

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。



齐鲁晚报

周刊

星期三  
2014.1.22

B01-B04

创富

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，种植蝴蝶兰的花农渐渐多了起来，市场上开始见到蝴蝶兰身影。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钱。

由此可以推算，当时市面上的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，周边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都没有了。

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另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、竹羽、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，这几种花

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采暖情况不一，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。