

云花产业的“屏”上突围战

过去3年云南省鲜花交易规模增量中,直播电商贡献近7成

开屏消费观

屏幕里,主播举着手机穿梭在花丛中,各色鲜花舒展着层层花瓣。“刚从枝头剪下来的玫瑰,带着云南的晨露呢!”主播的手拂过花束,镜头聚焦花蕊,直播间里立马弹出满屏“要这个颜色”“加库存”“云南的花确实不错”等信息。

镜头外,打包区的工人们正麻利地将分拣完毕的花束裹进保湿棉,贴单、装箱,冷链车的引擎声声声作响,一场跨越千里的鲜花速递即将启程。

如今,这样的场景每天都在云南各个鲜花直播间上演。随着直播电商的蓬勃发展,云花正通过屏幕跨越山海,走进千家万户。数据显示,抖音电商平台日均售出云南花卉近55万单,吸引超3700万消费者购买。

云南省商务厅数字商务和信息化处副处长陈厚友表示,2024年云南省花卉种植面积达195万亩,其中鲜切花种植面积达35万亩,鲜切花产量为206亿枝。直播电商对云南鲜花产业推动作用很大,成为市场增长的重要推动力。统计数据显示,过去3年,云南省鲜花交易规模增量中,直播电商贡献增量占比近7成。

商家店播成为主流销售方式

大学毕业后,商家“梦境花卉”经理陈永海先选择在电商平台销售民族工艺品,又尝试销售家乡文山的中药材,最后决定试水鲜花直播电商。

2020年,他的身影出现在了直播镜头前,举着手机对着叫不出名字的鲜花,磕磕巴巴地介绍着,几个主播轮流守在屏幕前,从深夜熬到黎明。一段意外走红的短视频,带火了他的抖音首秀,一天一夜的直播卖出了2万多单,货值40多万元。

但很快,没人笑得出来了。销售额背后,是7天连轴转才发完的货。有了订单才去斗南花卉市场采购,花价一度水涨船高;打包工人手忙脚乱,错发、漏发成了家常便饭;售后问题也接踵而来。

“来斗南买花,卖出去都很简单,但是要把仓储物流发货、售前售后环节都做好,非常难。”陈永海第一次真切体会到鲜花电商的辛苦。

转机藏在店播的小账号里。陈永海发现,做一个日销百万的大账号难如登天,但培养一批日销几万的小账号却不难。他开始手把手培养主播,并教他们开播,自己也带着团队扎进后端:跑遍云南的鲜花基地,把采购渠道打通。很快,“梦境花卉”培养了@云上花集、@云上花集·大聪明卖花、@梦境花卉·老刘等多个鲜花带货直播间,借助直播带货,迅速扩大了市场份额。2025年上半年,“梦境花卉”抖音直播带动销售额超5000万元。

随着直播电商的普及,越来越多商家将店播作为主要的销售方式。数据显示,在抖音电商平台上,超过80%的直播商家已经开启店播,云南鲜花产业,商家直播销售额的70%是由商家店播贡献。

云花产业链成硬核支撑

包括“梦境花卉”在内的多个抖音花

卉直播间,所售鲜花的主要供应商是位于晋宁的云天花匠铺。凭借着1500亩高标准温室大棚的硬件基础,云天化花匠铺每天能产出50万枝鲜切花,涵盖42种产品。其中既有32个在市场上受欢迎的新品种,也有10个自主研发的特色品种,为直播间丰富产品品类、满足消费者多样化需求提供了坚实保障。

通过产、学、研、用深度融合,云天化与中国农业大学联合成立了“中农大-云天化花卉联合研究中心”和全国首个“花卉科技小院”,联合开展种苗研发、种植技术革新、植物营养管理、病虫害防治等云花产业“卡脖子”技术难点,探索具有云南高原特色的农业驱动发展新模式,打通高原特色现代农业花卉种植全产业链条。

云天化花匠铺还充分发挥资源、管理、技术优势,构建“企业+农户”联农带农惠农新模式,将先进成果推广应用到周边农户,已服务农户1700余户,服务种植面积1.2万亩,开展技术培训38场次,为农户提升高品质(AB级)鲜花占比20%。

陈厚友表示,云南是全球最适宜种花的三大产区之一,也是全球唯一可以实现全品类生产、全产业链供应、一站式采购的地方。云南独特的地理气候条件造就了丰富的花卉资源,云南省政府多措并举推动云南花卉产业创新发展,包括花卉种业创新体系不断完善、设施化和标准化不断提升、花卉全产业链建设逐步形成,为直播电商提供“源头活水”。

全品类在消费端多元绽放

“屋檐姐,这个花怎么养呀?”在抖音直播间,粉丝们亲切地称呼张志敏为“屋檐”,而她的店铺,也有一个非常温馨的名字“屋檐的花园”。

张志敏说,自己可是盆栽圈资深的“玩家”,大学就喜欢买花、在宿舍养花,毕业后成为中学老师,更是痴迷于“欧月”(泛指2000年之后从欧美、日本等地引进的新品种月季)。

因为爱好,她发现了背后广阔的市场,于是下定决心辞职做盆栽花卉直播电商。老家宿迁家家户户都养花,也是鲜花产业带之一,但由于气候条件影响,鲜花淡旺季明显。2022年,张志敏就此问题与朋友交流,发现云南昆明的鲜花一年四季品质都很好。经考察后,她在宜良县打造了30亩花卉基地,就地取材,以下订单的形式与种植户、基地建立合作关系,通过直播销售。

“因为我爱花、懂花,所以一开始我就自己当主播,摸索属于自己的带货方式。”张志敏说,她既是第一批在抖音电商开店卖盆栽花卉的商家,也是最早直播卖花的博主之一。只要云南有的开花植物,“屋檐的花园”基本都涉及,每个季节、每个阶段都有不同品种的花卉,一年下来差不多要卖300多个品种。

直播平台不仅推动了鲜花的销售,也让消费者的购买体验更加丰富多样,满足了个性化的需求。除了鲜切花,越来越多的消费者也爱上了云南的盆栽花、永生花。如今,张志敏的三个店铺总销量已超360万单。

数据还显示,从消费者偏好来看,精致妈妈、新锐白领等群体的消费热情较高。根据数据分析,资深中产占比22.7%、精致妈妈为15.2%、小镇青年为13.5%、新锐白领为13.2%。此外,小镇中老年和都市银发群体也表现出较高的购买兴趣,分别占比12.8%和10.1%。鲜花已经不再只是年轻群体的消费品,更多的中产阶层和老年人也开始加入花卉消费的行列。

云南作为中国主要的花卉生产基地之一,其鲜花产业通过直播电商吸引了大量全国各地的消费者。未来,随着直播电商技术的不断进步,鲜花产业将进一步拓宽市场,提升品牌影响力,为消费者带来更丰富的选择。

本报记者 朱婉妮
实习生 严爽 摄影报道



在“屋檐的花园”基地里,主播正在向粉丝推介盆栽花卉。

在“梦境花卉”的仓库里,工人们正忙着打包。