

# 消費信心增強 直播帶貨助燃銷情

## 雲南大花蕙蘭搶手

## 新歲前或斷貨

經濟透視

年宵花卉銷售旺熱，雲南大花蕙蘭種植基地熱鬧非凡。《大公報》記者採訪雲南嵩明多個大花蕙蘭種植基地，眼見主播直播帶貨、工人管理養護、包裝打包、裝載發貨，一派繁忙景象。大花蕙蘭是年宵花卉主打品種，而雲南則是大花蕙蘭主產區。嵩明博卉農業科技有限公司總經理陸繼再表示，大花蕙蘭今年新春銷售搶手，預料1月下旬缺貨斷檔、供不應求。

大公報記者 丁樹勇（文／圖）

數據顯示，2020至2021年銷售旺季，雲南大花蕙蘭產量600萬盆，佔全國總產量的96.8%。中國大花蕙蘭生產主要集中在雲南，嵩明和玉溪是大花蕙蘭兩大核心產區，新區楚雄、紅河生產規模增長迅速，成為主產區的重要補充基地。

### 產量持平 價格漲了五成

來自嵩明縣農業農村局的數據顯示，該縣大花蕙蘭種植企業75家、專業種植合作社14家，種植面積2160畝，年產大花蕙蘭成品300萬盆，已成為全國最大的大花蕙蘭產區，其產品主要銷往北京、上海、廣州、深圳、香港，乃至東南亞市場。

嵩明博卉農業科技有限公司不僅產銷大花蕙蘭，旗下還有森古農業科技有限公司，為眾多大花蕙蘭生產企業提供植保等農業科技服務。總經理陸繼再告訴記者，2021至2022年銷售旺季，雲南大花蕙蘭產量與上年度持平，仍為600萬盆左右，價格卻上漲30%至50%不等。

「雖然產量增幅不大，但銷情搶手，價格持續走高。」陸繼再描述今年度新春前的銷情：去年11月市場開始銷售以來，銷售速度與產品價格都令人鼓舞，出貨速度快，價格按年增長30%；其後去貨速度稍有下降，但到去年12月底，市場銷售量再次猛增，銷售價格也一路攀升，漲幅竟達50%以上。

博卉公司產銷的2萬盆大花蕙蘭，銷售價格大多較去年增長50%，部分甚至增長60%。以5支花箭A級大花蕙蘭為例，2020年銷售價格每盆售價約60元（人民幣，下同），2021年上漲至70至80元。而2021年12月底以來，價格更攀至超過90元。

談及今年大花蕙蘭市場高開高走的銷售形勢，陸繼再認為，一方面是市場需求有所增長，另一方面是成品花產量未有大幅增加，供不應求，價格自然大幅走高。

陸繼再續說，從消費端看，全國疫情管控措施有力，疫情形勢持續向好，疫情環境穩定，消費者信心大增，而電商介入銷售，也增大了大花蕙蘭的市場覆蓋面；而從供應端看，雖然種植方增加了種植面積和數量，但因大花蕙蘭生長周期長達3至3年半，種植管理養護環節眾多，且技術複雜，種苗早期變異，致使成品有一定數量的流失，因此成品花產量未大幅增加。

展望未來，陸繼再斷言，臨近新春，去貨更快，1月下旬，大花蕙蘭市場將缺貨斷檔、供不應求，皆因產品非常搶手，存量所剩無幾。記者走訪的多個種植基地，存貨均已不多，大部分花架空空如也；有的基地甚至將明年或後年才成長的花苗移至大棚管養。

### 疫情未完 花農見好就收

陸繼再解釋，一方面，去年度的銷售旺季，大花蕙蘭價格走低，一定程度上影響了銷售信心；今年銷售價格高開，按年增長30%，且訂單猛增，不少生產商有利潤就出貨，唯恐銷路造成損失的恐慌情緒仍然存在。

另一方面，雖然全國疫情形勢持續向好，但疫情的陰影，仍然在生產者的心裏揮不去；尤其是出口越南等東南亞國家市場的生產商，更是缺乏信心，因為國外疫情嚴峻，諸如通關受阻等不確定因素眾多，也令部分種植企業在銷售前期，有訂單就拋售、能通關就發貨。

### 嵩明栽種大花蕙蘭企業

企業	產量（萬盆）
博源	8
桂豪	6
博卉	2
雲潤	2



高貴雍容的大花蕙蘭。

陸繼再預測，市場月杪供不應求。



大公報記者丁樹勇整理

## 需求大 研新品擴產 價格有望創新高

### 市場活躍

「600萬盆（大花蕙蘭）相對於超過14億的人口，只是一個很小的數字。」陸繼再認為，大花蕙蘭消費市場仍存在巨大空間，生產規模還可擴展，他的公司將擴大種植規模，研發新品種面市；而估算今年出口大花蕙蘭約150萬盆，佔比僅25%，所以海外市場將成為新增長點。

陸繼再的信心來自消費市場的變化趨勢。他介紹，2018年以前，全國大花蕙蘭年宵市場以廣州為集散中心銷售，近年來已由廣州輻射多地，北京、上海、深圳、江浙及山東等地也成為主要消費區，每年的需求量都在增加，僅內地市場需求量就達到

1000萬盆以上；而二三線城市消費潮還未啟動，大花蕙蘭對很多消費者來說，還是新奇產品，所以市場空間巨大。另一方面，隨着國外消費市場的活躍，也將刺激消費需求增長，出口有望提升。

種植管理養護技術的創新也成為突破口。目前，在嵩明產區已有企業研發出種植管理新技術，可將大花蕙蘭生長周期縮短至2年半，降低低成本40%。

價格方面，陸繼再認為，雖然今年大花蕙蘭按年增長30%至50%，但遠未恢復到疫情前的價格水平。他相信，隨着消費升級、疫下消費心理承受能力增強、疫下消費的穩定，大花蕙蘭的銷售價格有望再創新高。

## 電商佔生意10% 研增養護產品吸客

### 意想不到

電商銷售嵩明大花蕙蘭僅兩年，不僅拓展消費群體，而且還擴大了消費市場。《大公報》記者走訪的多個大花蕙蘭生產基地，均有電商團隊在溫室大棚直播銷售，花箭挺拔、含苞待放，紅、黃、綠、粉等多色系的大花蕙蘭爭奇鬥艷，主播與消費者互動不絕。雲潤花卉有限公司負責人段玲稱，該公司今年通過電商銷售約2000盆，約佔公司產量的10%，銷售價格也較批發更高。

大花蕙蘭銷售遲遲未引入電商，是因為日益增長的市場需求，令大花蕙蘭不愁銷路；亦因大花蕙蘭仍屬鮮活農產品，並無統一標準，物流環節易損耗，買賣雙方易產生糾紛。陸繼

再沒有想到的是，2020年開始的電商嘗試，不僅極大地推動了大花蕙蘭的消費，還為行業帶來了隱性效益，雲南大花蕙蘭產區電商銷售的規模約為50萬盆。

陸繼再解釋，電商銷售擴大了大花蕙蘭的市場覆蓋面，主播通過直播直接面對消費者，市場覆蓋面由傳統的消費市場擴展至全國各地，不少以



電商直播拉動大花蕙蘭消費市場。

前的消費空白區也搭上了電商快車，開始形成新的消費群體。他認為，通過電商直播的宣傳推介，大花蕙蘭既可觀花，也可觀葉，散發淡淡清香，卻不會致人花粉過敏的特性，日益深入人心，令更多人開始認識並消費大花蕙蘭，培育了消費群體、擴大了消費市場。

展望未來，陸繼再認為，電商銷售還有更大空間，而通過電商拓展市場、擴大消費、增加銷售，重要的是做好服務。他建議種植基地將大花蕙蘭的相關養護知識印製為小冊子，隨產品附送，讓消費者可以自行養護，延長觀賞期；未來更可通過在花盆上噴印二維碼，實現一品一碼、溯源追蹤，並能方便地獲取養護注意事項，更好地為消費者服務。

## 創新栽培技術 培育成本省40%

### 成效顯著

創新令大花蕙蘭種植成本大減，行業效益明顯提高。在溫室大棚，博源農業有限公司總經理李永明介紹，該公司今年銷售的8萬盆大花蕙蘭，全部由創新技術栽培，令大花蕙蘭生長周期由3至3年半縮短至2年半，降低養護成本可達40%，花箭數也顯著增加。他預計，該技術若推廣應用，未來幾年中國的大花蕙蘭產量將會迅速增加，每年利潤將增加7億至10億元（人民幣，下同），滿足全國需求之餘也可以出口，行業效益明顯提高。

在李永明眼中，生長周期長、種植管理養護環節眾多的大花蕙蘭，其實存在技術提升的大量空間。多年種植管理養護大花蕙蘭的實踐，讓李永明創造了一套新型生產技術，顛覆了傳統模式，令大花蕙蘭生長周期縮短，產

品品質也顯著提高。他舉例說，用傳統種植模式，花箭有7枝以上的，比率僅有20%；採用新型高效的種植法，有7枝至8枝花箭的大花蕙蘭，比率猛升至80%以上，甚至10枝以上的也不少見。運用創新技術栽培的產品，他稱之為新型高效大花蕙蘭。據悉，在5枝花箭的基礎上，每增加一枝花箭，產地批發價格可提升20元。

李永明測算，新型大花蕙蘭縮短生長周期1年，可降低養護成本40%；而由於生長周期縮短1年，單位面積產出每年增長35%，3年翻一倍，「採用傳統模式，6年賣兩次花，若用新技術，6年可賣3次花。」

李永明去年9月創新的「一種促進大花蕙蘭提前開花的栽培技術」申報專利，已獲得受理。他表示，一旦專利申請成功，將着手進行培訓和技術推廣，無償提供給大花蕙蘭種植戶使用。



李永明介紹新型高效大花蕙蘭。

熱情似火

## 花瓣大而艷 直徑10厘米

### 話你知

大花蕙蘭又叫喜姆比蘭和蟬蘭，多年生常綠草本植物，花瓣大而艷，直徑可達10厘米。生產地主要是中國、韓國、日本、澳洲及美國等。葉長碧綠，花姿粗獷，豪放壯麗，是世界著名的「蘭花新

星」。大花蕙蘭花朵經久不落，既有國蘭的幽香典雅，又有洋蘭的豐富多彩。花期在2月至3月，不過大棚栽種的大花蕙蘭，春節前夕就已經開花了，所以經常作為年宵花。在國際花卉市場，大花蕙蘭亦十分暢銷。



大花蕙蘭葉長碧綠，花姿粗獷，豪放壯麗。大公報記者龍森攝

大花蕙蘭生產主要集中在雲南。

大花蕙蘭生長周期長達3年以上。

銷售近尾聲，存貨已不多。

