

年宵花热销，鲜花消费何以“一路芬芳”

这个春节，您买花了吗？

岁律更新，花香涌动。农历马年春节，一抹抹亮丽的色彩悄然走进千家万户，成为中国家庭的跨年“新标配”。

从“亚洲花都”云南斗南花市的人声鼎沸，到上海市中心沉浸式采摘体验，再到长沙花店推出新潮有趣的服务，记者近日在多地走访感受到，在节日气氛带动下，多样化的“花式”消费不断焕发新活力。

丰富供给，春节花市热度持续攀升

云南昆明，亚洲最大的鲜切花交易市场斗南花市里，每天都上演着热气腾腾的迎春“赶大集”场景。逛花市、买鲜花，已成为云南颇具特色的新春仪式，也让斗南花市成为春节期间热门的城市消费场景。

昆明国际花卉拍卖交易中心企划负责人朱琦介绍，今年年宵花市场延续以玫瑰、百合、康乃馨、蝴蝶兰等主流切花品类为主的态势，同时，凭借独特外观和美好寓意，冬青、小飞燕、粉色马蹄莲等新兴小花材也受到年轻消费者青睐。

蝴蝶兰、大花蕙兰、朱顶红……在上海市长宁区的古北花世界，从盆栽花到鲜切花，各种年宵花争奇斗艳。

“今年我们重点备了那些寓意好、易养护的鲜花，热门品种库存充足。”古北花世界摊主孙女士说，

如过去小众的品种黑色马蹄莲，凭借“争当黑马”的寓意，在马年春节特别畅销。

在湖南长沙红星花卉市场，不少商户推出以马为创意元素的艺术造型花，如用蝴蝶兰、冬青枝条勾勒出的奔马轮廓，深受顾客喜爱。

在长沙品植花卉店，消费者拿出手机“碰一碰”，即可在AR技术加持下，预览鲜花绿植的摆放效果。

“以前总担心买回去颜色不搭或者空间不够，现在手机上就能看得清清楚楚，这个挑选过程也变得更有意思。”长沙市民李慧林说。

斗南花市数据显示，春节期间斗南花市日均鲜切花交易量超过1亿枝。此外，自2月19日昆明花拍中心恢复拍卖交易起，供货量持续攀升，日均达500万枝以上，较春节前上涨超过45%。

优化服务 激活“花卉+”多元业态

“马蹄莲叶子发黄怎么办？”“多肉开花了需要修剪吗？”……长沙一家花店负责人康苗的手机里，粉丝群消息此起彼伏。

面对屏幕那端源源不断的提问，康苗指尖飞速点击，耐心解答养护、防虫细节。他说，随着各色年宵花入户，他的身份也从卖花人切换为在线管家。

业内人士表示，要降低大众养护门槛，更好挖掘复购潜力，让鲜花真正走进千家万户。

今年1月1日正式运营的上海种业浦东市民园艺中心，不仅集中展示销售蝴蝶兰、郁金香、一品红等热门品类，还提供园艺咨询、种植指导等公益服务。随着越来越多的市民园艺中心建成，上海园艺爱好者在家门口就能享受到花卉选购、养护的一站式服务。

上海花卉园艺(集团)有限公司董事长佟德川说，推动花卉产业高质量发展，既要在种源端发力突破，也要打造集观赏、互动、消费于一体的多元体验消费场景，探索“花卉+”跨界业态。

在长沙，“中部红星花市”项目正在建设中。红星花卉市场项目经理张雨栋说：“我们将打造标准化体验馆、萌宠专区、特色体验空间，让鲜花融入餐饮、婚庆、文创、教育、旅游等业态，构建沉浸式消费生态圈。”

在湖南省社会科学院研究员郑自立看来，“花卉+”的关键在于深挖文化内涵。他建议，要充分提炼花卉承载的青春、浪漫、祝福等情感要素，赋予产品更高的文化附加值。同时，花卉产业应根据不同行业特性开发特色产品，更好实现跨界融合效益。

(来源：新华社)

多元、即时、悦己，鲜花消费呈现新趋势

今年春节，鲜花消费需求日趋多元化。人们既希望舒心、好养，还喜欢趣味沉浸式的体验。

都市年轻人生活节奏快，更青睐高颜值、好养活的“懒人花”。蜡封朱顶红无需浇水、施肥，有充足阳光就能一茬茬开花，加上“注定红”的谐音，成为人气最高的年宵花之一。

消费者对鲜花体验式消费不断增长的需求，正成为近年撬动年宵花市场的新支点。

2月的上海，大多数鲜花还在沉睡，但复兴公园已经呈现出600平方米郁金香集体绽放的盛景。在这个上海花卉园艺(集团)有限公司特别打造的郁金香花园里，29.9元10枝的采摘体验活动大受市民游客欢迎，周末高峰期甚至要排队一个多小时才能进场。

“逛年宵花市，是我们家过年必须有的仪式感。”上海市民张女士说，“今年不仅能赏花、买花，还能自己采摘，制成花束、花环，这种沉浸式体验，让我们把对春天的美好期盼带回了家。”

即时电商的发展，则将过去“囤货”过年的习惯，

逐渐拆解为更轻量、更灵活的即时消费场景。

在上海，叮咚买菜等平台通过优化供应链，加强运力储备和网络保障，春节期间实现鲜花手机下单30分钟内送货上门。

叮咚买菜相关负责人表示，如今，鲜花绿植从年货清单的配角，逐渐融入日常，甚至走上“C位”，“买菜带束花”成为不少人的消费习惯。

更加重视悦己体验也成为鲜花消费新趋势。在长沙红星花卉市场，不少商户返工的第一件事，并非急着补货，而是给店内“做减法”、腾出店里空间打造拍照点位。

“如今大卖场式的花店陈列逐渐失去吸引力，消费者进店不仅是买花，还追求悦己的审美体验。”长沙锦上添园艺负责人刘美丰说，“只有场景留得住人，芬芳才能留得住客。”

长沙新消费研究院产业研究负责人黄偲表示，鲜花消费新趋势折射的是消费者对便捷性、情绪价值和美学体验提出了更高要求，这将倒逼产业在产品供给、渠道效率、场景体验全面升级，朝着高品质方向发展。

