



本报记者 金旻矣

临近春节，上海各大花市人流如织。作为千亿级的消费新业态，“悦人悦己”的鲜花正成为市民的日常消费品。如何推动“鲜花消费”成为新年俗？电商蓬勃发展，线下花市路在何方？从业者如何把握“美丽机遇”，培育产业“新花样”？春节前夕，记者走访多个花市和市民园艺中心，了解元宵花消费的新热度。



■ 岚灵花鸟市场内，市民前来购买新年花卉

本报记者 周馨 摄

### “马卡龙”是“顶流”

周五下午，岚灵花鸟市场外的灵石路上，排成长龙的私家车占据了最右边的车道。市场里，不少人举着蜡梅或北美冬青边走边逛。华丽的蝴蝶兰、富贵的大花蕙兰、鲜艳的北美冬青、可爱的黄金果、香气扑鼻的水仙和蜡梅……各个摊位都摆出了当家花旦招徕顾客。

“如意花行”主打蝴蝶兰，价格从几十元到上千元不等，日本进口的蝴蝶兰小巧精致，几十元就能买一盆，荷兰进口的“马卡龙”则以小清新花色成为“顶流”。“马卡龙受年轻人喜欢，三文鱼橘、蓝色珊瑚、浪漫紫等都卖得不错。”老板姚建德说。

“世纪花艺”的花卉有100多种，除了传统年宵花外，还有一些“新面孔”。“缀满小紫球的紫珠，300多元就能带走一盆。火棘又称‘火把果’，有中药功效。多年生的络新妇很好养护……”说起年宵花新潮流，老板李建平如数家珍。

水仙和蜡梅则是长盛不衰的“主角”。柯祥店里的蜡梅来自宿迁，插水就活，可以维持一个多月，25元至35元就能买一把。他家的漳州水仙价格从15元到一两百元不等，今年共进了4000多个种球。新开的“彩虹集市”则主打东洋杜鹃、洛阳牡丹、仙客来等，东洋杜鹃有200多元到1000多元多个价位。主理人蒋勤说，这几天盆花卖得好，再过几天鲜切花会更受欢迎。

中心城区大型花市难觅，临时花市营业时间较短，电商蓬勃发展带来的冲击……这些都是冲淡鲜花消费和春节“年味”的原因。“以前在广州过年体验过‘行花街’，上海也有很多步行街，过年期间能不能也举办类似活动？”以姚女士为代表的不少市民呼吁，上海能否举办诸如“花街”“花车巡游”等活动，为假期休闲提供新选择，也为促消费带去新的增长点。

很多市民认为，相比于价格较高、选择不多的花店，花鸟市场价格适中，植物挑选范围大。但因运营成本高、用地不规范、环境脏乱、消防隐患、噪声扰民等原因，市中心花市接连关闭或搬迁，交通十分不便。留在市区的市场中，不少建筑也是临时棚屋，结构、功能较简单，像岚灵花市这样规划合理、硬件良好、经营状况较好的花市越来越少。

还有市民注意到，今年不少区的

市民徐阿姨正举着一束25元的银柳和朋友逛花市。“我们住在延长路，今天特地来挑些年宵花。线上买怕质量不好，这里挑选范围更广，还可以讨价还价。”她说。

负责市场管理的沈先生透露，市场内200多家商户中，卖绿植的有七八十家。市场周边小区众多，辐射人群广，虽有250个车位，但周末门外还是排长队。“春节我们不打烊，大部分商户也不休息，确保让市民有花市可逛，有花可买。”

### 批发零售同价

位于青浦区嘉松中路的虹桥花谷，是批发商和花店主的“宝藏地”。花谷规划面积1500多亩，目前已开发区域达680亩，吸引了200多家花卉苗木培育批发企业入驻。

年前，主营蝴蝶兰的“轩成蝴蝶兰”门外，卸货、装货车辆挤得水泄不通。店内仿若“花花世界”，蝴蝶兰琳琅满目，共有七八十个品种，从八九十元到上万元不等。“拉丁舞裙是新品，花瓣带裙边，花色暗红；杏色的图尔坎花色特别，在家至少能放两个月。”老板娘曹丽说。

此外，200多元一盆的大财主、恭喜发财等蝴蝶兰性价比都很高，单枝的蝴蝶兰在45至50元一盆。“今年蝴蝶兰备货量在大几万株，批发零售基本同价，很多市民也会来买，因为比市区便宜30%-50%。”曹丽说。

从曹家渡花鸟市场搬来的“家叶

园艺”主打微景观，老板姚家叶擅长用花卉和树根、石头搭配出微盆景。店里大花蕙兰的颜色有几十种，市区动辄五六百元的礼盒装，这里三百多元就能拿下，9-10枝花剑的也只需480元左右。一盆金橘盆景也只需100多元，放在桌面上再合适不过了。“今年大花蕙兰备了600多盆，北美冬青备了800盆。”姚家叶说，因为价格实惠，长三角的很多花店也来这里拿货。

市民周女士住在松江别墅区，平时为花园配植物都会到花谷来。“之前已经买好蝴蝶兰了，今天再来挑几盆送朋友。市区花店的可选性较小，网上图片和实物有差距，而这里可以‘一站式’购齐，也可以拉掉零头，老板还会送些小盆栽给女儿，我们很喜欢来。”

### 主打“体验感”

遍布身边的市民园艺中心则是“气氛担当”。静安区“花为媒”曹家渡市民园艺中心内，年宵花已占据“C位”。主理人王玉婷说，这几天金橘最受欢迎，价格在100-200元不等。花期长的大花蕙兰约380元，一盆四枝的蝴蝶兰约150元，花色鲜艳的杜鹃则为30元左右，这些都很受市民喜欢。

“今年年宵花销量增幅约为1%，高价、难以养护的蝴蝶兰销售下降了30%，但售价80-800元的年宵花桶因价格适中、养护简单而备受欢迎，销量增长了30%。”她表示，为营造过年氛围，中心组织了新年福气万字节、年宵

花桶手作等多场活动，反响很好。

同样主打“体验感”的，还有中山公园“WHO花”市民园艺中心。春节前，这里承接了不少绿植活动。“光一月，以春节、元宵为主题的花艺沙龙课程就组织了五六场，明天还有一场200人的花艺课。”负责人徐嘉谊说，园艺中心还为龙南家苑的青年志愿者、延安中学的学生等群体送去了新年花艺课。

虽然今年单一年宵花销量有所下降，但徐嘉谊发现，“鲜花消费”的场景需求在不断增加，商圈、写字楼等空间对于环境布置的要求在提升。这种“场景消费”更侧重于“花和艺术”的融合，也成了中心业务新的增长点。“今年我们为愚园路布置了打卡装置，竹编、烟火等年味元素都将亮相。园艺中心还承办了元宵游园会，用民俗活动营造街区热度和城市烟火气，给市民‘闹猛’的感觉。”她说。

此外，部分公园今年也举办了新春花市营造浓郁年味。世博文化公园首次打造跨越新年和春节的“新年花市”，将一直持续至2月16日。除了水仙、金橘、佛手、五代果等传统年宵花卉外，市民还可以观赏帝王花、公主花、非洲珍珠块根植物等进口珍稀品种。在逛花市的同时，大家还能体验真冰滑冰，品尝环球美食，在环保主题咖啡店喝杯“环保咖啡”，将萌萌的文创产品带回家。“新年花市开业一个月来，接待游客已超10万人次。”花市相关负责人透露。

## 市民盼望升级版花市

绿化部门都在公园里设摊办“花市”，受到百姓的欢迎。但略显遗憾的是，公园里“临时花市”大多只持续三五天，且在春节前一周甚至更早就落下帷幕，刚起了“蓬头”的年味又淡了。目前，只有世博文化公园的“新年花市”会举办到元宵节之后。

此外，电商卖花也令线下花市受到冲击。多位花市经营者坦言，如今大家“看的多，买的少”，甚至有人一边逛一边在电商平台查价格。“植物是活的，品相、品级都不一样。有时图片拍得很好，送到家的却不一样。就像蜡梅，不少顾客都说线上虽然便宜，但花苞少、开不出来，最后还是到店里买放心。”店主柯祥说。

如何以首个“非遗春节”为契机，推动上海的“鲜花消费”？不少业内

人士认为，一直以来，上海市民都有买年宵花的消费习惯和能力，相关部门应通过各种方式打造“升级版新年花市”。

“一方面要推动花卉交易集散中心的建设，一方面也要增强花市的商业配套能力，解决‘流’和‘留’的问题，把人引流过来，让他们留下来。”上海虹桥花谷生态科技有限公司总经理徐波透露，在虹桥花谷的最新方案中，规划了包括文旅休闲体验区、花乡民宿漫养区、乡村融合发展区等六大功能分区，今后计划打造虹桥花街、星空营地、鲜花市集、主题民宿、花漾街区等。在他的设想中，花谷门前的杨家庄大道今后可以打造为“花街”，举办花车巡游等活动，吸引市民在花市中度过一天。

融合文创产品、开展花艺体验、增加场景消费等也成为从业者频频提及的方式。“鲜花可以与手机支架、鼠标垫、新年挂历等园艺中心特有的文创产品结合，打造‘年宵花+文创’的新春礼包，提升年宵花卉的附加值，为消费者提供节日礼品新选择。制作新年花桶、福气花篮等花艺DIY活动也可以吸引年轻群体参加。”王玉婷说。

面对电商冲击，不少从业者也在考虑创新线上推广销售的方式。姚家叶告诉记者，年后准备试水直播，增加店铺的线上曝光率，从而增加销售。王玉婷也认为，可以在社交媒体上发布年宵花搭配技巧、寓意介绍、手作讲解等短视频，吸引年轻群体，培养春节鲜花消费习惯。

记者年前走访沪上多个花市和园艺中心——

# 花市年味飘 年宵花晋升新年俗