

外卖鲜花占行业交易额1/3，“鲜花+”引领消费新风尚

花卉行业挤进2200亿赛道，凭啥？

人间四月，繁花似锦。以花为媒，花卉从过去的高端礼品向大众消费品转变，“鲜花+”正在引领消费新风尚。数据显示，2024年我国花卉行业规模达到2200亿元。消费群体方面，女性仍然是消费主力，占比超过六成。有意思的是，男性消费者占比逐年上升，三四线城市的中老年群体也成为消费新增长点。

一朵花不仅激活一个产业，还能带火一座城。婺源篁岭的油菜花、洛阳的国色牡丹……各地文旅将传统文化与花季美景相结合，着力打造消费新场景，推进“赏花+”产业成为新的经济增长点。

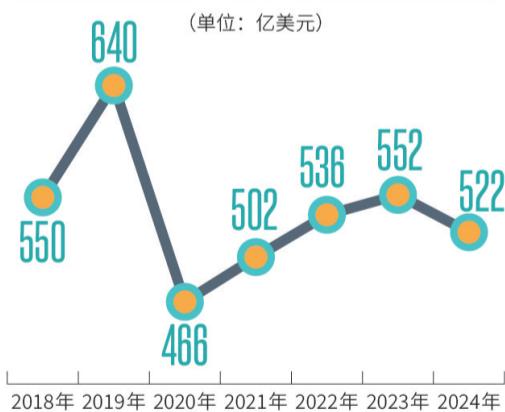
中国花卉产业发展史

- 1978—1990 年初始阶段：**农村家庭承包制推行，农民在自家责任田生产花卉，规模小、品种杂、种植分散、产品质量不高
- 1991—2000 年成长阶段：**经济快速发展，城市绿化美化要求提高，人民生活改善，花卉产业成为调整农业结构、增加农民收入的重要途径之一
- 2001—2015 年发展阶段：**经济全球化深入，花卉需求扩大，但质量效益不高、产业结构雷同、产品结构同质化、从业者素质低等问题突出
- 2016 年至今转型升级阶段：**鲜花电商流行，消费日常化，产品复购率和消费频次提升，跨区域大型花卉企业涌现，产能和市场进一步升级

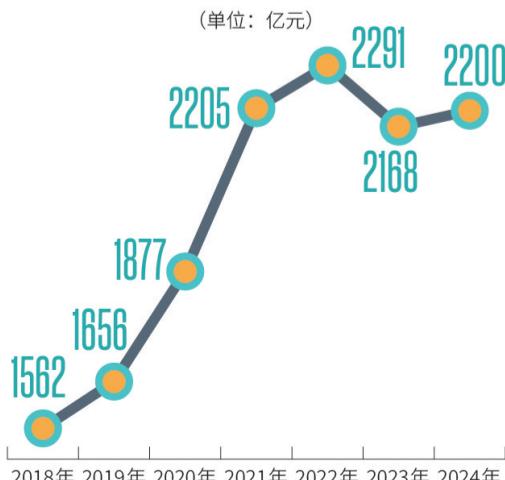
花卉产品分类

- | | |
|---------------------|-----------|
| 观 赏 苗 木 | 种 苗 及 种 球 |
| 盆 花 (景) 及 庭 院 植 物 | 草 坪 |
| 干 / 鲜 切 花 (枝、叶) | 苔 薜 地 衣 |

全球花卉种植行业规模达 522 亿美元



中国花卉种植行业规模达 2200 亿元



■策划：新快报记者 罗韵 ■采写：新快报记者 罗韵 ■制图：廖木兴

1 人均年消费鲜切花 10 多枝 仍有较大增长空间

40多年来，我国花卉产业从无到有，从小到大，持续快速发展。回顾花卉产业的发展历程，大体可以划分为四个阶段。

第一个阶段是1978年至1990年，为初始阶段。随着农村家庭承包制度的推行，农民在自己的责任田上开展花卉生产，规模小、品种杂、种植分散，产品质量不高。

第二个阶段是1991年至2000年，为成长阶段。随着人民生活的改善，花卉产品需求迅速增长。各地把发展花卉业作为调整农业结构、增加农民收入的重要途径之一，大大加快了花卉业的发展进程。

第三个阶段是2001年至2015年，为发展阶段。随着经济全球化的逐步深入，花卉生产由高成本的发达国家向低成本的发展中国家进一步转移，特别是在我国经济社会不断发展、花卉需求不断扩大的新形势下，花卉生产面积大幅增长，但质量效益不高、产业结构雷同、产品结构同质化、从业人员素质低和创新能力弱等问题较为突出。

第四个阶段是2016年至今，为转型升级阶段。鲜花电商逐渐流行，中国花卉行业鲜花消费与日俱增，并呈现出“消费日常化”的特点。此前，鲜花花卉产品通常应用于生日、情人节、教师节、婚礼庆典等特殊纪念场景，花卉电商不断推广鲜花消费理念，促使消费者形成“每周一花”“每日一花”的消费习惯，产品复购率与消费频次大幅提升。此阶段，跨区域的大型花卉企业不断涌现，进一步释放产能、开拓市场。其中，花卉从过去的高端礼品向大众消费品转变，花卉需求量大幅提升。

从人均消费量看，中国目前鲜花人均年消费10多枝，对照同等收入的国家人均鲜花年消费达60枝以上的水平，市场增量巨大，花卉市场仍有较大增长空间。并且随着互联网的发展，电商花卉市场规模也不断扩大。

因此，近年来随着我国花卉需求量的不断增长，花卉种植面积也随之不断增加。目前中国是全球最大的花卉种植基地，并且种植总面积还在持续增长。数据显示，2024年，我国花卉种植总面积约149万公顷。

中国花卉种植面积达 149 万公顷

(单位：万公顷)



各省份花卉种植实有面积 TOP5

(单位：万亩)



各省份花卉农业产值 TOP5

(单位：亿元)

