

荷包里的
新消费

增加20%供应！

广州超1800万盆年花喜迎春

唔行花街，唔算过年。腊月已至，位于荔湾区的岭南花卉市场姹紫嫣红，行花街的市民往来如织，火红热闹的年味日渐浓郁！2024年12月31日，广州市农业农村局在广州花卉研究中心广花花卉超市举办2025年广州年花营销推荐活动，发布广州年花藏宝图，正式启动2025年广州市年花营销推荐系列活动。

文/图 羊城晚报记者 许悦
通讯员 穗农宣 实习生 刘奕嫻

◎广州发布新春年花藏宝图

活动现场，据广州市农业农村局种植业处负责人介绍，2024年广州市花卉种植面积约32万亩，包括盆栽花卉类20万亩、观赏苗木约10万亩、鲜切花2万亩，主要分布在花都区、番禺区、南沙区和从化区等区，全年预计可供应盆栽观赏植物（包括盆景）2.9亿盆、苗木6500万株、鲜切花18万枝。其中，预计全市2025年供应年花超1800万盆（株）以上，同比增长20%，主要以传统的年桔、桃花、兰花、百合、蝴蝶兰、红掌、粗勒草、迎春花、海棠花、凤梨花为主。

为进一步促进年花销售，让全国花卉采购商以及广大市民更便捷买到自己心仪的年花，今年市农业农村局继续策划推出了集实用性、趣味性、互动性于一体的广州年花藏宝图，“涵盖广州8个花卉主产区的162家花卉种植户及企业。”广州市农业农村局相关负责人介

绍，内含各区特色年花品种、花场地址、购买方式等，扫描二维码便知种植户或企业的种植地址、品种、数量等，让采购商及市民采购年花更高效、准确。

据了解，为延续千年传统，营造新春氛围，广州市各区各级花市安排也陆续公布。其中，荔湾作为全国最大的盆栽花卉交易中心和华南地区最大的鲜切花交易市场的所在地，将在2025年1月10日-28日，在花博园和岭南花卉市场举办四场年宵花市。

“四场花市花香水秀，精彩纷呈。”荔湾区农业农村局负责人表示，“2024年以来，荔湾区充分发挥千年花乡资源禀赋和发展优势，以打造国际一流花卉产业高地为目标，聚焦花卉市场提档升级，聚焦花卉产业培育聚集，聚焦互联网交易新业态发展，推动花卉产业高质量发展，有力提升荔湾花卉的品牌影响力。”

◎消费者买花小型化、个性化

“通过调研分析年花消费数据，我们发现水仙、红掌、百合、剑兰、银柳、桃花、冬青、大花蕙兰、年桔、蝴蝶兰等十种花卉最受广州市民欢迎，而且随着人们对美好生活需求的日益增长，花卉的家庭消费和礼品花卉销售占比稳步上升，线上销售额也持续增长，花卉品质和品种都有质的提升。”活动现场，广州市花卉行业协会负责人介绍了近年来广州年宵花消费的几点变化。

一是多样化，消费者对花卉需求趋向国内外新优品种、越来越小型化、应用场最多、花卉色彩缤纷、样式追求个性化，设计装饰越来越注重传统文化与现代元素的融合。

二是常态化，随着国家设施农业和智慧农业的发展，可以常年开花的品种越来越多，花卉应用的时间从传统的年宵变为日常生活，成了城市人生活不可或缺的精神寄托。

三是线上销售加速发展，线上交易平台如抖音、小红书、淘宝、京东、朴朴、盒马等都积极参与花卉线上销售。为适应线上销售，年花生产商逐步将产品调整为方便物流运输的品种和规格。

四是消费者对年宵花的品质要求越来越高，性价比、质量好的花卉产品成为年宵花的消费主流，消费者更倾向于购买设计新颖、寓意吉祥、株型健康饱满的花卉产品。

活动现场展出了一批适合办公和家居摆放的年花款式：有广花自主研发培育的新品种系列，如寓意大展宏图的红掌、吉祥如意的粗勒草、风清气正的白掌、鸿运当头的凤梨、财源滚滚的猪笼草，寓意幸福美满的艺术款蝴蝶兰，丰盛祥和的大花蕙兰、好运常伴的冬青、大吉大利的桔子等，“每一款都蕴含着对新年的美好祝愿，均适合室内各类功能空间、不同装饰风格以及不同尺度空间的摆放。”广州花卉研究中心工作人员表示。现场还展示广州市部分花卉企业自主研发的新品种如蝴蝶兰盆花、鲜切花、捕虫植物以及年宵组合盆栽等，花团锦簇、氛围浓厚。

◎“三年行动”为花卉产业提质增效

活动现场，广州花卉研究中心负责人以科技创新赋能花卉产业为主题，介绍了近年来广州市花卉产业科技创新与示范推广成效相关情况。“广州市已形成了集育种创新研究、生产示范推广、研学教育培训、园艺技术服务于一体的育繁推用全产业链一体化综合性实体。”其中，在科研和育种创新上，已培育出“小娇红掌”“福星红掌”、广花红运粗勒草等自主花卉新品种106个，其中红掌新品种51个，获得国家植物新品种权33项，获得欧盟、英国植物新品种权各1项，位于全国花卉育种的前列。牵头制定了首个红掌国家标准等29项国家、行业、省市级标准，拥有4个国家级平台和多个省市级研发推广科普平台，建成全国唯一“国家天南星科种质资源库”。

在产业化示范推广上，广州市年繁育推广优质花卉种苗5000多万株，其中白掌、红掌种

苗全国占比分别达30%、15%，年生产250多万盆的盆花供应市场；以“种业+科技”服务辐射了全国20多个省100多家规模化的花卉企业。小娇红掌是全国五朵金花之一；“小娇红掌”“朝天娇红掌”“福星红掌”“福运红掌”等连续多年作为广东省和广州市主导品种，红掌盆花生产技术规程等技术也连续多年作为广东省的主推技术。

广州市花卉行业协会负责人表示：“今年随着《广州市花卉产业高质量发展三年行动方案（2024—2026年）》的深入实施，广州花卉产业将进一步聚焦花卉种业振兴、生产做优、市场做大、服务升级、花文旅融合等关键环节，全面提升广州花卉产业的竞争力和影响力。未来，广州将有更多自主研发的花卉品种，更优质的花卉生产设施和技术，年花会一年比一年新颖丰富。”



活动现场展出的各类年花款式



广州首家永辉超市“学习胖东来”自主调改店落户南沙 羊晚记者实地探店看“含胖率”

商品约9800支，更新率约60%，商品结构接近胖东来门店商品结构的80%。商品以品质为导向，推动裸价和控后台的策略，全面掌握商品的主导权，选品在保障基本民生的基础上，主打年轻、时尚、健康。

超市的人口是水果和烘焙区。王守诚告诉记者，调改后的门店通常会把这两个区域放在入口显眼位置，因为水果和烘焙是顾客高频需求的商品，这样的布局能瞬间提升顾客的购物愉悦感。特别是果切遵守4-6-8折价原则，即超四小时八折销售，超六小时六折销售，超八小时直接下架报损；卖场叶菜、肉禽、水产等部分商品，也会根据当天实际情况坚持日清折价。

现制餐饮是调改后客流最密集的区域之一，香味扑鼻的美食给超市增加了浓浓的烟火气。调改后，门店的熟食商品汰换升级比例超过90%，引入了豆瓣甜肠、卤水猪蹄、捞汁小海鲜等大量消费者喜爱的新品。

“如今熟食可是超市的一大吸睛点。”王守诚表示，为了满足顾客不愿意下厨的需求，永辉的熟食区不但种类丰富，还配备切片、切块服务，一次性餐具也一应俱全，休息区随时供顾客就餐，营造出十足烟火气。

凸显自有品牌竞争力

为了凸显个性化的竞争力，也为消费者提供可信赖的具有品牌烙印的商品选择，近年来，对自有品牌商品的打造，成为头部商超关注的焦点。在永辉超市“学习胖东来”自主调改的门店，胖东来的爆款自有商品一直备受消费者青睐。南沙万达店引入了DL酸奶水果燕麦脆、DL复合果汁、自由爱白酒、DL精酿啤酒、DL鳕鱼干、DL洗衣液等约40支胖东来的爆款自有商品，其中也包括了部分胖东来针对代购和黄牛的限制商品，限购政策和商品售价与胖东来门店保持一致。

永辉自有品牌商品同样是超市重点，如自

有的烘焙品牌——YH Bakery的榴莲千层蛋糕是北京、福州、遵义等部分调改店开业阶段的单品销冠；“永辉优选”黑松露饼干在沈阳沈北吾悦广场店开业时两天售罄，销售了近1500份。

那么问题来了，永辉南沙万达店和胖东来是什么样的关系？永辉方面表示：目前永辉仅郑州调改门店属于胖东来帮扶调改，其他城市均为“学习胖东来”自主调改，永辉广州门店和胖东来不存在合作关系，胖东来未直接介入门店调改，只有无私帮助和分享。

不希望超市变成线下仓库

谈及过往竞争，王守诚语气略带感慨，他说：“超市的烘焙、水产、生鲜区域，本应凭借线下独有的购物场景、亲身体验、品质保障和人情交流打动顾客，可前些年却跑偏了，经营模式越来越像个线下仓库，计件干活、大幅压缩人员，结果连基本的服务都跟不上，甚至出现员工为赶速度撞到顾客都顾不上理会的情况。好在后来及时调整，员工状态焕然一新，服务愈发贴心。”

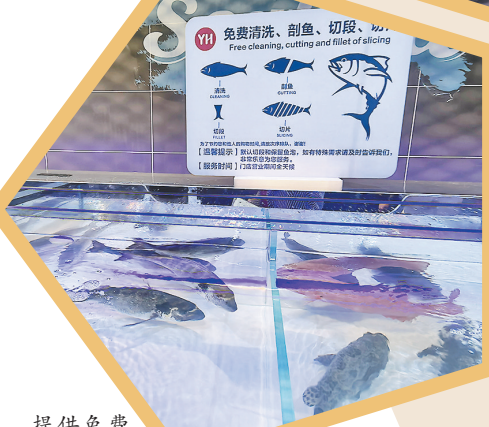
比如，传统超市常见的“全场五折”“大降价”等营销手段在调改店已不复存在，取而代之的是天天平价。王守诚解释说，这种稳定合理的价格体系，不仅让顾客购物时无须担忧价格波动，也减轻了员工的工作量。以前每周就要更换一次价格标签，员工忙得不可开交，现在除生鲜因市场波动使用电子价签外，其他区域基本无须频繁更换，员工能更多精力投入到商品维护上。“超市消费不单是简单的商品交易，场景的舒适度、服务带来的交互体验、线上线下的便利和性，都是消费升级的一部分。”

记者看到，调改后的永辉超市南沙万达店从装潢风格到布局格局都焕然一新，门店重新梳理了卖场布局，拓宽了购物车通道，降低了货架高度，取消了强制动线，双出入口收银线让顾客购物更加便捷自由。原来传统店常见的白色顶和条形灯被暗色系设计和射灯所取代。在射灯下，商品宛如明星般闪耀，其品质得以更好地展现。在外租区，还补充规划了医药、餐饮、美容美发等业态，打造超市周边的一刻钟便民服务区。

文/图 羊城晚报记者 许悦 实习生 刘奕嫻



开业前一天，永辉超市副总裁、全国调改项目负责人王守诚客串“导购”



提供免费剖鱼、切片服务



胖东来自有品牌专区