

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

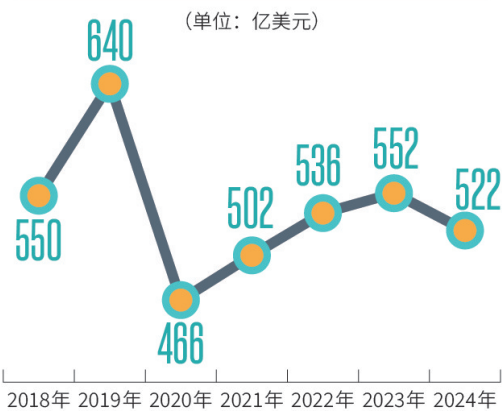
★ 草坪

★ 干/鲜切花(枝、叶)

★ 苔藓地衣

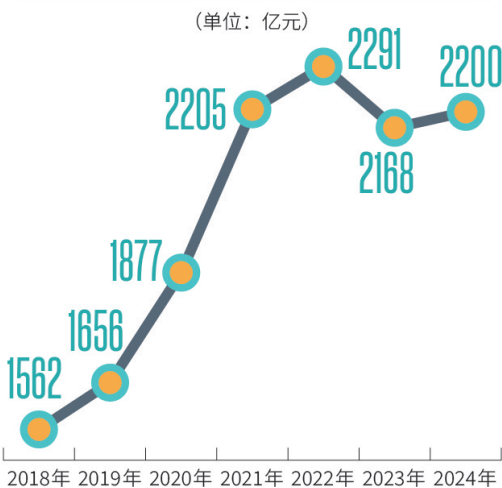
全球花卉种植行业规模达 522 亿美元

(单位:亿美元)



中国花卉种植行业规模达 2200 亿元

(单位:亿元)



■策划:新快报记者 罗韵 ■采访: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。随着人民生活水平的提高,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。

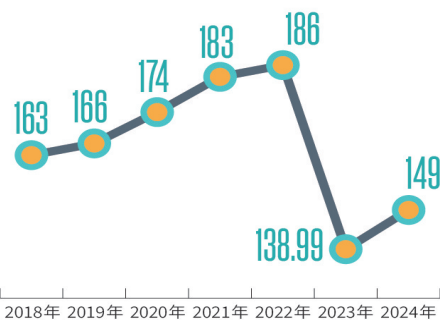
第四阶段是 2016 年至今,为转型升级阶段。鲜花电商逐渐流行,中国花卉行业鲜花消费与日俱增,并呈现出“消费日常化”的特点。此前,鲜花花卉产品通常应用于生日、情人节、教师节、婚礼庆典等特殊纪念场景,花卉电商不断推广鲜花消费理念,促使消费者形成“每周花”“每日一花”的消费习惯,产品复购率与消费频次大幅提升。此阶段,跨区域的大型花卉企业不断涌现,进一步释放产能、开拓市场。其中,花卉从过去的高端礼品向大众消费品转变,花卉需求量大幅提升。

从人均消费量看,中国目前鲜花人均年消费 10 多枝,对照同等人均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。

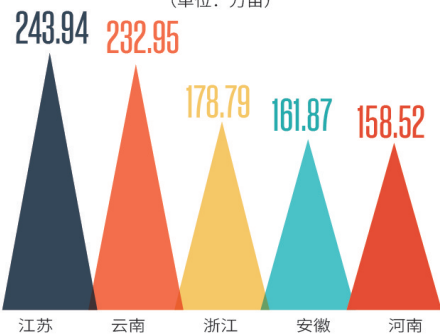
中国花卉种植面积达 149 万公顷

(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)

