝冷链运输，鲜切花采收后优质率提高了20%，损耗率降至10%以内。在斗南花卉市场，中国邮政、顺丰速运、中通快递等多家物流企业都在现场设有快速运输站，游客现场购买的鲜花可随时打包邮寄。斗南国际花卉产业园区目前累计有200余家冷链物流企业入驻，多种运输模式助力花卉可实现次日达。



1月21日，山西省广灵县剪纸博物馆内员工们正在制作《金蛇迎春》剪纸作品。为迎接蛇年春节，该馆为游客准备了剪纸展览、手工制作体验、非遗剪纸文化讲解等多项活动，让游客更好地感受传统文化的魅力。

霍飞飞摄(中经视觉)

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 王子莹 来稿邮箱 jrbgzb@163.com



1月18日，在江苏省扬州市江都区的江苏阿波罗花木交易市场，顾客正在选购花木。

任飞摄(中经视觉)

“花”样消费扮靓节日生活

本报记者 杨学聪

春节将至，北京选择用朝气蓬勃的年宵花拉开节庆消费的大幕。记者从北京市商务局获悉，截至2025年2月12日(正月十五)，商务、文旅、体育、园林等相关领域将举办重点消费活动141项。

前不久，“2025北京家庭园艺嘉年华暨年宵花进北京活动”在京城花木的重要供应地丰台区盛大开幕。“我们精心推出花卉展销、家庭园艺体验、游园赏花等系列活动，让市民群众乐享‘花样生活’。”丰台区区长初军威介绍，北京花卉交易中心和世界花卉大观园携手举办了“五大年宵花展”，引进来自东莞、毕节等5市的年宵花；黄土岗、新发地、玉泉营、羊坊等市场汇聚全国各地近千种商品花卉，充分满足市民多元化花卉消费需求。

此外，丰台区还在各花卉市场、公园、园艺驿站及部分商圈，策划了20余场家庭园艺活动。在线上，通过“北京花卉”小程序及APP发放“2025迎春年宵花”惠民消费券，开展“花香共享”活动，邀请市民朋友们讲述“与花有关的故事”；在线下，将在莲花池公园组织2025新春游园会，在北宫国家森林公园组

织“喜迎新年·登山祈福”活动，在花乡花卉创意园举办树枝木版画活动。

“花卉消费涉及生产、销售、后期服务等多个环节。”北京市商务局副局长李燕凌说，以家庭园艺嘉年华暨年宵花进北京活动为契机，北京将深度挖掘花卉消费潜力。大力营造花园商圈，线上平台持续发力，线下商超增设专区，提升花卉消费便利度，扩大花卉消费供给，释放花卉消费活力。

包括花卉消费在内，围绕迎新年，北京系列促消费活动已经陆续启动。2025年全国“老字号嘉年华”暨北京“王府井金街过大年”活动，开展“把北京老字号带回家”系列活动。菜百推出“抱抱蛇”“小蛇多多”系列贺岁饰品，北京市珐琅厂打造“京珐景泰蓝年货”，展销寓意圆满幸福的景泰蓝作品和文创产品。北京市百货大楼、八达岭奥莱等全市近百家重点商场、购物中心、超市、连锁品牌门店以及电商平台设置年货专区，开售特色年货，推出打折、满减抽奖赠礼、团购券等多重优惠。京东开设线上“北京特色农产品专区”。荷花市场新春大集、平谷年货大集精彩呈现，为消费者提供丰富的年货商品和互动体验。

优质的产品、良好的口碑是企业赢得市场的关键。假羽绒损害了消费者利益，也扰乱了市场秩序，“挂羊头卖狗肉”的做法，必将受到来自法律与市场的双重惩罚。

王霖

入冬以来，羽绒服相关话题备受关注。“羽绒制品以丝充绒”“89元羽绒服绒子含量基本为0”“警方查获‘假羽绒服’7万余件”等消息一度登上热搜。

据报道，一些不法商家为了攫取利益，使用飞丝、粉碎毛、甚至猪毛狗毛当作填充物，堂而皇之地把“羽绒服”变成了“毛毛服”。这种衣服不仅不保暖、透气性、舒适度也会大打折扣，还会因缺乏高温消毒程序，产生异味和病菌，潜藏致病风险。相关问题已引起有关部门高度重视，国家市场监督管理总局近日表示，决定于今年1月至3月对羊绒衫、羽绒服等纺织品假冒伪劣突出问题开展为期3个月的专项整治。

为何今年羽绒服造假问题受到如此大的关注？业内人士表示，近两年羽绒价格持续上涨，2024年鸭绒、鹅绒等原料价格涨幅达30%至40%。受此影响，一些品牌羽绒服价格出现不同程度上涨。部分低端羽绒服生产厂家动起了歪脑筋，选择掺假售劣，以维持价格竞争力。

商家知假贩假，赌的就是你不懂。当前，许多消费者对于羽绒材质、工艺、成本不熟悉，选购羽绒服时存在信息差。2022年4月1日，羽绒服新国标正式实施，其中规定羽绒服不再标注含绒量，而应标明羽绒填充物的种类、绒子含量和充绒量，且要求绒子含量不得低于50%。如果标签信息不完整或含糊不清，有可能是假货。很多消费者对新国标缺乏了解，给了不法商家可乘之机。直播间虚假宣传、货不对板，是劣质羽绒制品重灾区。主播们往往利用“清仓”“孤品”“瑕疵”“尾单”等噱头进行甩卖，被打上“物美价廉”标签的假羽绒服，迷惑性十足，难免会有消费者着了道。

什么苦衷都不该是造假的理由。何况羽绒服是冬日御寒必需品，市场需求量大，出了问题影响面广，更该严查严管。应注重全产业链条打击，从原料生产端到线上线下销售端，加大排查力度，提高违法成本，严防假羽绒服流入市场，让黑心商家无处遁形。一边加大打击力度，一边应加强宣传，定期曝光典型案例，持续释放震慑效果。可联合行业协会不定期向公众普及鉴别假羽绒服的方法，避免消费者因认知不足踩坑。

优质的产品、良好的口碑是企业赢得市场的关键。当前，羽绒行业正面临品牌竞争和转型升级的双重挑战，把羽绒服这门生意做好，需要走出低价内耗，在坚守品质、拥抱创新、满足消费者多元需求上下功夫。毕竟羽绒服穿得是否安心暖心，靠的不是掺假卖假。“挂羊头卖狗肉”的手段，必将受到来自法律与市场的双重惩罚。

2024年，有进出口实绩的民营企业数量首次超过60万家——

多方发力把握国际市场机遇

本报记者 赖奇春

扫地机器人、3D打印机、电动自行车、电动三轮车……得益于“走出去”政策支持及日益增强的产品竞争力，越来越多中国产品走向海外，其中，民营企业扮演了重要的角色。

前不久，国家发展改革委举办了新时代民营经济人士培育赋能第四期培训班，围绕“加强分类指导，助力民营企业提升国际竞争力”主题进行集中培训，70名民营企业代表参加了培训。培训现场，多名民营企业家对记者表示，当前正积极布局海外业务，向海外市场探寻发展新机遇。

“机遇”是民营企业谈到最多的一个词。“当前海外新能源汽车和储能市场需求旺盛，中国的锂电企业出海面临很大的发展机会。”参加此次培训的深圳德方纳米科技股份有限公司副总经理何艳艳告诉记者。

当下，以新能源汽车、锂电池、太阳能电池为代表的外贸“新三样”成为我国外贸增长的新引擎。何艳艳表示，这极大地增强了新能源产业链企业出海的信心，很多企业推出了海外布局规划。

2024年，民营企业进出口额24.33万亿元，增长8.8%，占我国外贸总值的比重继续提升，达到55.5%，有进出口实绩的民营企业数量首次超过60万家，达到60.9万家，民营经济首次成为我国高技术产品的最大进出口主体。多名受访的民营企业家表示，广阔的发展前景、新的发展机会，是鼓舞民营企业主动布局出海的主要原因，随着国内市场竞争日趋激烈，企业需要寻找新的增长点和业务多元化的机会，开拓国际市场成为重要战略选择。

当前国际市场竞争环境复杂，出海对民营企业而言，也意味着更大的不确定性。

“挑战”是参加培训的民营企业家提到的另一个

□ 广阔的发展前景、新的发展机会，是鼓舞民营企业主动布局出海的主要原因，随着国内市场竞争日趋激烈，企业需要寻找新的增长点和业务多元化的机会，开拓国际市场成为重要战略选择。

□ 多个部门发布指导意见，鼓励跨境电商等新业态发展，帮助企业利用更高效的方式实现出海并增厚海外收益。在商务和金融协同方面，出口信用保险等支持举措不断深化，为民营企业更好“走出去”提供了金融保障。

关键词。采访中，多名民营企业家坦言，由于不同国家和地区存在法律法规、贸易政策、文化背景等诸多方面的差异，民营企业海外拓展机遇与挑战并存。国家发展改革委经济体制与管理研究所研究室主任张林山分析：“民营企业出海，面临来自国际大型企业与海外本土企业的双重竞争压力，竞争将更加激烈。此外，部分国家实施贸易限制与歧视性政策，也可能导致民营企业在当地难以享受公平的市场待遇，增加了企业海外运营风险与成本。”

为民营企业顺利出海保驾护航，提升民营企业的国际竞争力，不仅要靠企业自身努力，更需多方共同努力，解决民营企业遇到的人才、融资、风险应对等实际难题。

民营企业出海，抱团合作很关键。“企业间应共同应对贸易壁垒、知识产权纠纷等问题，形成抱团取暖、协同发展的良好格局。”张林山建议，应鼓励民营企业与上下游企业通过资源共享、优势互补、协同创新，实现产业链整体竞争力的提升，形成产业集群效应，提高产业在国际市场的话语权与定价权。

民营企业出海更离不开政策举措的支持。2024年以来，多个部门发布指导意见，鼓励跨境电商等新业态发展，帮助企业利用更高效的方式实现出海并增厚海外收益，拓展新的贸易增长点。同时，在商务和金融协同方面，出口信用保险等支持举措不断深化，为民营企业更好“走出去”提供了金融保障。国家发展改革委民营司相关负责人表示，下一步，将围绕提升我国民营经济国际竞争力，不断强化政策落实，为民营企业发展营造良好环境、提供更多政策支持，发挥民营企业稳定外贸增长的重要作用。