

潮水退去，谁在裸游？

中央出台“八项规定”后，公务消费刹车。公务订单的消失让高档花卉市场遭遇寒冬。作为高档花卉代表，蝴蝶兰究竟有多大市场？被公务消费畸形放大的产业，里面有多少泡沫？

我们以省会城市济南市场上的蝴蝶兰为观察样本，来看一下这个严重依赖公务市场的高档花卉产业如何掉头转型。



年前，济南市场上的蝴蝶兰种植大户唐先生正四处联系销路，他的20万盆蝴蝶兰大半未销出去。
本报记者 吴金彪 摄

蝴蝶兰： 公务消费时代的“裸游者”

见习记者 徐瀚云

被放大的市场：

100万株满足不了需求

在济南市郭店村，世珍种业花卉公司的总经理赵新坤有些惆怅。赵新坤的种植规模在济南市场算是大户，他的温室大棚里有20万株蝴蝶兰，他用“寒冬”来形容眼前的市场。

“济南市蝴蝶兰的产量大约是80万到100万株左右，以往这个产量满足不了济南本地需求，所以不断有人进入这个市场。今年行情变了，大宗订单没有了。”赵新坤说，去年一株蝴蝶兰批发价30多元，“今年从我的基地批发，十几块钱就出手，卖一株赔一株。”目前，济南的花卉市场，一盆8株组合的蝴蝶兰价格仍在200元左右。

据赵新坤回忆，1989年时，有一家中日合资公司在国内生产蝴蝶兰，而且这家公司签署的协议要求只能向日本供货。1994年的时候，赵新坤从这家公司弄到20株病弱花苗。这种兰花喜欢15摄氏度到34摄氏度之间温暖环境，于是他搞了一个小棚子，支上一个炭炉，开始种植蝴蝶兰。

被追逐的暴利：

最贵时一株200多元

赵新坤说，1998年，一些台湾花卉企业陆续进入内地，种植蝴蝶兰的花卉渐渐多了起来，市场上开始见到蝴蝶兰的身影。年宵花销售期间，颜色艳丽、能衬托过年喜庆气氛的花格外受青睐。赵新坤说，“物以稀为贵，我卖过最贵的一株能达到200多元，后来到2001年价格略有回落，也得170元—180元/株。”

他给记者算了一笔成本账，1998年

时，人工费一天十几块钱，做基质的水草一吨8000元左右，如今人工费一天八九十块钱，水草涨到每吨3万多块，所有开销算下来，成本涨了4倍左右，摊到一株花上要十几块。

由此可以推算，当时市面上一株常见的蝴蝶兰成本仅有现在的四分之一，也就是几块钱，但售价却高达几十甚至数百块，利润极其丰厚。有的经销商看到这个产业有利可图，平时不做花卉生意，只在过年前进一批花销售赚取大宗利润。

“蝴蝶兰可以说是暴利商品，在这种暴利刺激下，越来越多的资金投入到这个市场中，加速了产业发展。”山东省林木种苗和花卉站副站长陈俊强说。

陈俊强说，蝴蝶兰销售主要面向公务订购，销售严重依赖对公消费，不少花卉企业种植产品单一，抗风险能力明显不足。如今市场回归理性，对蝴蝶兰的实际需求就反映出来了。但由于花卉生长有一定周期，在政策出台之前就已大量种植，企业应对严重滞后。

“不过，现在农村消费能力体现出来了，年前，周围几个村很多人过来买花。”赵新坤说。不过，周村村镇消费量对于他的生产规模来说只能算是杯水车薪。

赵新坤最坏的打算是，万一这些花年前卖不出去，就再养一年，但是这样做会提升成本，来年情况如何是个未知数。

据记者了解，像蝴蝶兰这样的花卉生产周期长，而且必须精心侍弄，小的花卉企业往往没有生产、研发能力，只能从南方或者国外直接进花苗或者成品，生产成本比较高，抗风险能力差。“不少小企业缺乏技术和生产能力，撑不下去只好不干了，赔本把花甩卖掉，我们这些大企业还可以再撑一撑。”赵新坤说。

被大宗订单垄断的产业：

七成利润靠过年

位于济南市工业北路的山东花卉市场，是济南市场上高档花卉集散地，产销一体。市场东侧交易大厅内，整齐地摆放着大量蝴蝶兰、红掌、杜鹃、金橘、绿萝等各色花卉和植物。

“今年我们扩建了温室，从原来的5千平方米到现在的2.1万平方米，花卉年产量达到120万盆左右。”济南市国有苗圃总经理武朝菊告诉记者。

虽然产量扩大了，但是以往的大宗订购却不见了踪影。据该交易大厅内的工作人员介绍，往年这个时候，交易大厅内外早已是车水马龙，基本上都是单位过来订花，买蝴蝶兰、红掌之类的高档花，但是现在，大宗的公务订单基本上没有了。

据了解，年宵花利润一般能占花卉销售一年总利润七成左右，大宗订购能占到年宵花销量七成左右。失去了最大的生意来源，花卉企业不得不考虑降价和开拓新的销售渠道。

“蝴蝶兰价格降了不少，也有一些市民来买，毕竟现在大家消费观念有所转变。”济南花木联合开发公司办公室主任王光林指着一边摆放的蝴蝶兰说，“像这样A级的，现在一株只卖20块左右，红掌30块，降价幅度很大。”该公司展厅经理高兰芹告诉记者，老百姓选购较多的年宵花是杜鹃和红掌，价位从18元/盆到38元/盆不等，贵的也不过70元/盆。

即便如此，一般市民专门购买蝴蝶兰的数量也无法和以前公务订单相比，销量最好是长寿花、丽格海棠、竹芋、彩色马蹄莲等价格在10到30元之间的平民花卉。据武朝菊介绍，自从“十一”至今，这几种类

和植物已经销售了30万盆。

相比而言，杜鹃花的销量有所回升，“毕竟杜鹃是传统的年宵花卉，而且大家也比较容易接受它的价格。”王光林说。

没有了“大客户”

蝴蝶兰如何大众化

“曾经一株蝴蝶兰赚几倍甚至几十倍利润的暴利时代已经过去了，现在高档花价格，利润一下子回归理性，花卉企业还需要时间适应，做出改变。”陈俊强说，在目前产能过剩的背景下，必然产生激烈竞争、优胜劣汰，整个行业将面临重新洗牌，并最终回归基本平衡。

花卉企业应当调整结构，将高档花作为生产的一部分，但不能以高档花为主。此外，应当生产一些小型花卉，适合老百姓日常种植和观赏，由于家家户户供热和保暖情况不一，多生产一些喜欢凉爽的花卉利于花卉进入老百姓的生活。面对当前年宵花难销的问题，控制花期是企业必须要做的事，调整年宵花的产量，全年都有各色花卉可以消费。

失去了原有的大客户，作为源头的种植企业就必须做出变化，除了价格的变化，比起过去更加重视多元化发展，将精力向其他作物的生产。

“我们现在和山东省农科院等单位一起开发楸树育苗工作，新品种的楸树长得快，木材好，在木材市场非常紧俏，我们一边搞种植，一边做育苗，预计收益也非常可观。”世珍花卉的经理赵锡莹说。

而产销一体的山东花卉市场，则更重视平民花卉消费，主动降低了货物配送的门槛，“我们组织了‘花卉进社区’的活动，不好搬的花我们也可以配送到家。”王光林告诉记者。