

在这里读懂中国消费

春日种植活力足



消费者偏好

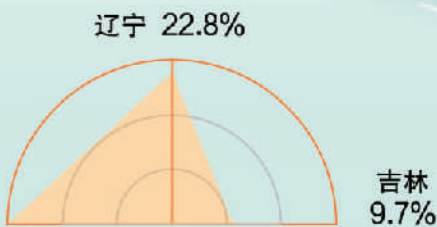
▼ 园林/农林机械销售额占比TOP3省份



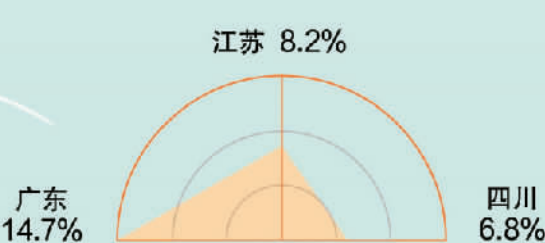
▼ 肥料销售额占比TOP3省份



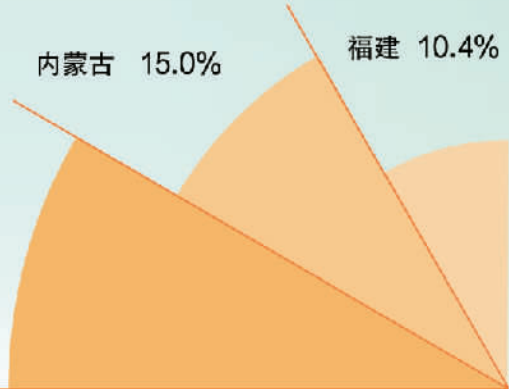
▼ 饲料销售额占比TOP3省份



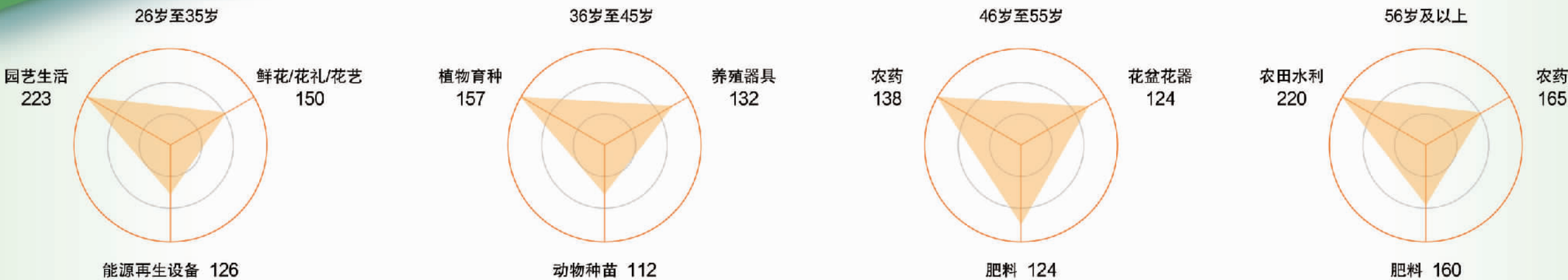
▼ 农膜遮网/大棚销售额占比TOP3省份



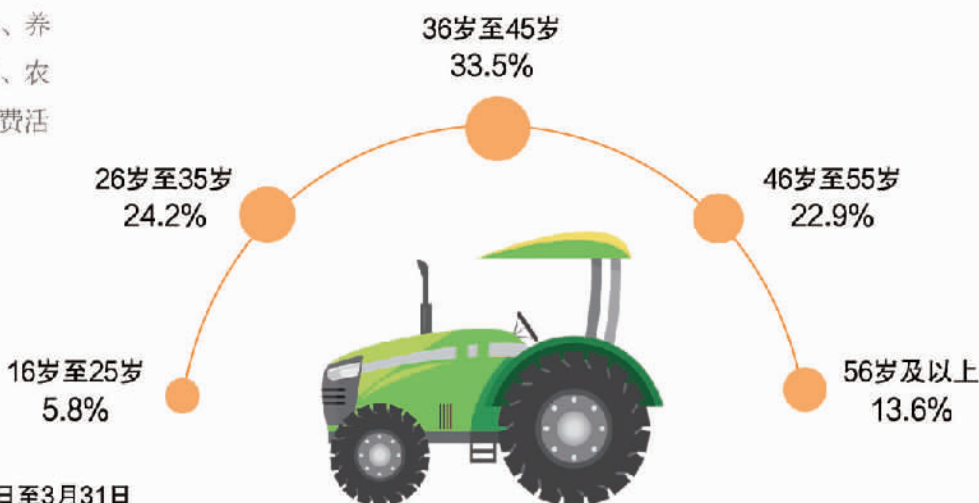
▼ 农田水利产品销售额占比TOP3省份



▼ 各年龄段消费者农资园艺产品消费偏好指数TOP3



▼ 各年龄段消费者农资园艺产品消费额占比



总体消费情况



从地域消费偏好看，广东在多个细分类别中位居前列，形成多场景消费聚集地。部分区域在细分品类上表现突出，例如，黑龙江与辽宁在饲料类产品中的成交额合计超过46%，释放出春季养殖补栏的集中需求。

从不同年龄段消费者的偏好看，26岁至35岁人群喜爱购买鲜花类与园艺生活类产品；36岁至45岁人群关注植物育种、养殖器具；56岁及以上的消费者在肥料、农田水利、农药等传统农业投入品的消费活跃度保持高位。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年3月1日至3月31日

说数

一年之计在于春，农资园艺消费热潮加速涌动。数据显示，越来越多农户和家庭种植者选择通过线上平台完成种植采购。

从消费品类看，植物、鲜花、园艺用品、园林农耕设备、农膜遮网/大棚成为农资园艺产品销售额占比前5名的核心品类。在植物类产品中，宿根植物、草皮类产品销售额同比增长212%，大型绿植、新鲜枝叶、球根类花卉等产品销售额增长较快；花箱、营养土、盆器等园艺工具需求同步增长，反映出消费者在家庭绿化、美化及自主种植等场景中的需求；饲料类产品销售额同比增长超10倍，农田水利类产品销售额同比增长232%，春灌保水需求强劲；植物育种和肥料类产品销售额同比分别增长54%、43%，表现同样亮眼。

值得注意的是，春季种植采购呈现出城乡双

线并进态势。县城农村仍为主要消费市场，一二线城市消费者在家庭园艺和阳台种植场景中的活跃度明显提升。

从地域分布看，广东、四川、江苏、北京、山东的线上农资园艺产品销售额较高。农田水利品类方面，内蒙古和福建占比较高，反映出不同农业生态对春灌设施的需求持续增加。此外，从消费者的年龄结构看，36岁至45岁人群为农资园艺产品消费主力，占比33.5%；26岁至35岁人群紧随其后，占比24.2%。

目前，线上农资消费正从低频、刚需迈向场景化、精细化。从肥料、种子等基础投入品，到智能灌溉、绿色能源与园艺生活类拓展产品，种植市场正释放出更加多元、专业、可持续的增长动能。

郭旭