



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7月)

## 目 录

本期概要 ..... 4

第一部分 电商平台交易概览 ..... 5

第二部分 品种指数运行结果 ..... 6

    (一) 月季电商价格指数：淘系平台为月季主要销售渠道，  
    抖音平台粉色龙沙宝石成交均价较低但销量攀升 ..... 7

    (二) 蝴蝶兰电商价格指数：抖音平台蝴蝶兰销售占比超九  
    成，大辣椒、安娜等品种整体指数下跌 ..... 10

    (三) 多肉电商价格指数：多肉植物因天气原因步入销售淡  
    季，淘系平台仙人球指数看涨 ..... 13

    (四) 盆景电商价格指数：观叶盆栽观赏市场销售疲软，黄  
    杨电商价格指数高位下滑 ..... 16

第三部分 品种销售情况 ..... 19

第四部分 沭阳花木电商大数据 ..... 21

第五部分 指数背景 ..... 23

# 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

新华指数研究院

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 李水艳 许旻毓 朱庚芳

## 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

## 本期概要

7月，花木市场进入传统销售淡季，产销节奏有所放缓，市场整体表现平淡。受高温影响，花木移栽存活率下降，电商平台花木交易量有所下滑。

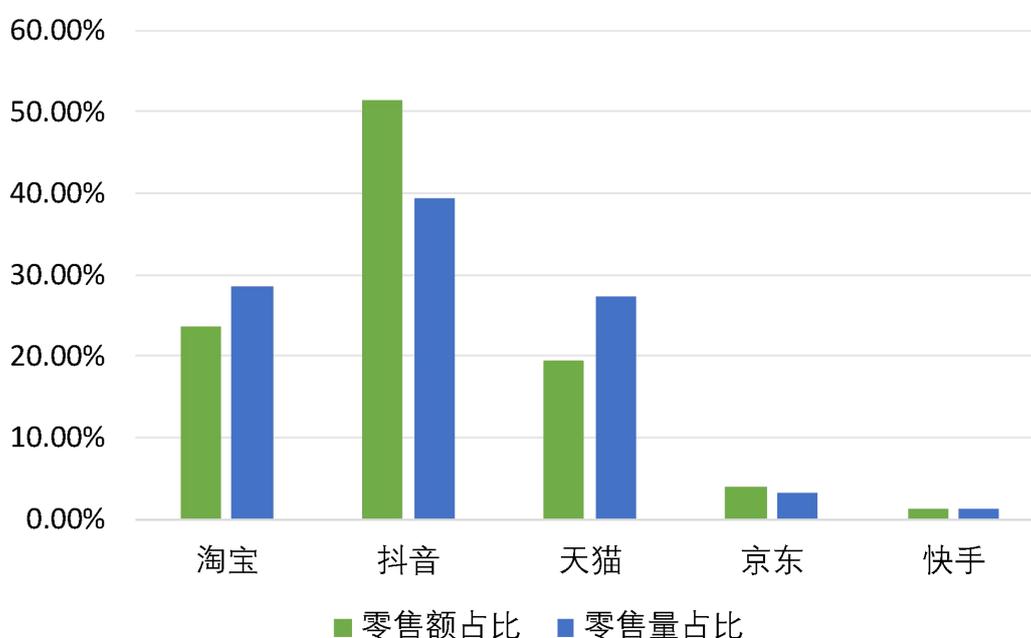
新华·沭阳花木电商价格指数报告（2024年7月）显示，2024年7月，多肉、蝴蝶兰、盆景、多肉四大品类电商价格指数均环比下跌，16只花木品种电商价格指数环比“6涨10跌”。市场主流的月季果汁阳台品种，因其生长适应性强、四季开花，价格指数呈现上扬态势。而蝴蝶兰因夏季高温、强光、湿度不足等问题导致养护难度加大，消费者购买意愿下降，价格受到影响。

从2024年1月至7月的网络销售数据来看，月季品种“果汁阳台”、多肉植物“玉露”、盆景品种“竹柏”以及蝴蝶兰品种“宝贝”在电商平台上的销量表现突出，分别在各自品类中位居销量榜首。

## 第一部分 电商平台交易概览

2024年7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57982.31万元，同比（2023年7月，下同）上涨10966.67万元，涨幅23.33%；环比（2024年6月，下同）下跌25568.33万元，跌幅30.60%。零售量为2561.25万件，同比上涨86.29万件，涨幅3.49%；环比下跌2219.55万件，跌幅2.66%。

图表1：2024年7月全国电商平台花卉绿植板块销售占比



图表2：2024年7月全国电商平台花卉绿植板块销售情况

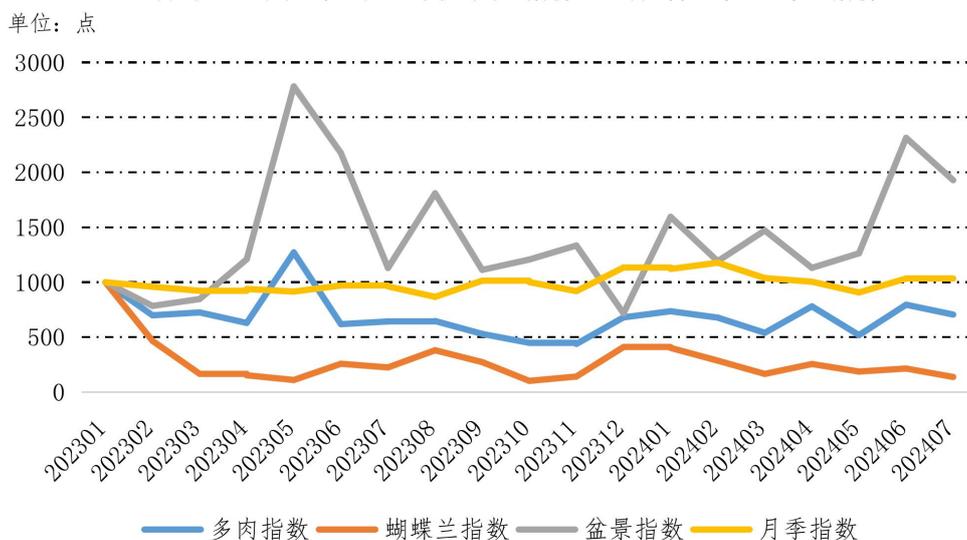
渠道	零售额 (万元)	零售额占比	零售额环比	零售额同比	零售量 (万件)	零售量占比	零售量环比
淘宝	13773.34	23.75%	-26.93%	-13.53%	733.70	28.65%	-32.91%
抖音	29840.77	51.47%	-41.90%	41.80%	1007.81	39.35%	-63.15%
天猫	11268.66	19.43%	9.92%	73.87%	698.45	27.27%	-14.38%
京东	2299.31	3.97%	-3.73%	27.63%	86.01	3.36%	-1.70%
快手	800.23	1.38%	14.23%	-54.55%	35.28	1.38%	-27.96%

## 第二部分 品种指数运行结果

新华·沭阳花木电商价格指数报告(2024年7月)显示,2024年7月,多肉、蝴蝶兰、盆景、月季四大品类电商价格指数均环比下跌,16只花木品种电商价格指数环比“6涨10跌”。

7月,花木市场进入传统销售淡季,产销节奏有所放缓,市场整体表现平淡。受高温影响,花木移栽存活率下降,电商平台花木交易量有所下滑,部分花木企业的从业者选择以去库存为主要销售策略。

图表3：“新华·沭阳花木电商价格指数”首期四大品类指数



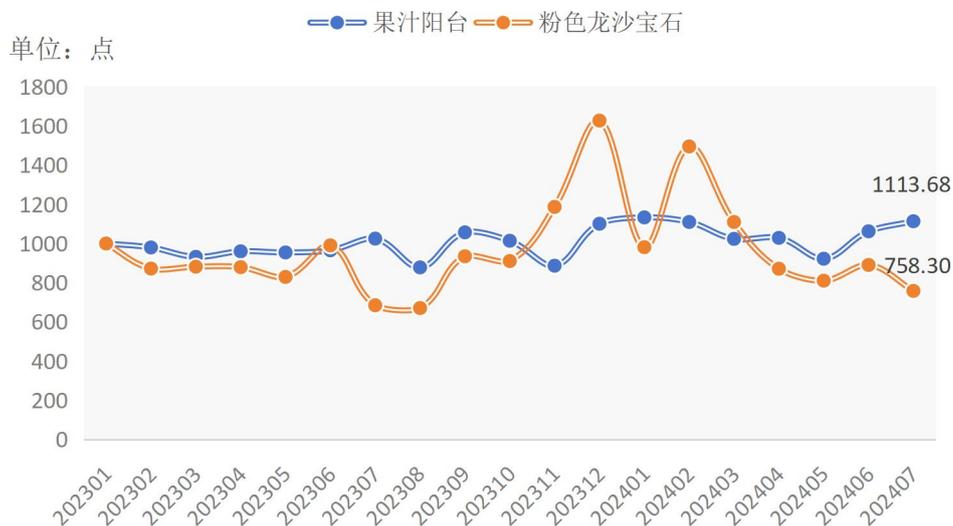
数据来源：新华财经数据库

## （一）月季电商价格指数：淘系平台为月季主要销售渠道，抖音平台粉色龙沙宝石成交均价较低但销量攀升

果汁阳台产品电商价格指数 7 月末收于 1113.68 点，指数较 6 月上升 4.84%；粉色龙沙宝石产品电商价格指数 7 月末收于 758.30 点，较上期下滑 14.87%。

分析来看，近几年欧月种植量增加，市场整体供应量充足。市场主流的果汁阳台品种，因其生长适应性强、四季开花，价格指数呈现上扬态势；而对比来看，由于粉色龙沙宝石夏秋季节花量较春季有所减少，成为很多藤本月季爱好者选购时的顾虑点，本月价格承压下滑。

图表 4：月季重点品种电商价格指数走势图

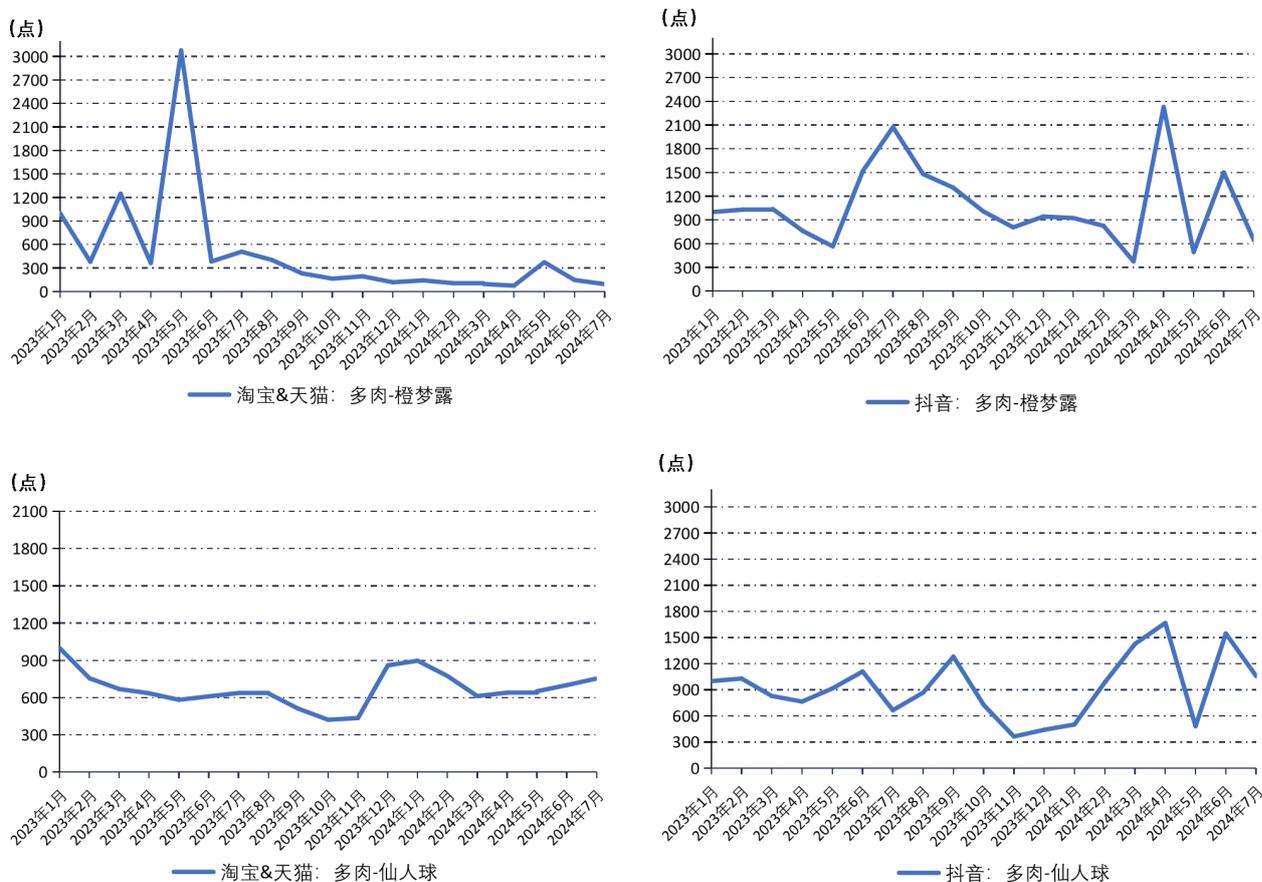


数据来源：新华财经数据库

截至 7 月 31 日，淘宝&天猫平台果汁阳台电商价格指数报 1066.24 点，较上期（2024 年 6 月，下同）上涨 42.34 点，

涨幅 4.14%；粉色龙沙宝石电商价格指数报 971.29 点，较上期上涨 89.85 点，涨幅 10.19%。抖音平台果汁阳台电商价格指数报 1270.39 点，较上期下跌 305.15 点，跌幅 19.37%；粉色龙沙宝石电商价格指数报 703.57 点，较上期下跌 258.86 点，跌幅 26.90%。

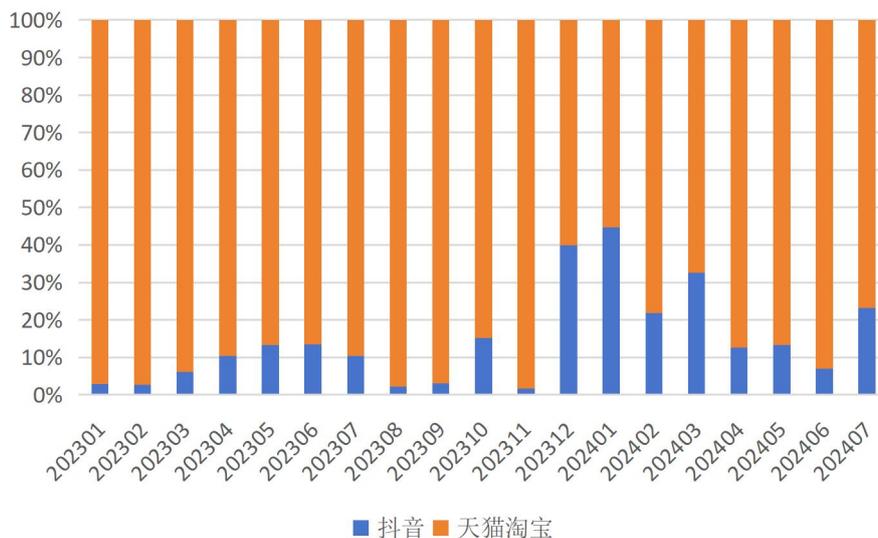
图表 5：月季电商价格指数走势



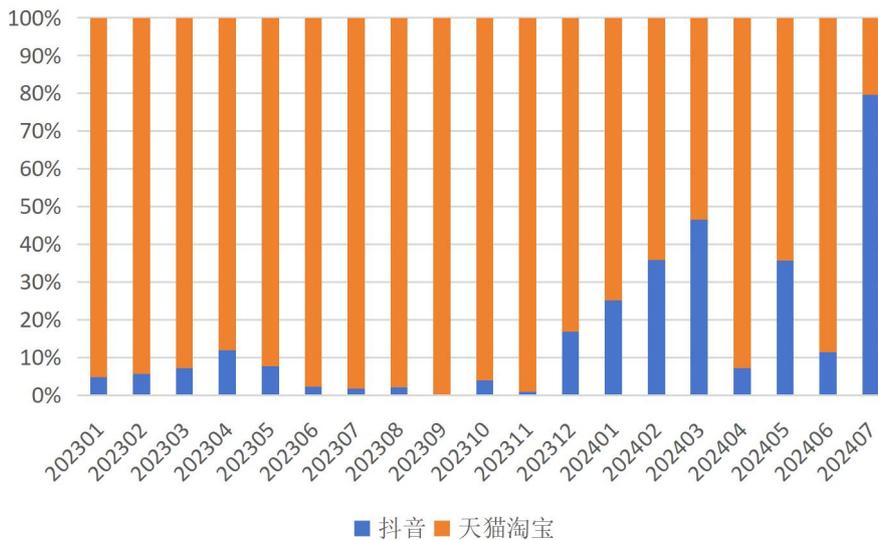
数据来源：新华财经数据库

从电商平台销售情况看，淘系平台为月季主要销售渠道，值得注意的是，7月抖音平台粉色龙沙宝石成交均价较低，销量攀升。数据显示，果汁阳台在天猫淘宝、抖音销量占比分别为76.76%、23.24%；粉色龙沙宝石在天猫淘宝、抖音销量占比分别为20.44%、79.56%。

图表 6：月季-果汁阳台电商平台销量占比



图表 7：月季-粉色龙沙宝石电商平台销量占比



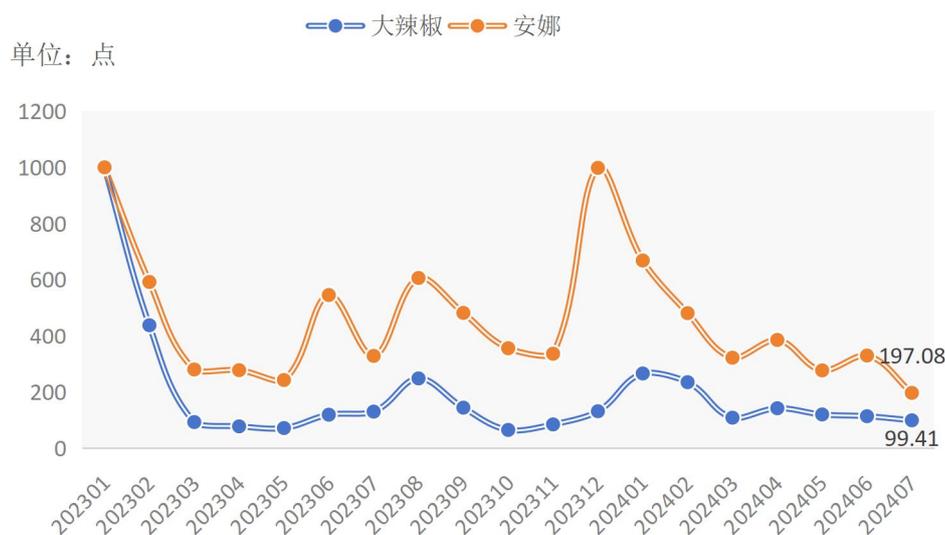
数据来源：新华财经数据库

## （二）蝴蝶兰电商价格指数：抖音平台蝴蝶兰销售占比超九成，大辣椒、安娜等品种整体指数下跌

大辣椒产品电商价格指数 7 月末收于 99.41 点，指数较 6 月下跌 12.88%；安娜产品电商价格指数 7 月末收于 197.08 点，较上期下滑 40.28%。

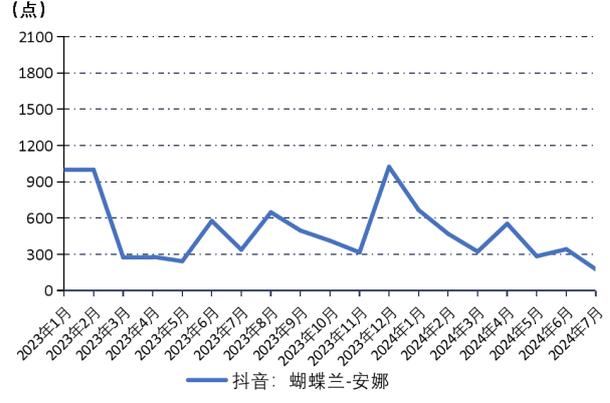
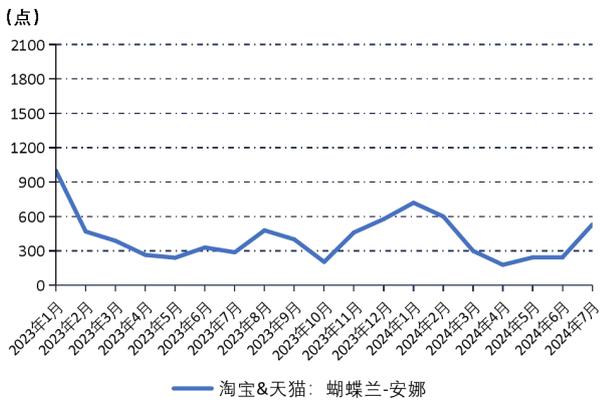
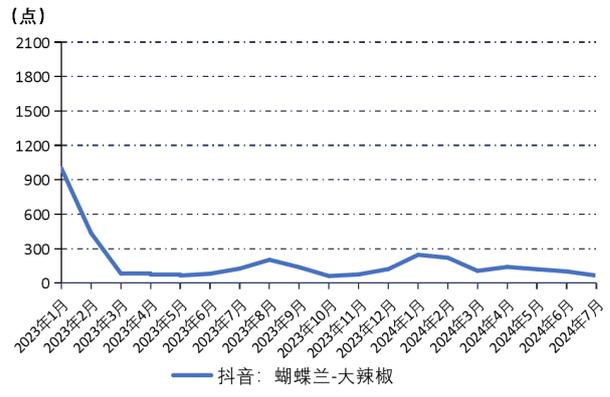
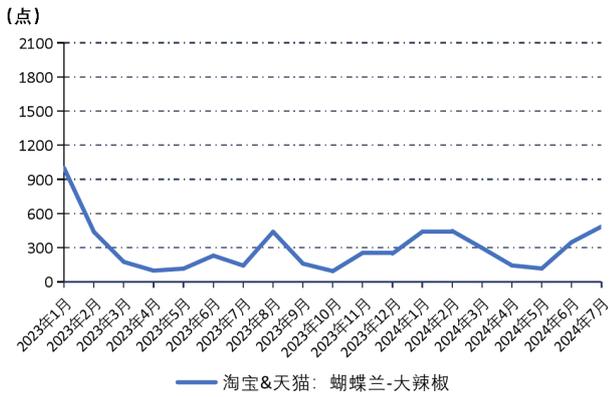
蝴蝶兰作为年宵花代表，具有季节性销售特点。夏季由于高温、强光、湿度不足等问题对蝴蝶兰生长造成负面影响，养护难度加大，消费者购买意愿下降，价格受到影响。

图表 8：蝴蝶兰重点品种电商价格指数走势图



截至 7 月 31 日，本期淘宝&天猫平台大辣椒电商价格指数报 486.25 点，较上期上涨 137.00 点，涨幅 39.23%；安娜电商价格指数报 530.82 点，较上期上涨 286.05 点，涨幅 116.86%。抖音平台大辣椒、安娜电商价格指数分别报 65.50 点、176.18 点，较上期分别下跌 36.13 点、166.42 点，跌幅分别为 35.55%、48.58%。

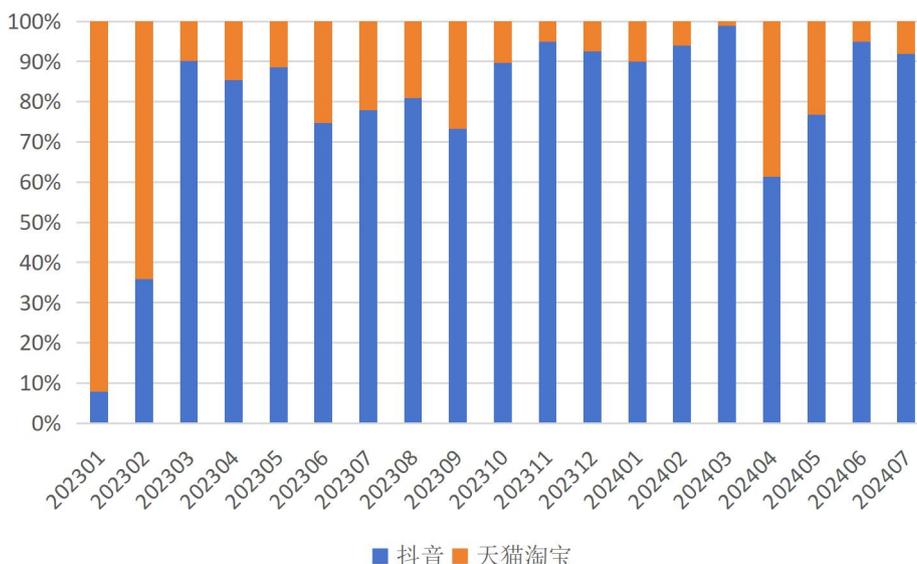
图表 9：蝴蝶兰电商价格指数趋势图



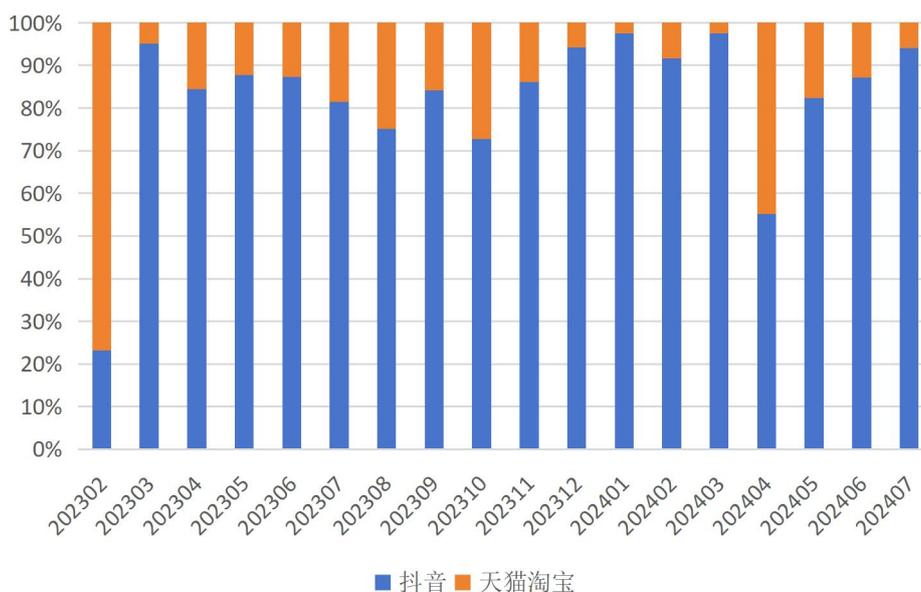
数据来源：新华财经数据库

从电商平台销售情况看，抖音平台蝴蝶兰销售占比超九成。数据显示，大辣椒在天猫淘宝、抖音销量占比分别为8.06%、94.11%；安娜在天猫淘宝、抖音销量占比分别为5.89%、94.11%。

图表 10：蝴蝶兰-大辣椒电商平台销量占比



图表 11：蝴蝶兰-安娜电商平台销量占比



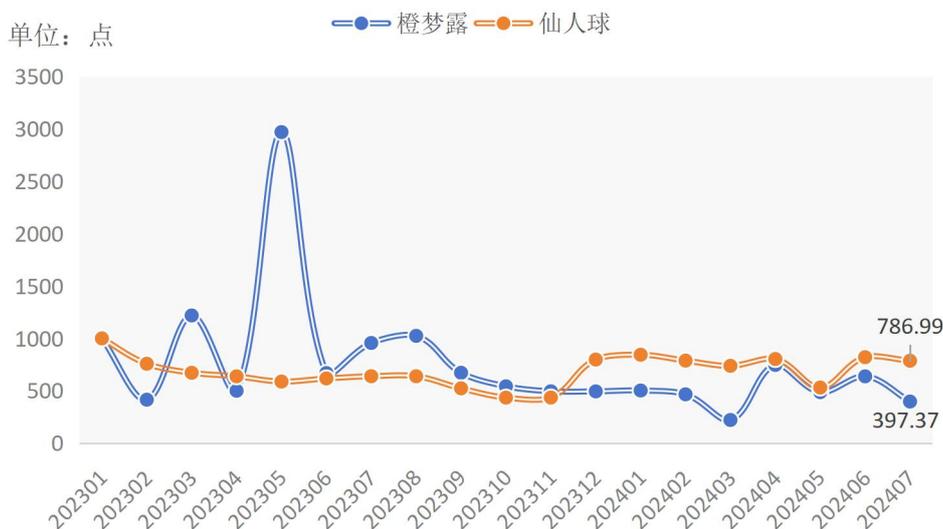
数据来源：新华财经数据库

### （三）多肉电商价格指数：多肉植物因天气原因步入销售淡季，淘系平台仙人球指数看涨

橙梦露产品电商价格指数 7 月末收于 397.37 点，指数较 6 月下跌 37.70%；安娜产品电商价格指数 7 月末收于 786.99 点，较上期下滑 4.07%。

多肉植物因高温运输易腐烂，销售步入淡季，电商平台成交量有不同程度下滑，价格指数小幅下跌。

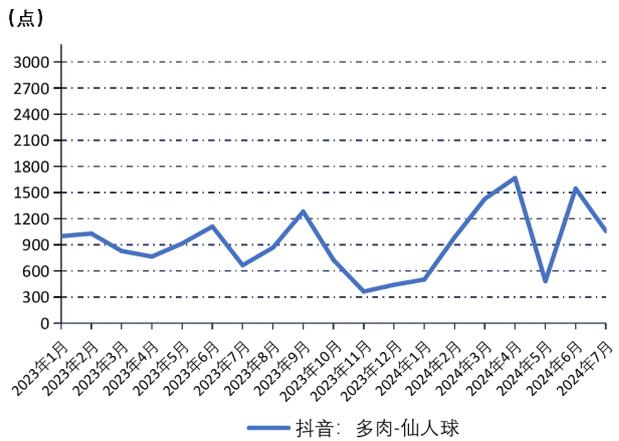
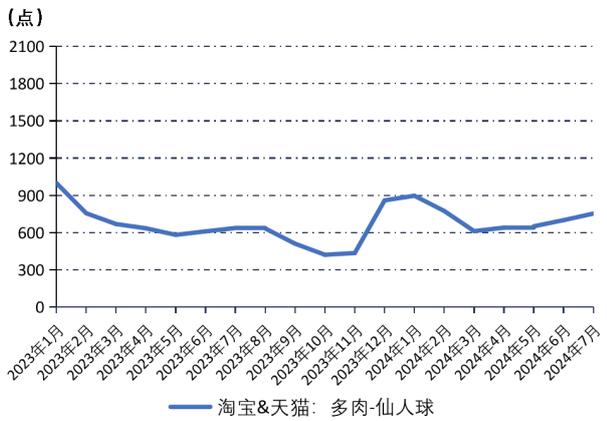
图表 12：多肉重点品种电商价格指数走势图



数据来源：新华财经数据库

截至 7 月 31 日，淘宝&天猫平台橙梦露电商价格指数报 93.24 点，较上期下跌 53.30 点，跌幅为 36.37%；仙人球电商价格指数报 754.37 点，较上期上涨 53.20 点，涨幅为 7.59%。抖音平台橙梦露、仙人球电商价格指数分别报 644.96 点、1058.61 点，较上期分别下跌 856.64 点、488.03 点，跌幅分别为 57.05%、31.55%。

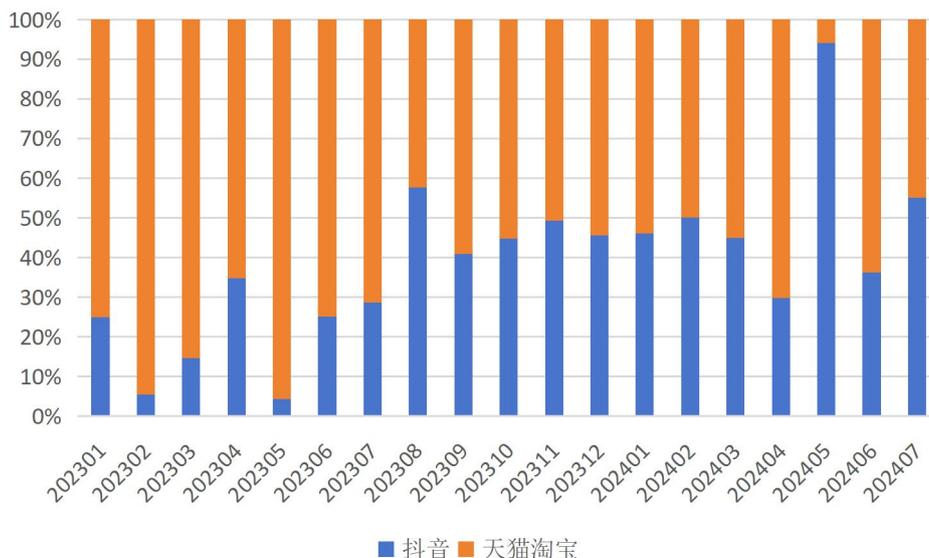
图表 13: 多肉电商价格指数走势



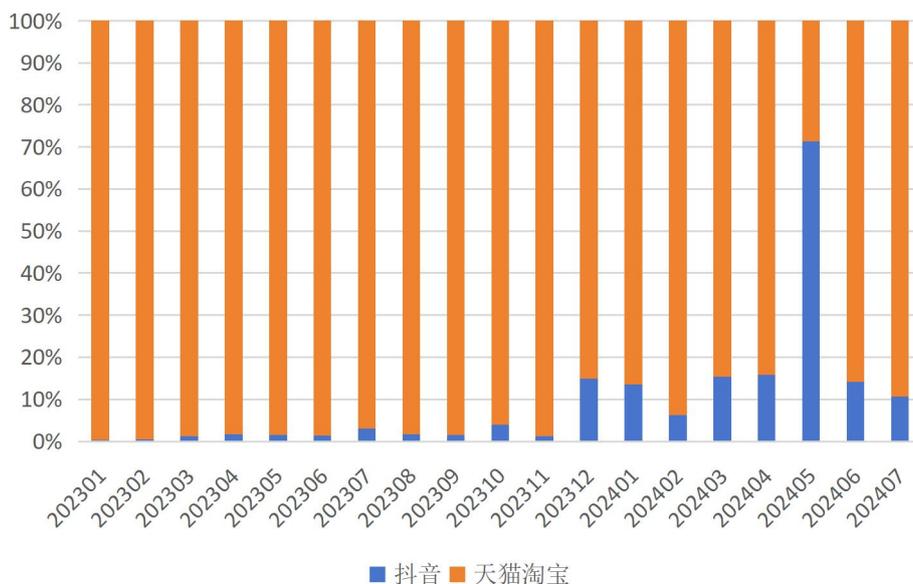
数据来源: 新华财经数据库

从电商平台销售情况看，橙梦露在抖音平台的销量远超仙人球。数据显示，7月，橙梦露在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 44.88%、55.12%；仙人球在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 89.28%、10.72%

图表 14：多肉-橙梦露电商平台销量占比



图表 15：多肉-仙人球电商平台销量占比



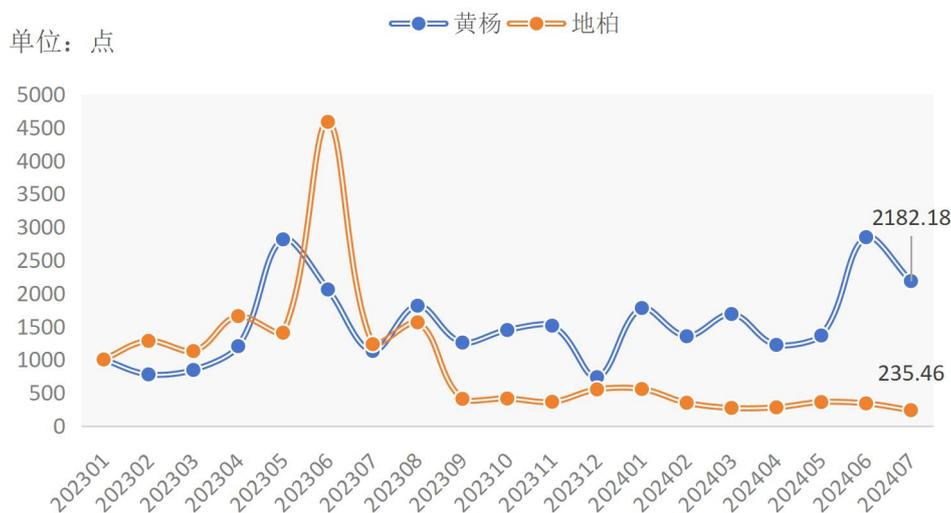
数据来源：新华财经数据库

#### (四) 盆景电商价格指数：观叶盆栽观赏市场销售疲软，黄杨电商价格指数高位下滑

黄杨产品电商价格指数 7 月末收于 2182.18 点，指数较 6 月下跌 23.26%；地柏产品电商价格指数 7 月末收于 235.46 点，较上期下滑 30.22%。

受高温影响，观叶盆栽观赏市场销售疲软。从历史数据来看，5-6 月黄杨市场消费量上扬，到达全年峰值，随着温度升高，行情急剧下滑。地柏本年度市场销售情况整体处于低位，市场呈小幅波动。盆景作为工艺品，其价格昂贵且评判标准因人而异。此外，由于其制作周期长、材料选择高级、艺术衡量标准主观以及市场动态因素都会导致盆景价格产生波动。

图表 16：盆景重点品种电商价格指数走势图

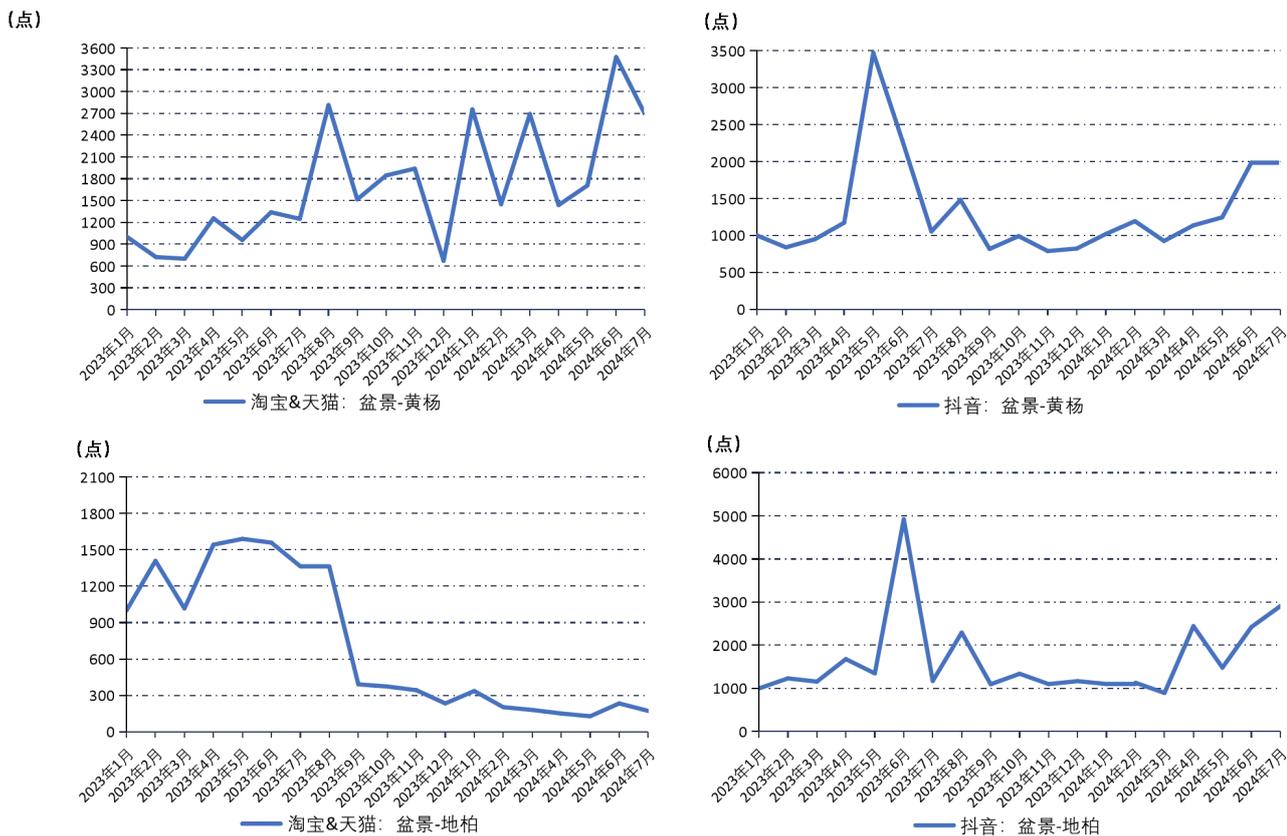


数据来源：新华财经数据库

截至 7 月 31 日，本期淘宝&天猫平台黄杨电商价格指数报 2691.74 点，较上期下跌 784.94 点，跌幅 22.58%；地柏电商价格指数报 173.33 点，较上期下跌 61.65 点，跌幅

26.24%。抖音平台黄杨电商价格指数报 1973.03 点，较上期下跌 11.14 点，跌幅 0.56%；地柏电商价格指数报 2909.43 点，较上期上涨 485.62 点，涨幅 20.04%。

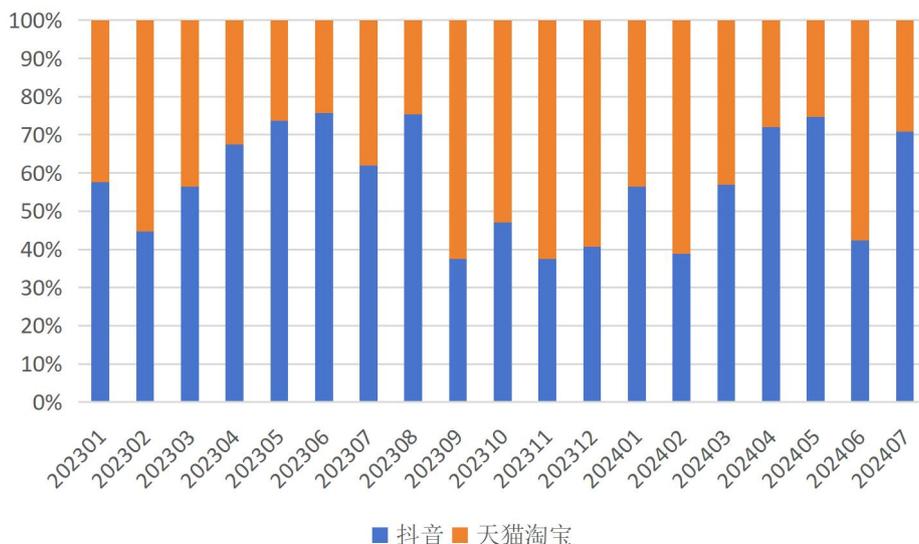
图表 17：盆景电商价格指数趋势图



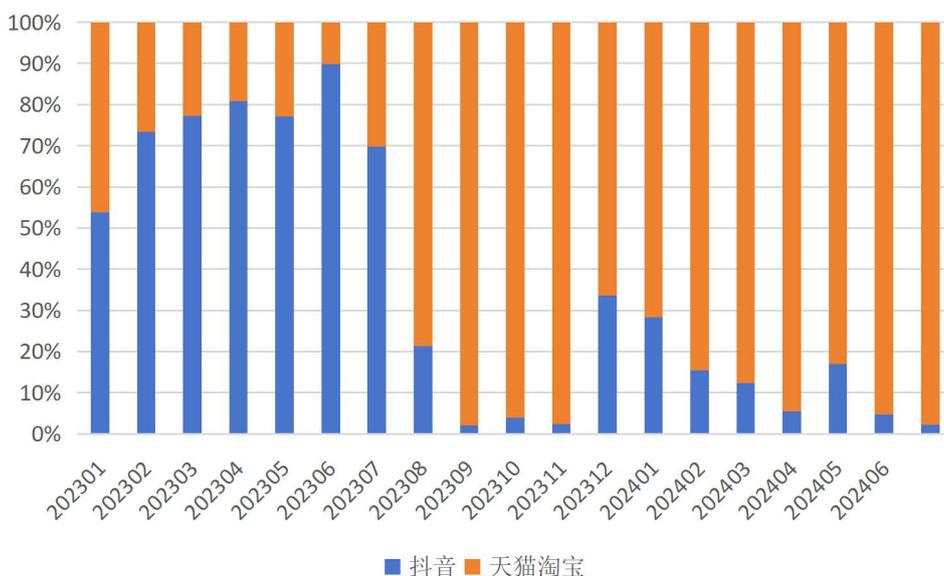
数据来源：新华财经数据库

从电商平台销售情况看，地柏交易量主要集中在天猫淘宝平台。7月，黄杨在天猫淘宝、抖音销量占比分别为29.10%、70.90%；地柏在天猫淘宝、抖音销量占比分别为97.73%、2.27%。

图表 18：盆景-黄杨电商平台销量占比



图表 19：盆景-地柏电商平台销量占比



数据来源：新华财经数据库

### 第三部分 品种销售情况

从2024年1月至7月的网络销售数据来看，月季品种“果汁阳台”、多肉植物“玉露”、盆景品种“竹柏”以及蝴蝶兰品种“宝贝”在电商平台上的销量表现突出，分别在各自品类中位居销量榜首。热门品种电商销量排名不仅反映出消费者对具体品种的偏爱，也显示出品种在市场上的受欢迎程度。

图表 20：2024 年 1 月至 7 月，全国月季热门品种电商销量 TOP10



数据来源：新华财经数据库

图表 21：2024 年 1 月至 7 月，全国多肉热门品种电商销量 TOP10



数据来源：新华财经数据库

图表 22：2024 年 1 月至 7 月，全国盆景热门品种电商销量 TOP10



数据来源：新华财经数据库

图表 23：2024 年 1 月至 7 月，全国蝴蝶兰热门品种电商销量 TOP10



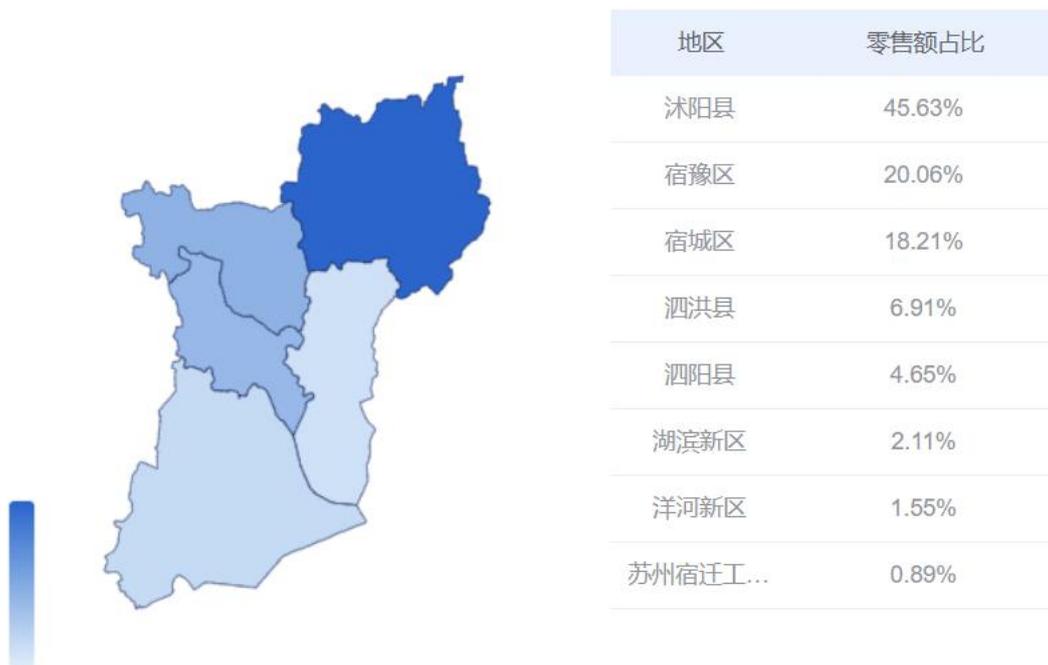
数据来源：新华财经数据库

## 第四部分 沭阳花木电商大数据

近三年来，沭阳县不断深化“互联网+”农产品出村进城工程建设，加大力度发展农村电商，引导更多农民“上网”致富，拓宽富民增收路径。

全网电商交易数据显示，2024年7月，宿迁市网络零售区域交易规模前三名分别为沭阳县、宿豫区、宿城区。其中，7月沭阳县全网电商零售额为164918万元，占全市总量的45.63%，交易规模排名第一。

图表 24：2024 年 7 月宿迁市网络零售区域交易规模



数据来源：新华财经数据库

整体来看，沭阳县网络零售市场交易规模自2024年1月以来呈现先涨后跌再逐步回暖的“M”型震荡走势。结合沭阳县电商产业发展优势与花木销售季节性特点。交易表现为春节前后零售额、零售量两攀升；初夏花木市场产品流通加快，交易规模提升显著；盛夏由于气候炎热，市场整体疲

软，流通速度放缓。

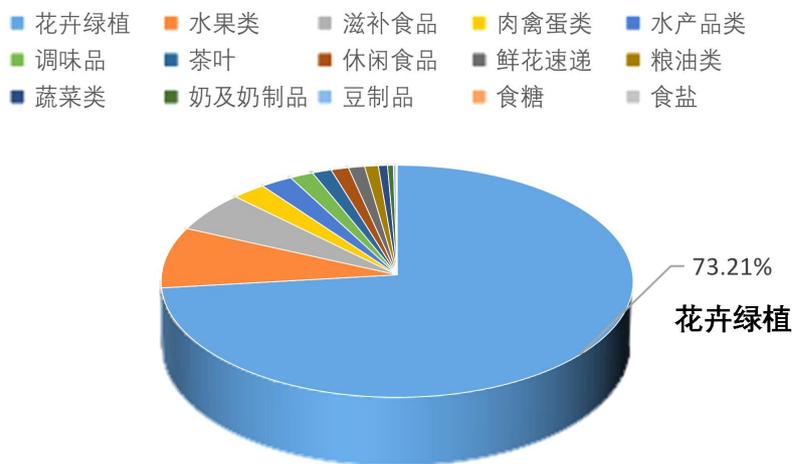
图表 25：沭阳县网络零售市场交易规模



数据来源：新华财经数据库

沭阳县持续推进花木产业“六个转型”，加快建设华东花木大世界、数字农业农村基地等农业重大项目，发展“花木+电商”组合模式，带动沭阳县优势特色产业发展。从县域农产品网络零售交易规模数据来看，沭阳县花卉绿植占全县农产品网络零售交易规模的 73.21%，占据主导地位。

图表 26：2024 年 7 月沭阳县农产品网络零售行业交易规模



## 第五部分 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、农业农村部两部委先后出台《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。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。后续，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。