



新华社 智库
XINHUA NEWS AGENCY
Think Tank

新华·沭阳花木电商价格指数运行报告

(2024年2月)

目 录

第一部分 电商平台交易概览	4
第二部分 品种指数运行结果	5
一、月季电商价格指数：月季重点品种价稳量增，指数整体呈现上涨态势	5
二、蝴蝶兰电商价格指数：蝴蝶兰销售有所降温，市场以去库存为主	7
三、多肉电商价格指数：电商平台以普货多肉为主，爆款品种低价走量，价格指数偏弱运行	9
四、盆景电商价格指数：盆景电商价格指数涨跌互显，黄杨品种电商价格指数震荡运行	11
第三部分 指数背景	13

新华·沭阳花木电商价格指数组织架构

指导单位

江苏省林业局

江苏省农业农村厅

共建单位

中国经济信息社

沭阳县人民政府

承担单位

中国经济信息社新华指数事业部

中国经济信息社江苏中心

沭阳国家现代农业产业园

新华·沭阳花木电商价格指数编审名单

编委会

特邀编审：杨 苜

主 编：陈希希 曹占忠

副 主 编：沈 璇 周宇涵

执行副主编：汪伟坚 许旻毓 朱庚芳 李水艳

专家委员会名单（排名不分先后）

赵良平 国家林业和草原局生态司原司长、中国花卉协会副会长、教授级高级工程师

赵 兵 国家林业和草原局国有林场和种苗管理司二级巡视员

杜书翰 国家林业和草原局国有林场和种苗管理司种苗市场监管处处长

赵世伟 北京市园林科学研究院总工程师、世界月季联合会副主席

董 燕 中国花卉协会信息部副主任

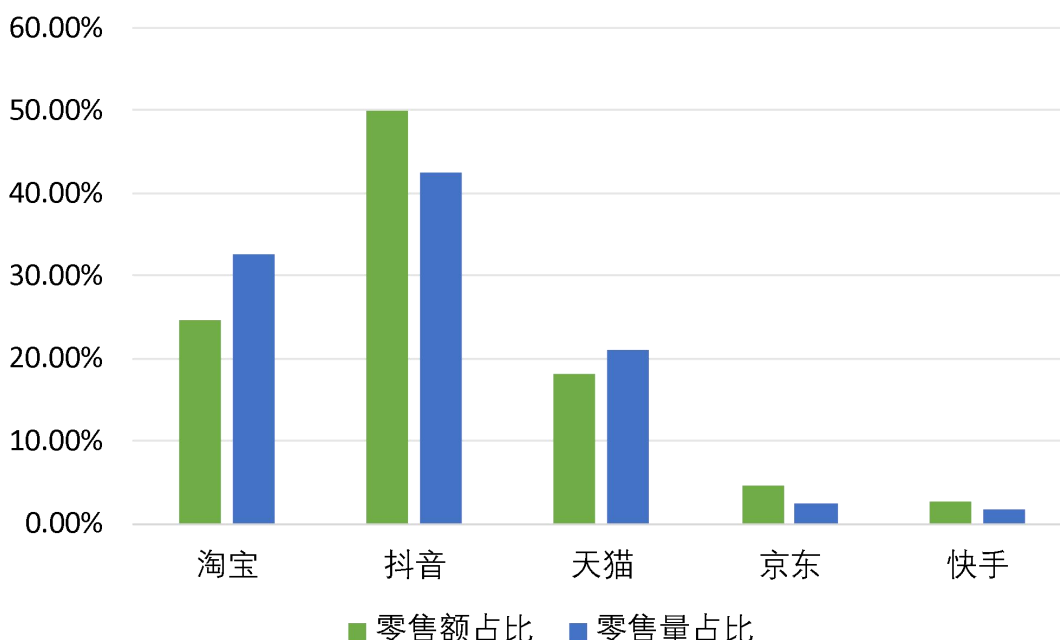
赵 楠 北京师范大学统计学院副院长

吴世光 园林植物与人居生态环境国家创新联盟专家委员

第一部分 电商平台交易概览

2024年2月全国主要电商平台（抖音、淘宝、天猫、京东以及快手）花卉绿植零售额为42973.22万元，同比（2023年2月，下同）下跌23618.70万元，跌幅35.47%；环比（2024年1月，下同）下跌9707.09万元，跌幅18.43%。零售量为2548.13万件，同比下跌1851.93万件，跌幅42.09%；环比下跌120.36万件，跌幅0.23%。

图表 1：2024 年 2 月全国电商平台花卉绿植板块销售占比



图表 2：2024 年 2 月全国电商平台花卉绿植板块销售情况

渠道	零售额 (元)	零售额占比	零售额环比	零售额同比	零售量 (件)	零售量占比	零售量环比
淘宝	10581.31万	24.61%	-16.39%	-64.73%	829.77万	32.54%	14.04%
抖音	21509.49万	50.02%	-25.47%	4.85%	1080.03万	42.36%	-12.89%
天猫	7816.06万	18.18%	-8.39%	-32.31%	537.43万	21.08%	-9.43%
京东	1947.19万	4.53%	-7.83%	-21.81%	59.04万	2.32%	-15.01%
快手	1119.17万	2.60%	113.85%	-45.17%	41.86万	1.64%	9.35%

第二部分 品种指数运行结果

一、月季电商价格指数：月季重点品种价稳量增，指数整体呈现上涨态势

2月，节日效应发力，月季仍在持续走货。为满足市场需求，不同规格的月季树正加紧嫁接培育。从电商数据来看，鲜切月季、树桩月季处于销售热潮，果汁阳台、粉色龙沙宝石等重点品种电商零售价格表现稳健，同时零售量的显著提升有效带动了指数上涨。

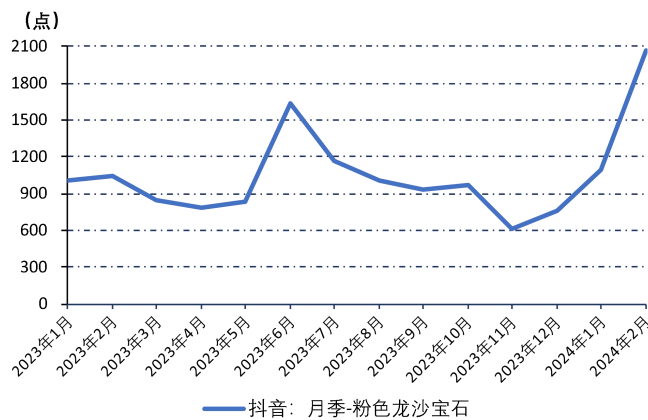
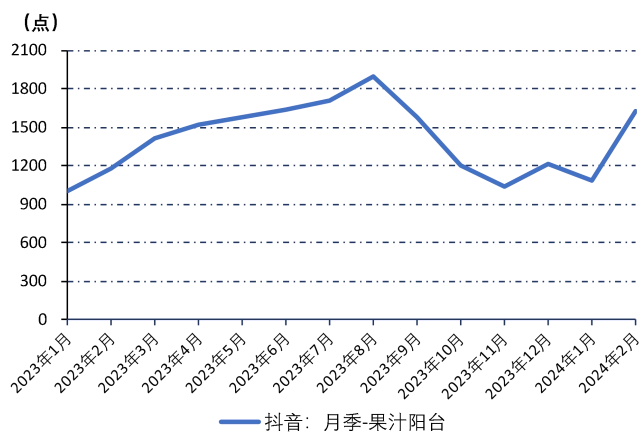
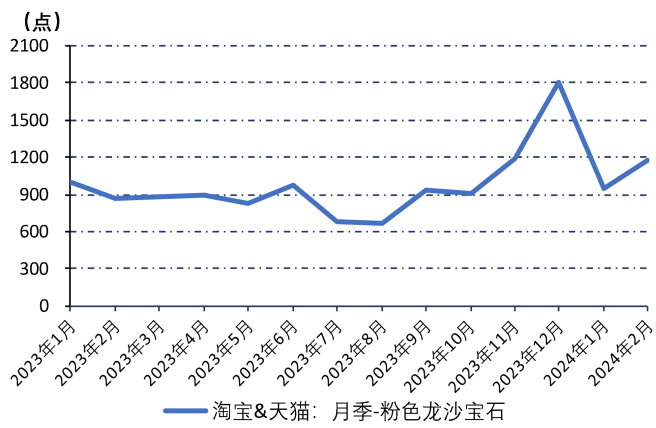
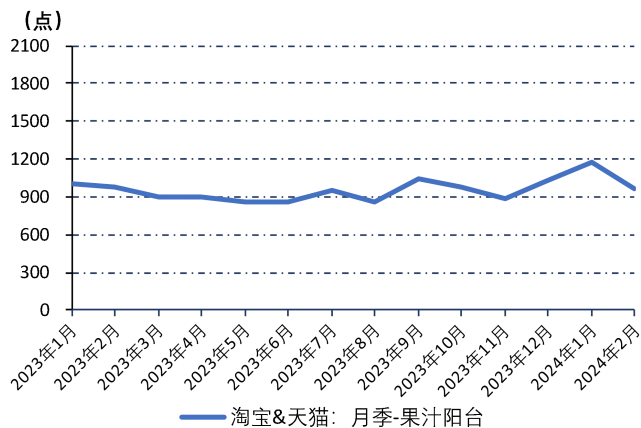
截至2月29日，淘宝&天猫平台果汁阳台电商价格指数报966.14点，较上期（2024年1月，下同）下跌203.44点，跌幅17.39%；粉色龙沙宝石电商价格指数报1176.36点，较上期上涨231.69点，涨幅24.53%。抖音平台果汁阳台、粉色龙沙宝石电商价格指数分别报1622.91点、2064.01点，较上期分别上涨534.51点、973.75点，涨幅分别为49.11%、89.31%。

图表3：月季电商价格指数走势

平台	淘宝&天猫				抖音			
	果汁阳台	涨跌	粉色龙沙 宝石	涨跌	果汁阳台	涨跌	粉色龙 沙宝石	涨跌
2023-09	1040.26	21.67%	934.85	40.84%	1576.25	-16.61%	937.18	-7.14%
2023-10	980.09	-5.78%	908.60	-2.81%	1203.92	-23.62%	962.95	2.75%
2023-11	884.14	-9.79%	1192.22	31.22%	1039.11	-13.69%	613.40	-36.30%
2023-12	1027.16	16.18%	1801.41	51.10%	1211.71	16.61%	762.55	24.31%
2024-01	1169.57	13.86%	944.67	-47.56%	1088.40	-10.18%	1090.26	42.98%

2024-02	966.14	-17.39%	1176.36	24.53%	1622.91	49.11%	2064.01	89.31%
---------	--------	---------	---------	--------	---------	--------	---------	--------

图表 4：月季电商价格指数趋势图



数据来源：新华指数

二、蝴蝶兰电商价格指数：蝴蝶兰销售有所降温，市场以去库存为主

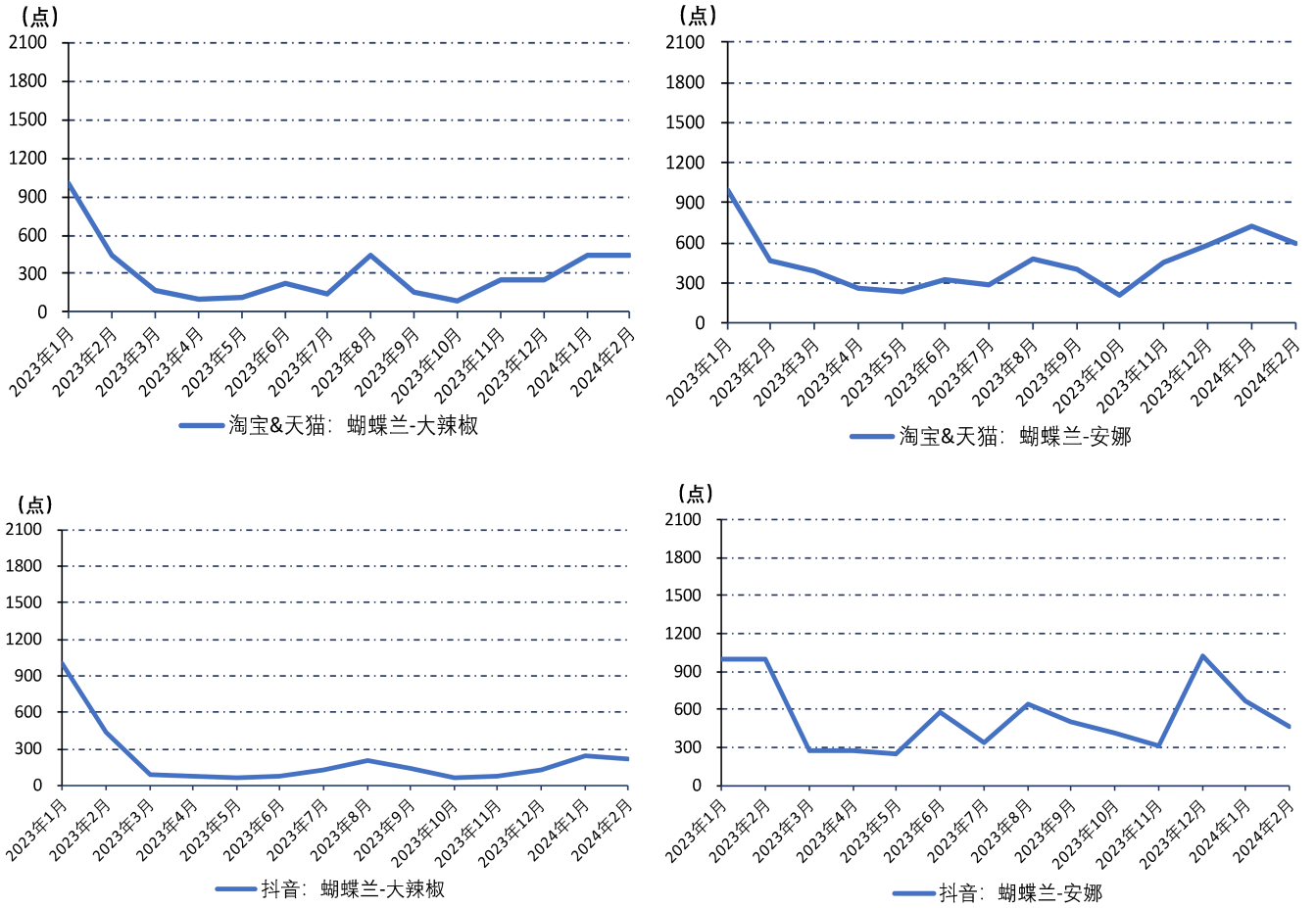
春节期间蝴蝶兰年宵上市量增加，节后蝴蝶兰销售有所降温，需求增速下降，市场以去库存为主。蝴蝶兰重点品种电商指数有所回落，但整体表现平稳。

截至2月29日，淘宝&天猫平台大辣椒电商指数本期报447.44点，较上期上涨6.46点，涨幅1.47%；安娜电商价格指数报600.47点，较上期下跌119.62点，跌幅16.61%。抖音平台大辣椒、安娜电商价格指数分别报221.47点、470.09点，较上期分别下跌25.16点、196.92点，跌幅分别为10.20%、29.52%。

图表5：蝴蝶兰电商价格指数走势

平台	淘宝&天猫				抖音			
	大辣椒	涨跌	安娜	涨跌	大辣椒	涨跌	安娜	涨跌
2023-09	160.41	-63.57%	400.39	-16.47%	138.68	-31.77%	497.05	-23.30%
2023-10	94.98	-40.79%	203.95	-49.06%	61.75	-55.48%	412.97	-16.92%
2023-11	255.18	168.68%	460.91	126.00%	75.73	22.65%	316.22	-23.43%
2023-12	249.19	-2.35%	577.78	25.36%	122.24	61.41%	1024.33	223.93%
2024-01	440.98	76.96%	720.09	24.63%	246.63	101.76%	667.01	-34.88%
2024-02	447.44	1.47%	600.47	-16.61%	221.47	-10.20%	470.09	-29.52%

图表 6：蝴蝶兰电商价格指数趋势图



数据来源：新华指数

三、多肉电商价格指数：电商平台以普货多肉为主，爆款品种低价走量，价格指数偏弱运行

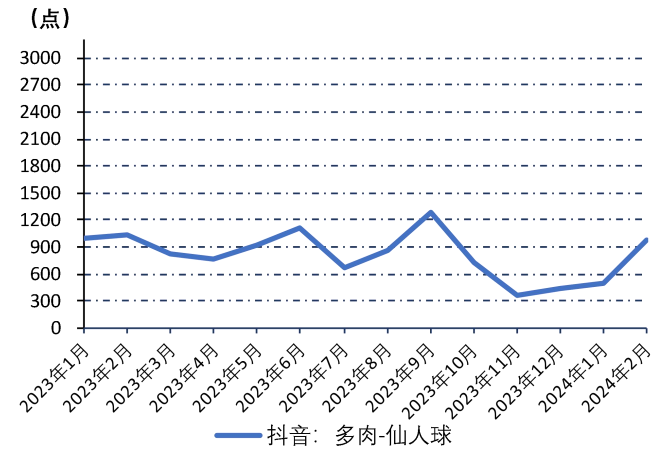
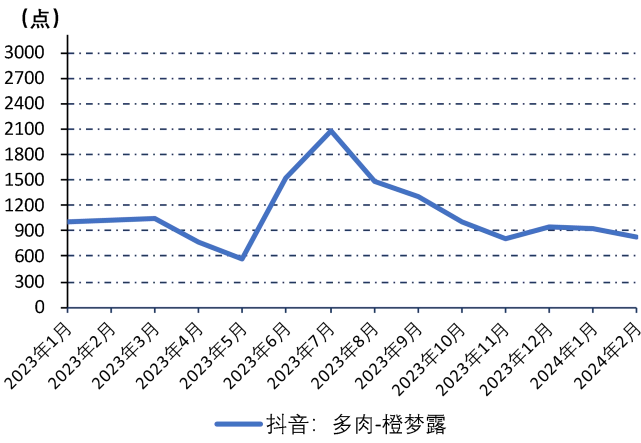
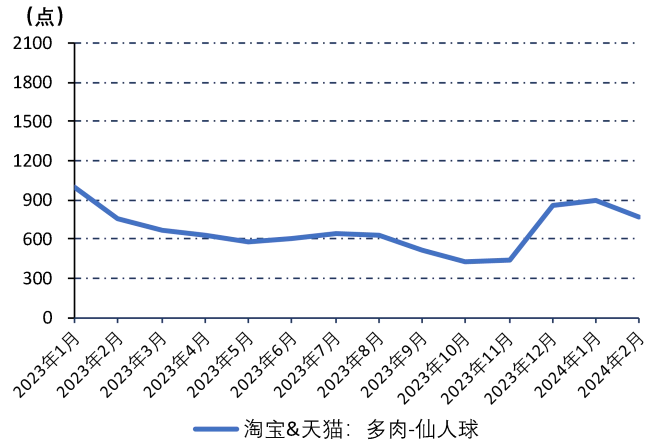
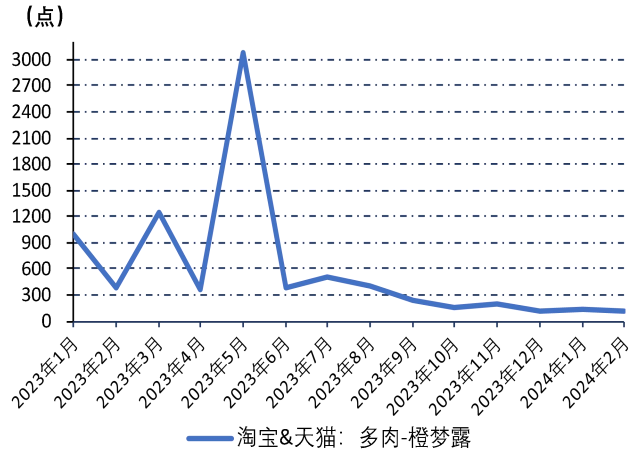
当前，多肉市场透明度增加，优质优价产品品类为主流。橙梦露、仙人球等热门品种电商销售呈低价走量态势，价格指数偏弱运行。由于春季为多肉热销季节，未来短期，多肉电商价格指数或稳中有升。

截至2月29日，淘宝&天猫平台橙梦露、仙人球电商价格指数分别报105.30点、774.72点，较上期分别下跌36.62点、122.88点，跌幅分别为25.81%、13.69%。抖音平台橙梦露电商价格指数报825.96点，较上期下跌98.36点，跌幅10.64%；仙人球电商价格指数报985.29点，较上期上涨483.74点，涨幅96.45%。

图表 7：多肉电商价格指数走势

平台	淘宝&天猫				抖音			
	橙梦露	涨跌	仙人球	涨跌	橙梦露	涨跌	仙人球	涨跌
2023-09	230.55	-42.67%	511.52	-19.36%	1309.01	-11.59%	1281.47	47.58%
2023-10	163.54	-29.07%	422.38	-17.43%	1009.34	-22.89%	725.78	-43.36%
2023-11	193.11	18.08%	436.15	3.26%	806.36	-20.11%	363.87	-49.86%
2023-12	117.82	-38.99%	860.53	97.30%	943.18	16.97%	441.37	21.30%
2024-01	141.93	20.46%	897.61	4.31%	924.32	-2.00%	501.55	13.63%
2024-02	105.30	-25.81%	774.72	-13.69%	825.96	-10.64%	985.29	96.45%

图表 8：多肉电商价格指数趋势图



数据来源：新华指数

四、盆景电商价格指数：盆景电商价格指数涨跌互现，黄杨品种电商价格指数震荡运行

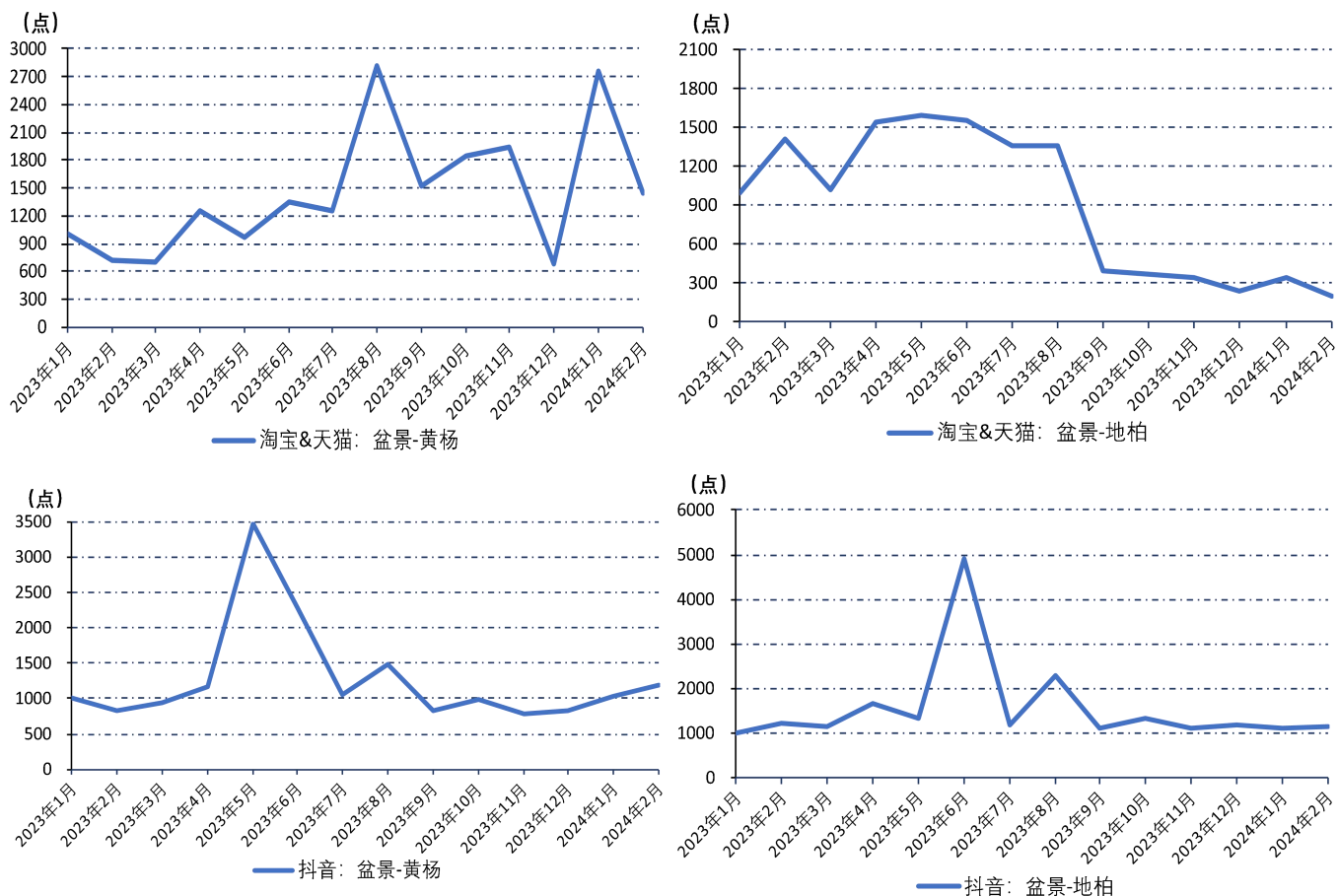
当前，盆栽植物生产规模大，消费市场不断下沉，适合电商销售的造型盆景多样。2月，淘系平台（淘宝、天猫）及抖音平台盆景电商价格指数涨跌互现，淘系平台黄杨销量相对稳定，但由于黄杨销售均价回落显著，指数呈震荡下行态势；抖音平台黄杨及地柏电商价格指数则偏稳运行。

截至2月29日，淘宝&天猫平台黄杨、地柏电商价格指数分别报1450.34点、204.10点，较上期分别下跌1306.14点、133.24点，跌幅分别为47.38%、39.50%。抖音平台黄杨、地柏电商价格指数分别报1193.41点、1132.34点，较上期分别上涨173.24点、29.04点，涨幅分别为16.98%、2.63%。

图表9：盆景电商价格指数走势

平台	淘宝&天猫				抖音			
	黄杨	涨跌	地柏	涨跌	黄杨	涨跌	地柏	涨跌
2023-09	1518.54	-46.08%	391.95	-71.17%	817.51	-44.84%	1096.83	-52.21%
2023-10	1846.53	21.60%	374.06	-4.56%	991.16	21.24%	1340.50	22.22%
2023-11	1941.50	5.14%	344.18	-7.99%	789.11	-20.38%	1101.29	-17.84%
2023-12	672.44	-65.36%	234.96	-31.73%	823.08	4.30%	1169.25	6.17%
2024-01	2756.47	309.92%	337.34	43.58%	1020.17	23.95%	1103.30	-5.64%
2024-02	1450.34	-47.38%	204.10	-39.50%	1193.41	16.98%	1132.34	2.63%

图表 10：盆景电商价格指数趋势图



数据来源：新华指数

第三部分 指数背景

花卉、种苗是建设生态文明建设的重要物质基础，集经济效益、社会效益和生态效益于一体，既是绿色低碳的美丽公益事业，又是富民强村的优势特色产业，已成为各地竞相角逐的“美丽经济”。我国植物种质资源丰富，花木栽培历史悠久、文化底蕴深厚、产业发展潜力巨大。发展花卉苗木产业是服务美丽中国建设的重要组成部分，也是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求。

为指导我国花木产业高质量发展，国家林业和草原局、农业农村部两部门先后出台《关于推进种苗事业高质量发展的意见（林场发〔2019〕82号）》《关于推进花卉业高质量发展的指导意见》《全国花卉业发展规划（2022-2035年）》等文件，要求推动苗木花卉产业数字化赋能，利用大数据，做好苗木花卉产业和市场行情信息收集分析发布，健全苗木花卉市场信息发布制度，打造充满活力、运行有序的苗木花卉市场环境。

江苏是我国花木产业大省，全省苗木种植面积、产值及花木电商交易额均位居全国前列，互联网花木领域治理成效显著。为巩固江苏省花木产业优势基础，开创江苏省花木产业高质量发展新局面，江苏省人民政府办公厅、江苏省林业局、江苏省农业农村厅相继印发《关于推进林草种苗事业高质量发展的意见（苏政办规〔2023〕1号）》《关于推进花

卉产业高质量发展的实施意见》等文件，全力推动实现江苏省由花卉大省向花卉强省跨越发展。

沭阳县作为“中国花木之乡”，江苏省花木产业发展的代表，花木电商发展规模和势头最为强劲，现有各类网商5万余家，从业人员超30万人，2022年花木电商销售额突破120亿元。为进一步发挥本地花木特色优势和电商先发优势，借助大数据推动花木产业迭代升级，中国经济信息社以电商平台的花木价格为研究对象，充分利用电商平台海量数据优势，联合沭阳县人民政府共同推出新华·沭阳花木电商价格指数，旨在将线上花木消费行为具象化、数字化，为花木生产、商品运营、物流市场、家庭消费等环节提供更好、更精准的服务和指引。

新华·沭阳花木电商价格指数编制遵循交易连续性、规模稳定性、市场代表性原则，数据源来自主要电商的公开数据。2023年首期选取抖音、淘宝、天猫三大电商平台，采集月季、蝴蝶兰、多肉、盆景四个品类，果汁阳台、粉色龙沙宝石、大辣椒、安娜、橙梦露、仙人球、黄杨、地柏八个花木品种的公开价格和销量数据进行指数研发和编制，形成16支花木品种电商价格指数。2023-2027年，新华·沭阳花木电商价格指数将逐步构建覆盖抖音、淘宝、天猫、京东、快手五大电商平台，包含五大类型、多种具体品类的不同品种花木电商指数。