

### 30 年来,他一步步把花卉从兴趣做成产业链

# 徐波:虹桥花谷里的筑链人

#### 半生花缘,起于儿时欢喜

走进位于青浦区华新镇杨家庄村的虹桥花谷办公楼,最先撞入眼帘的,是一整面被绿意包裹的“秘境”。黑色仿真岩壁上覆着绒毯般密实的苔藓,蕨类植物从石缝间舒展垂下,各色兰花和说不出名字的绿植点缀其间,岩壁下方还有一汪清浅的水潭,映着天光与树影,一派生机盎然。这是徐波亲自参与设计的绿化造景,就像把一片雨林搬进了室内,只需一眼,就能让人静下心来。

徐波与花的缘分,藏在童年的记忆里。“小时候家里过年,母亲会把塑料花拿出来清洗、摆好,那时我就觉得,花虽然只是家里的一角,但它和节日、团圆、生活的体面感有关。”这份朴素的欢喜,悄悄埋下了他与花相伴半生的种子。

上世纪九十年代初,徐波作出一个让人意外的决定:离开金融行业,在新华医院对面开了人生第一家花店。店面不大,只有 200 平方米,却是他踏入花卉行业的起点。

曾在金融行业历练的他,比旁人多一份清醒。“花卉看起来很美,但背后是一个对时效、损耗、价格波动都非常敏感的产业。”刚开始凭热爱支撑,做久了便懂得:光有喜欢撑不起长久事业,尤其每逢大型花卉展会、花艺盛会,市场需求瞬间暴涨,唯有筑牢稳定供应链、清晰定价、可靠服务,才能接住市场热度,把热爱变成实业。

“家人一直比较支持我,他们知道我不是一时兴起,而是愿意踏踏实实把这件事做下去。”那段和爱人一起开店的日子,辛苦而快乐。进货、修剪、搭配、销售,每天直面顾客与市场。“什么花好卖、上海市民喜欢什么颜色、什么花材损耗大、什么价格顾客能接受,这些都不是坐在办公室里能想出来的。”

#### 喜欢是起点,理性才能把事做长久

外界爱叫他“花痴”,徐波坦然接受,却不被标签困住。“大家这样叫,更多是一种善意的说法。我确实喜欢花,但我现在更愿意把自己看作一个长期从事者。”在他看来,喜欢是起点,“真正支撑我走到今天的,是对这个行业长期价值的判断”。

徐波还记得当年永嘉路花市的场景:“半夜开市,大家看货、谈价、装车,节奏很快。那时候信息没有现在这么通畅,很多判断靠经验。你要知道哪个品种刚到、分辨哪批花状态好、

5月10日,2026 上海国际花卉节圆满落幕,这场全城花艺盛会热度不减,持续点燃上海市民的赏花购花热潮。上海虹桥花谷生态科技有限公司(以下简称“虹桥花谷”)董事长徐波在受访时表示,本届国际花卉节恰逢“五一”假期,园区游客量较往年大幅上涨,不少市民先在市中心打卡网红花艺景观,再专程前来选购同款花材。人气流量节节攀升之际,徐波也不断思索如何打造“逛花市、赏花艺、品花宴、宿花田”等综合消费体验场景,将短期“流量”变为长期“留量”。



■虹桥花谷花卉大市场内的网红绿植鹿角蕨展示墙 颜静燕/摄

推断什么价格合理,也要判断第二天顾客会不会接受。”后来,他又远赴云南昆明斗南市场,走进花田,亲眼看见花农的辛劳,也看清了鲜切花从田间到上海的重重关卡:“采收处理、分级标准、冷链衔接、损耗控制,一环疏漏,便影响最终品质。”

1995 年,徐波为在东方明珠电视塔举办的外事活动设计制作献花礼束。他以上海市白玉兰为主花,搭配紫罗兰,融入竹编工艺,既有城市气质,又含东方礼仪。这次经历让他更深地体会到:花艺不止是好看,“大型活动看似展示的是一束花、一个景观,实际考验的是企业组织能力和供应链保障能力”。从一间小店到一个平台,从一束花到一条链,他的人生,就此与上海花卉产业紧紧相连。

很多人不解:爱花的感性,与金融人的理性,会不会冲突?徐波的回答笃定而平和:“并不冲突。感性让我愿意进入这个行业,理性让我知道应该怎么把事情做长久。”

创业路上,困难从未缺席。早年要扛采购与损耗的压力,后来打造虹桥花谷,土地整理、基建投入、商户引进、产业导入,每一步都耗时费力。尤其是把垃圾堆场改造成生态景观“樱泽山”,周期长、投入大,覆土、排水、改良种植土,一点点修复生态,等待植物慢慢生长,最磨耐心。但徐波始终坚持:“做实业不能只看眼前回报。”如今的樱泽山,樱花烂漫、绣球成片,成为市民喜爱的景观打卡点。不过说到这儿“得



■徐波在虹桥花谷举办的活动中查看花艺装置

从新华医院对面一间 200 平方米的小花店,到如今集交易、仓储、展示、研学、文旅于一体的虹桥花谷,徐波用

30 多年时间,把对花的一腔热爱,做成了一条稳当扎实的产业链。在很多人眼里,他是爱花成痴的“花痴”,更是把鲜花送进寻常百姓家的实干家。他很少说豪言壮语,只信一句:“慢一点、稳一点,一束一束攒口碑。”(本版图片除署名外由受访者提供)

◆记者 颜静燕

意之作”,徐波最看重的,倒不是“打卡点”的名气,而是“土地被重新利用起来”。

#### 烟火植趣,让花艺融入生活日常

这些年,上海人家的阳台、餐桌、玄关,渐渐多了鲜花的身影,而刚刚落幕的 2026 上海国际花卉节,更是点燃了全民花卉生活消费热情。徐波清晰地看到:“过去买花多半是节庆、探亲、婚庆等场景,现在越来越多家庭会把花放进日常生活。”

消费变日常,对产业端的要求也更高。热度之外,更要把基础做稳,让花卉节掀起的赏花爱花之风,长久留存于市民生活之中。为此,徐波全力推动“云花入沪”落地虹桥花谷。这不是简单地把云南花运到上海,而是“把产地优势和上海、长三角的消费市场更有效地连接起来”,充足供给花卉节期间庞大的市场需求。过去商户远赴产地找货,流通环节多、时间长、损耗高、价格不稳;如今通过花拍中心、前置仓、基地直送,缩短链路,提升效率,让信息更透明、流通更顺畅,对普通家庭来说,最终感受到的是花更新鲜、品种更多、价格更稳定。

全新落成的虹桥花谷北区,园区道路整洁,国际花卉拍卖中心通透开阔,1 楼的花卉大市场作为花卉产业的“现货超市”也在国际花卉节开幕当天开启了试营业。在这里,来自云南、贵州、浙江、江苏、辽宁等地的花卉经销商驻场批发零售,满足众多花卉爱好者“从展厅到客厅”的需求。

徐波一直推动“花艺进家庭”,在他看来,花艺不该有高门槛:“放在餐桌上的一束花,阳台上的一盆开花植物,都能改变家庭氛围。”而这一切的前提,是供应链扎实——“只有上游供给稳定了,花艺生活才不会只是少数人的兴趣,而能真正成为更多家庭的日常选择”。

“逛花市、赏花艺、品花宴、宿花田”,这些场景延伸,在徐波眼中,“不是为了单纯地引流,而是基于花卉产业链的自然延伸”,也是承接花卉节文旅消费、拓展赏花经济的有

效路径。

#### 情怀是动力,口碑得一束一束攒

有人评价徐波“花香小情怀,发展大格局”。他却淡然道:“情怀是动力,但不能代替产业能力。个人喜欢花,只能说明愿意进入这个行业;能不能做成事,还是要看能不能解决行业中的实际问题。”

30 多年来,他做的每一件事都很实在:依托展会平台畅通产地与市场渠道,让交易更规范透明;借着全民赏花热潮推动花卉消费从节令走向日常,让产业带动就业与乡村增收。“它们听起来没有那么浪漫,但都是产业发展必须做的基础工作。”

他最常说的一句话,从开店第一天用到现在:“一束一束攒口碑。”

“开花店时,一束花做不好,顾客下次就不会来了;做产业平台也是一样,一个环节衔接不好,商户和产地都会受到影响。口碑不是靠宣传攒出来的,依旧要在每一次供货、每一次服务、每一次交付中积累信誉。”

虹桥花谷落地后,实实在在带动周边就业、技能培训与乡村增收。企业带来产业组织与市场资源,乡村发挥土地与区位优势,让村民在花卉养护、市场服务、文旅接待等岗位上稳定增收,让乡村在产业链中有位置、有收益、有可持续的未来。

谈及未来,徐波目标清晰:继续完善花拍中心、前置仓、产地对接,依托上海各类花卉展会、花艺活动,延伸花艺培训、研学、花田体验、主题餐饮等配套。

采访最后,他用一段话总结自己对花卉产业的理解,朴素却有力量:“花很美,但做花卉产业不能只看美。越是花卉节这样的市场热潮来临之时,越要冷静;越是大家关注的时候,越要把基础做扎实。把每一束花背后的产地、交易、物流、服务和生活场景连接起来。只有这根链条稳了,花才能借着行业盛会走进更多普通家庭,也才能让这个产业走得更长远。”



■以漂漆技法染色的龙兰 颜静燕/摄



■徐波与海派盆景大师盛影蛟(前排左)、朱龙禧(前排右)