



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8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：“仪式感”催消费，月季重点品种电商价格8月显著上涨 7

 (二) 蝴蝶兰电商价格指数：蝴蝶兰开花株已实现全年供应，淘系平台大辣椒交易量占比提升，价格指数显著上涨 ... 10

 (三) 多肉电商价格指数：多肉植物8月销售表现平淡，随着天气转凉，预计秋季将迎来销售热潮 13

 (四) 盆景电商价格指数：黄杨电商价格指数高位下滑，桌面观赏的小微地柏盆景市场走货较好 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

8月，花木市场淡季进入尾声，购销氛围逐渐恢复，市场需求增加，部分品种电商价格指数回升。新华·沭阳花木电商价格指数报告（2024年8月）显示，2024年8月，月季、蝴蝶兰、多肉三大品类电商价格指数均环比上涨，盆景品类电商价格指数环比下跌，16只花木品种电商价格指数环比“7涨9跌”。

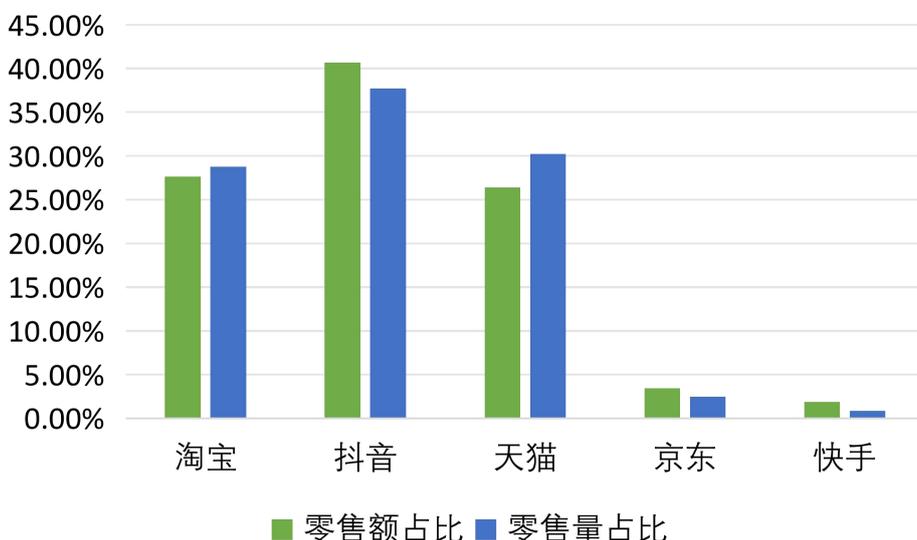
七夕节催热月季与蝴蝶兰市场，下游消费需求增加，电商平台价格指数均呈上涨趋势。果汁阳台和粉色龙沙宝石为代表的月季品种，蝴蝶兰“红花系”大辣椒品种在电商平台的价格指数呈不同幅度上涨。

从2024年1月至8月的网络销售数据来看，月季品种“果汁阳台”、多肉品种“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。多肉品种“山地玫瑰”、蝴蝶兰品种“卡利”首次进入销售榜单。

第一部分 电商平台交易概览

2024年8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36375.49万元，同比（2023年8月，下同）下跌4671.07万元，跌幅11.38%；环比（2024年7月，下同）下跌20333.43万元，跌幅35.86%。零售量为1743.95万件，同比下跌344.20万件，跌幅16.48%；环比下跌1213.54万件，跌幅41.03%。

图表 1：2024 年 8 月全国电商平台花卉绿植板块销售占比



图表 2：2024 年 8 月全国电商平台花卉绿植板块销售情况

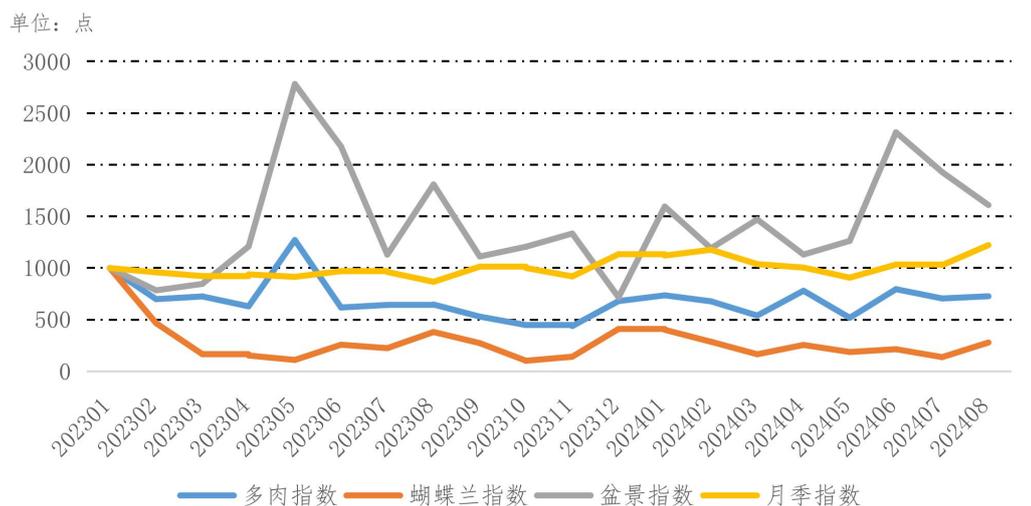
渠道	零售额 (万元)	零售额占比	零售额环比	零售额同比	零售量 (万件)	零售量占比	零售量环比	零售量同比
淘宝	10055.55	27.64%	9.56%	-27.23%	501.55	28.76%	6.71%	-30.74%
抖音	14793.56	40.67%	-57.97%	-21.60%	657.81	37.72%	-65.28%	-18.66%
天猫	9599.65	26.39%	-7.99%	72.35%	527.19	30.23%	1.89%	25.29%
京东	1245.08	3.42%	-7.73%	-14.21%	42.71	2.45%	-9.37%	-24.39%
快手	681.65	1.87%	23.97%	-49.04%	14.69	0.84%	-48.15%	-81.15%

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8月)显示,2024年8月,月季、蝴蝶兰、多肉三大品类电商价格指数均环比上涨,盆景品类电商价格指数环比下跌,16只花木品种电商价格指数环比“7涨9跌”。

8月,花木市场淡季进入尾声,购销氛围逐渐恢复,市场需求增加,部分品种电商价格指数回升。

图表3:“新华·沭阳花木电商价格指数”首期四大品类指数



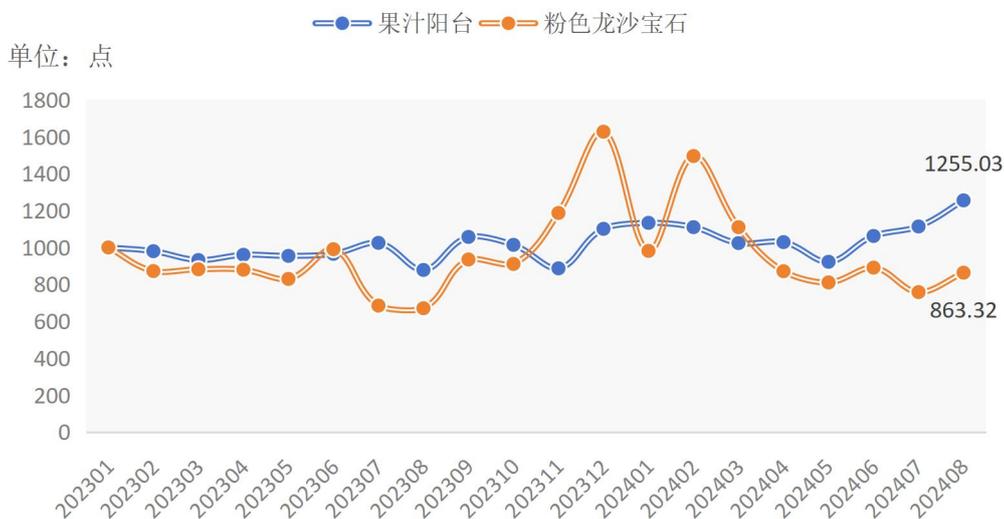
数据来源:新华财经数据库

（一）月季电商价格指数：“仪式感”催消费，月季重点品种电商价格 8 月显著上涨

果汁阳台产品电商价格指数 8 月末收于 1255.03 点，指数较 7 月上涨 12.69%；粉色龙沙宝石产品电商价格指数 8 月末收于 865.32 点，较上期上涨 13.85%。

市场分析显示，月季价格的显著上涨主要由两大因素驱动：首先是冬季期间月季供应的减少，其次是节日期间需求的激增。在七夕节“仪式感”的推动下，8 月份以果汁阳台和粉色龙沙宝石为代表的月季品种在电商平台上的价格出现了显著上涨。

图表 4：月季重点品种电商价格指数走势图

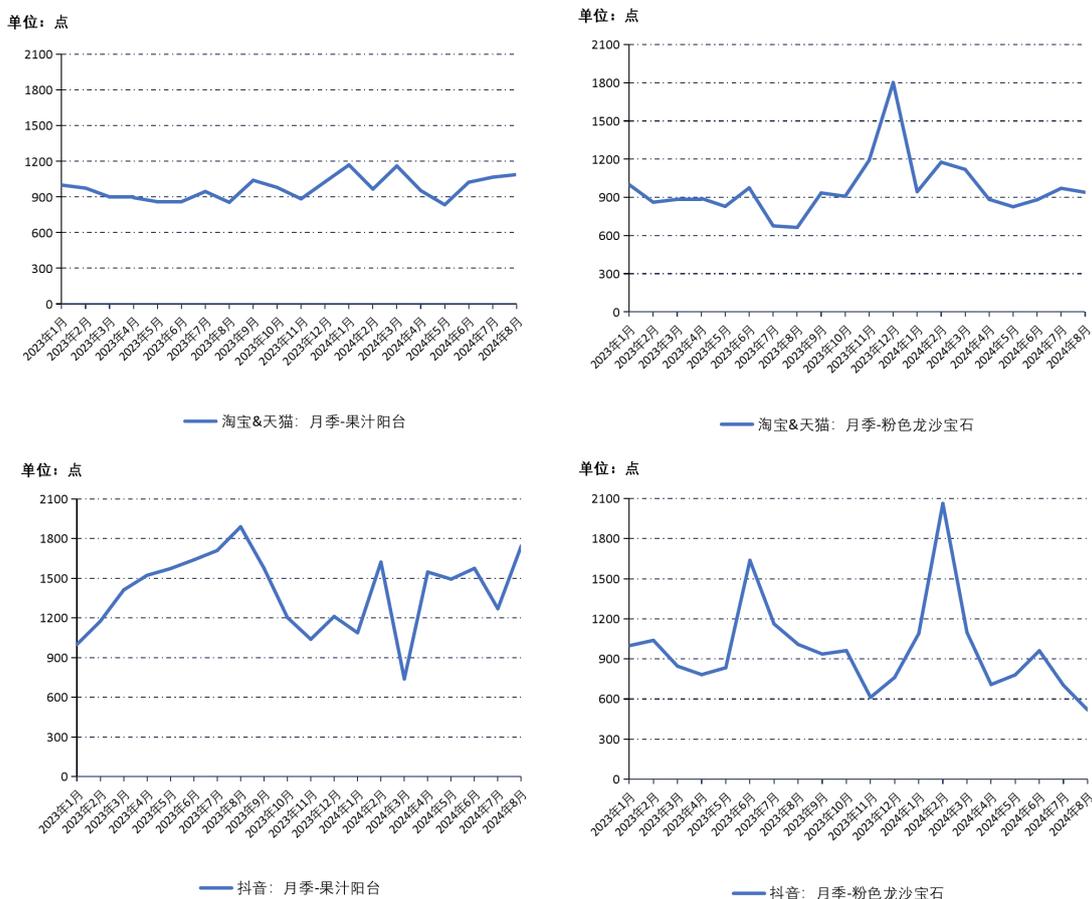


数据来源：新华财经数据库

截至 8 月 31 日，淘宝&天猫平台果汁阳台电商价格指数报 1088.37 点，较上期（2024 年 7 月，下同）上涨 22.13 点，涨幅 2.08%；粉色龙沙宝石电商价格指数报 939.72 点，较上期下跌 31.57 点，跌幅 3.25%。抖音平台果汁阳台电商价格

指数报 1744.81 点，较上期上涨 474.41 点，涨幅 37.34%；
 粉色龙沙宝石电商价格指数报 519.50 点，较上期下跌 184.07
 点，跌幅 26.16%。

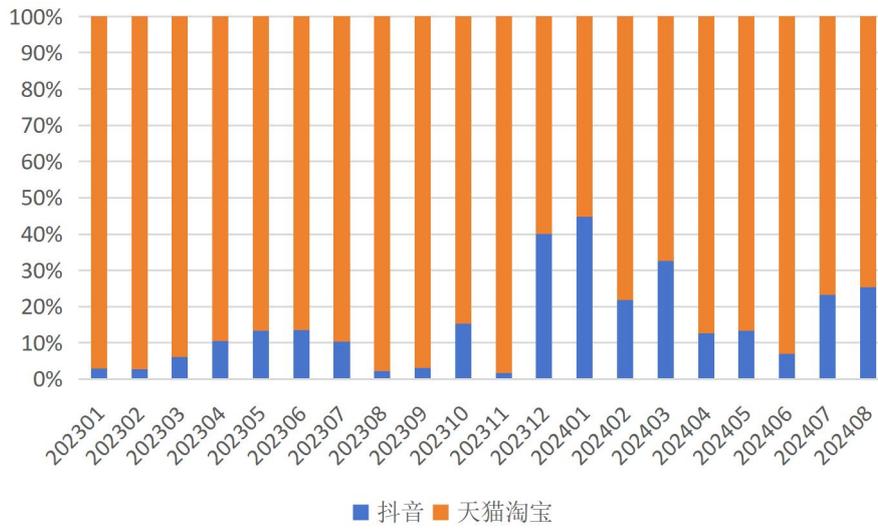
图表 5：月季电商价格指数走势



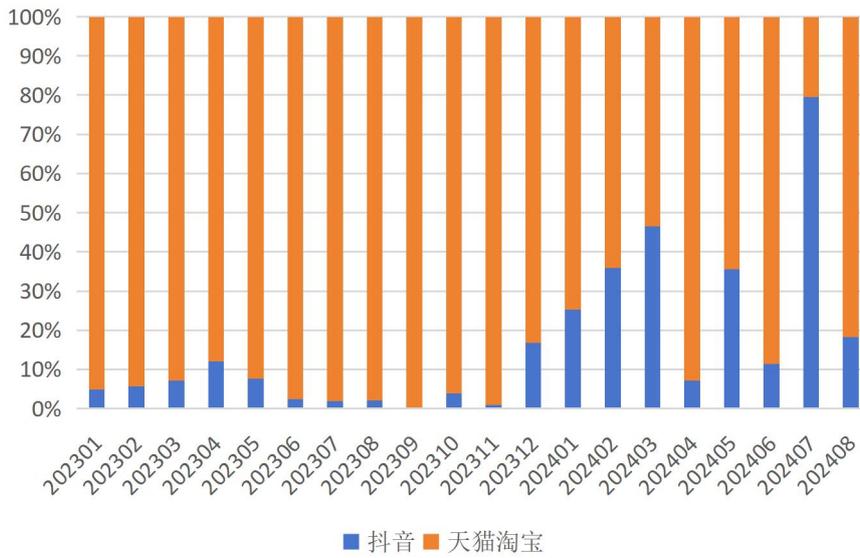
数据来源：新华财经数据库

从电商平台销售情况看，月季的主要销售渠道仍然是淘系平台。值得注意的是，8月粉色龙沙宝石在淘系平台交易量较上月提升显著。数据显示，果汁阳台在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 74.61%、23.39%；粉色龙沙宝石在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 81.82%、18.18%。

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



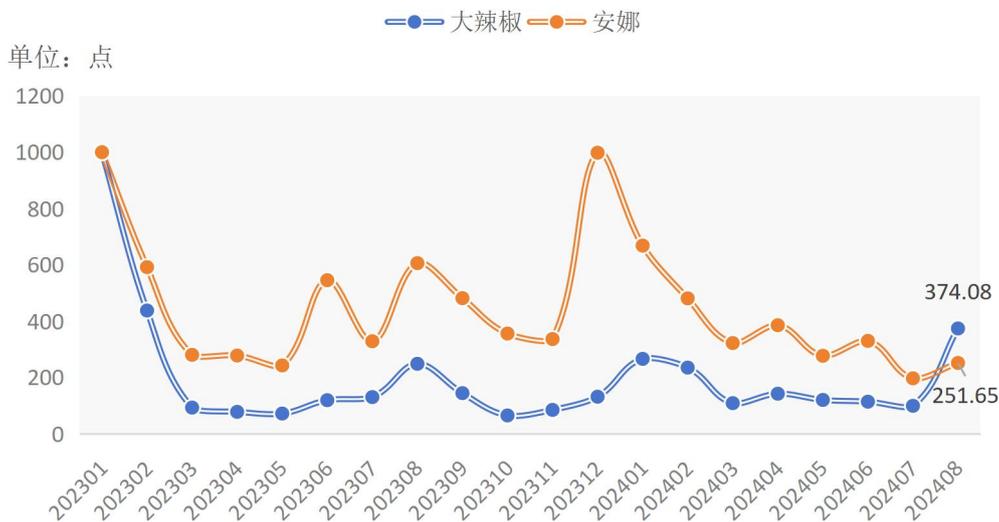
数据来源：新华财经数据库

（二）蝴蝶兰电商价格指数：蝴蝶兰开花株已实现全年供应，淘系平台大辣椒交易量占比提升，价格指数显著上涨

大辣椒产品电商价格指数 8 月末收于 374.08 点，指数较 7 月上涨 276.28%；安娜产品电商价格指数 8 月末收于 251.64 点，较上期上涨 27.69%。

近年来，蝴蝶兰行业表现出产量持续增加、新渠道拓展顺畅、品种更新速度快的特点。随着种植技术逐步成熟，蝴蝶兰的开花株已经可以做到全年供应。七夕、教师节、中秋、国庆等重要节日都将成为蝴蝶兰消费新增长点，数据显示，8 月大辣椒品种价格上扬显著。

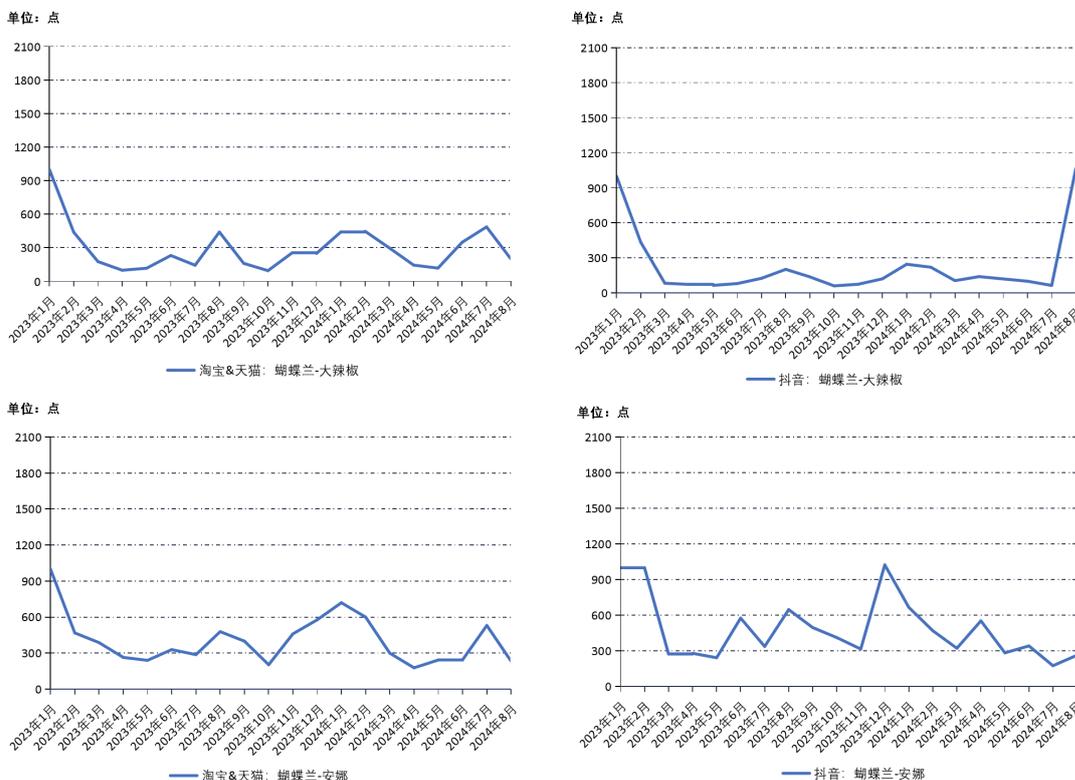
图表 8：蝴蝶兰重点品种电商价格指数走势图



截至 8 月 31 日，本期淘宝&天猫平台大辣椒电商价格指数报 200.58 点，较上期下跌 285.67 点，跌幅 58.75%；安娜电商价格指数报 234.10 点，较上期下跌 296.71 点，跌幅 55.90%。抖音平台大辣椒、安娜电商价格指数分别报 1064.80

点、264.22 点，较上期分别上涨 999.30 点、88.04 点，涨幅分别为 1525.76%、49.97%。

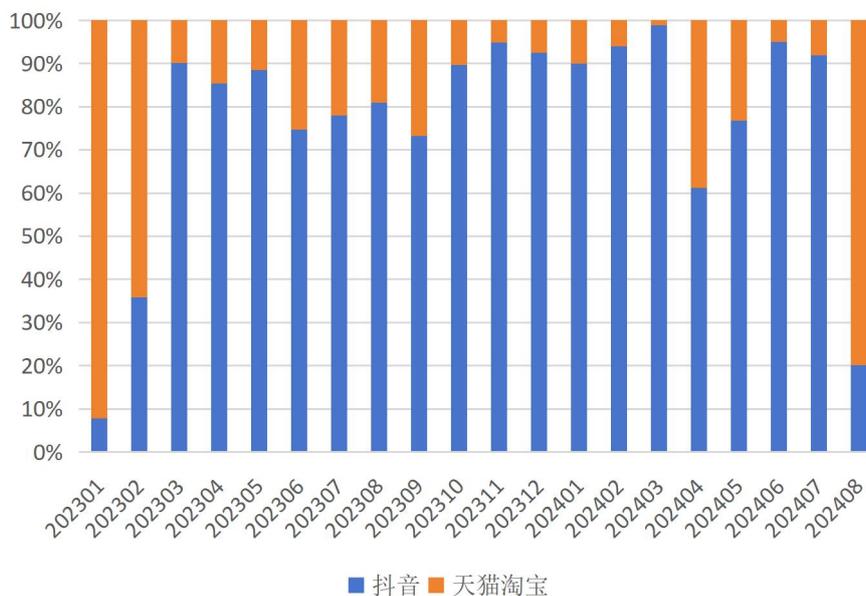
图表 9：蝴蝶兰电商价格指数趋势图



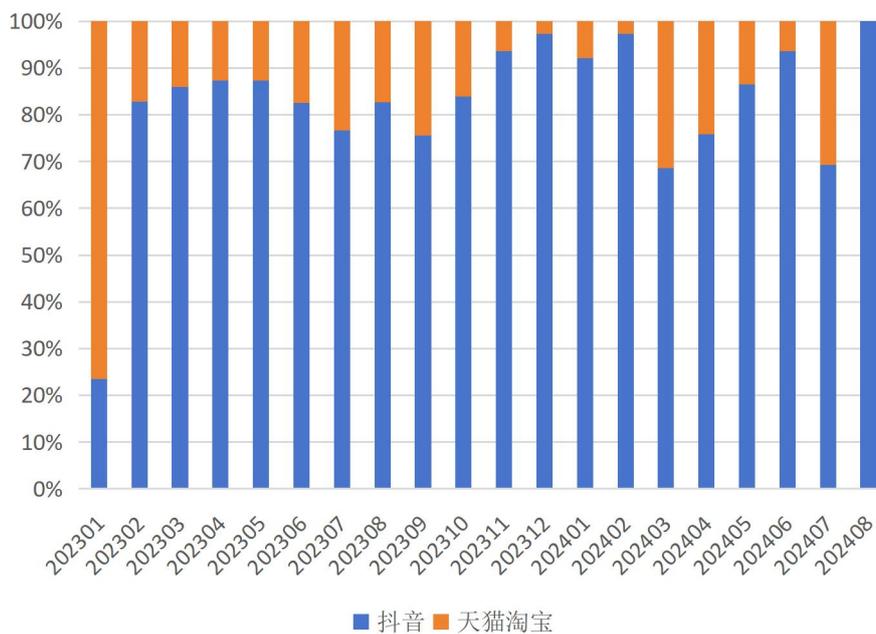
数据来源：新华财经数据库

受平台优惠机制等因素影响，蝴蝶兰重点品种电商价格在淘系平台整体呈下行趋势，而在抖音平台则表现为上涨。从成交量情况看，8月大辣椒淘系平台交易量上扬。大辣椒在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 79.92%、20.08%；安娜在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 41.74%、58.26%。

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



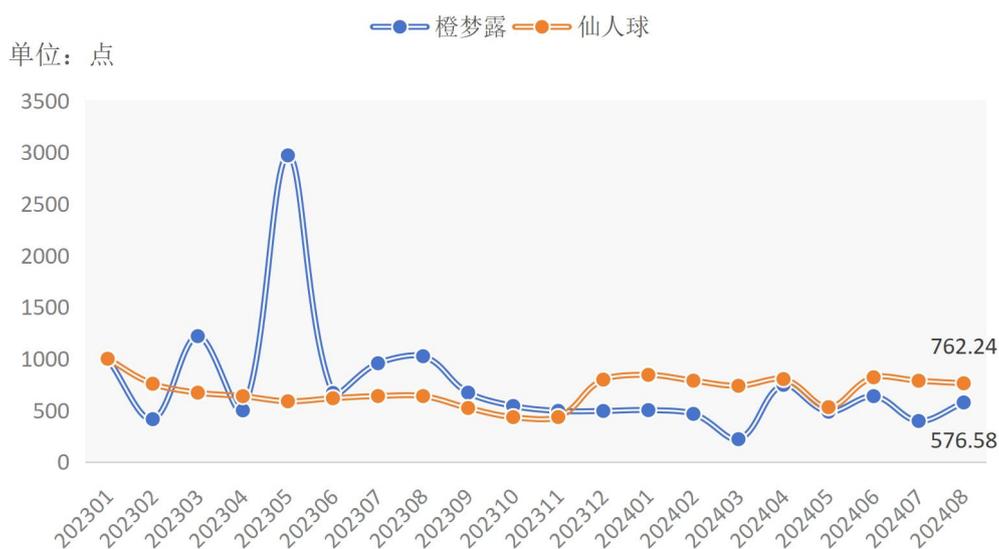
数据来源：新华财经数据库

(三) 多肉电商价格指数：多肉植物 8 月销售表现平淡，随着天气转凉，预计秋季将迎来销售热潮

橙梦露产品电商价格指数 8 月末收于 576.58 点，指数较 7 月上涨 45.10%；仙人球产品电商价格指数 8 月末收于 762.24 点，较上期下滑 3.14%。

受炎热天气影响，8 月多肉植物市场交易平淡，以仙人球为代表的品种价格相对平稳。随着天气转凉，未来短期，多肉植物将迎来销售高峰。

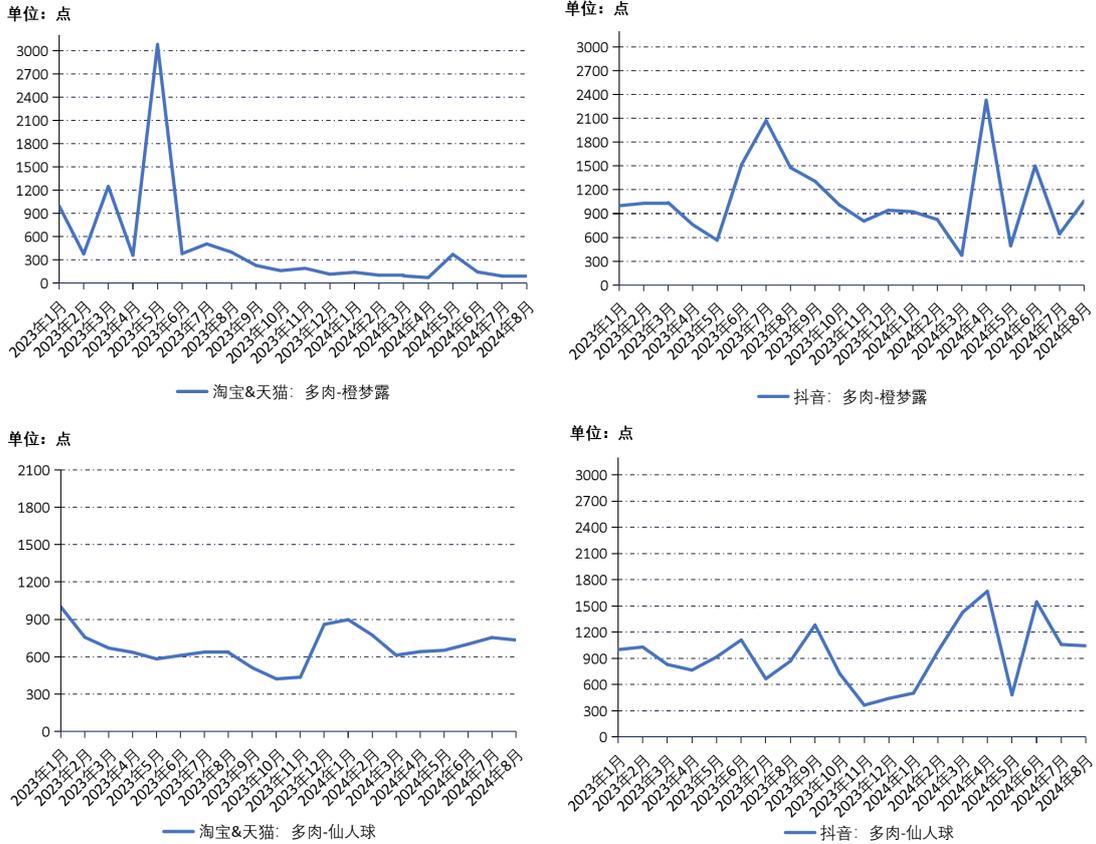
图表 12：多肉重点品种电商价格指数走势图



数据来源：新华财经数据库

截至 8 月 31 日，淘宝&天猫平台橙梦露电商价格指数报 104.36 点，较上期上涨 11.11 点，涨幅 11.92%；仙人球电商价格指数报 734.42 点，较上期下跌 19.94 点，跌幅 2.64%。抖音平台橙梦露电商价格指数报 1060.22 点，较上期上涨 415.26 点，涨幅 64.39%；仙人球电商价格指数报 1043.62 点，较上期下跌 14.99 点，跌幅 1.42%。

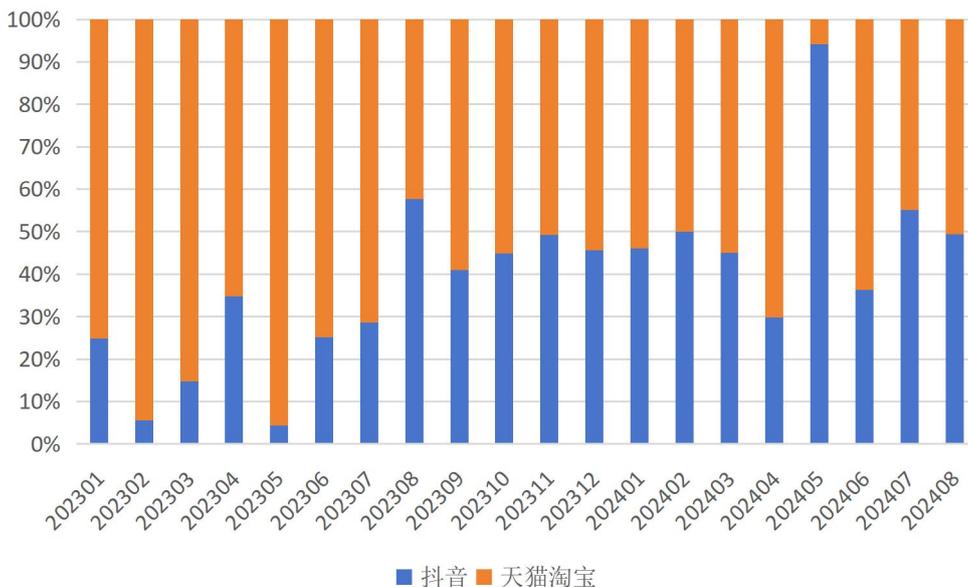
图表 13: 多肉电商价格指数走势



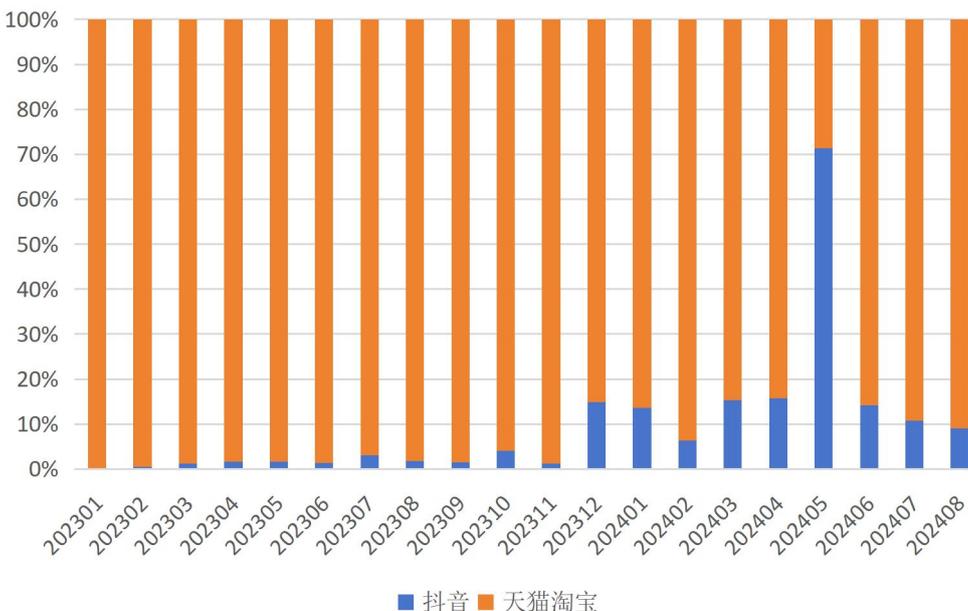
数据来源: 新华财经数据库

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，8月，橙梦露在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 50.60%、49.40%；仙人球在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 91.00%、9.00%

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

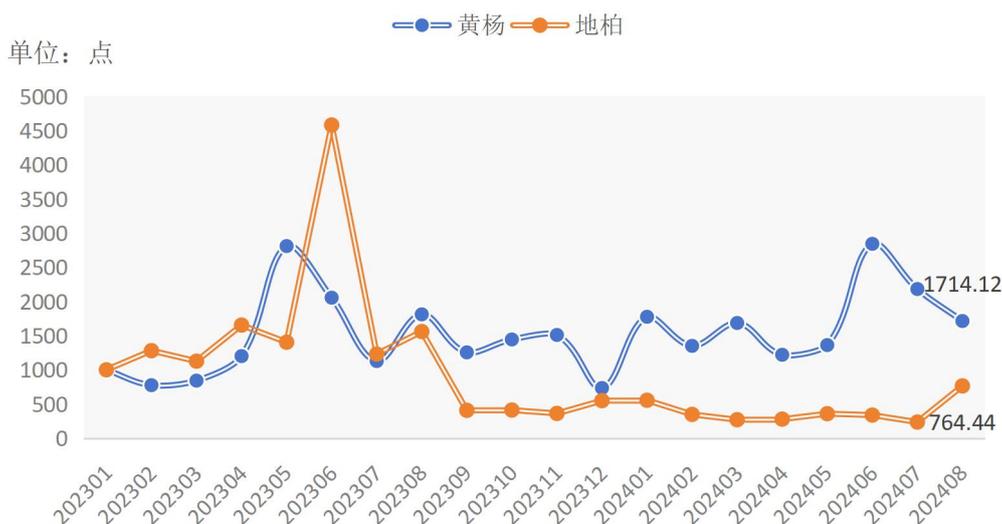
（四）盆景电商价格指数：黄杨电商价格指数高位下滑，桌面观赏的小微地柏盆景市场走货较好

黄杨产品电商价格指数 8 月末收于 1714.12 点，指数较 7 月下跌 21.45%；地柏产品电商价格指数 8 月末收于 764.44 点，较上期上涨 224.66%。

市面上销售的黄杨盆景主要以小叶黄杨为主，除此之外，关注热度较高的还有瓜子黄杨、雀舌黄杨、匙叶黄杨等。市面上天然枝黄杨价格在年份、树干形态，以及是否抱石等因素的影响下，价格差异较大。从淘系平台来看，黄杨盆景呈现震荡上行趋势，而从抖音平台来看，黄杨价格有所回落。

市场造型小微地柏盆景走货较好，电商平台走货较好的主要是桌面盆栽地柏，如“一物一拍”的珍珠地柏，销售均价在 25 元/件左右。

图表 16：盆景重点品种电商价格指数走势图

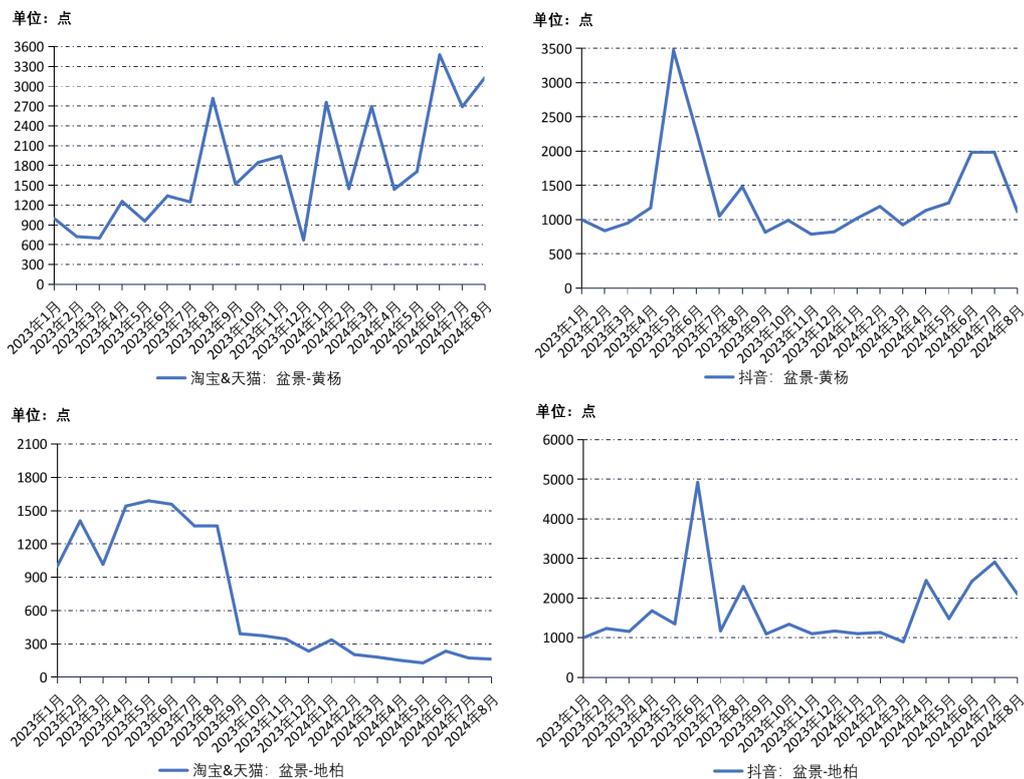


数据来源：新华财经数据库

截至 8 月 31 日，本期淘宝&天猫平台黄杨电商价格指数

报 3134.98 点，较上期上涨 443.25 点，涨幅 16.47%；地柏电商价格指数报 163.41 点，较上期下跌 9.93 点，跌幅 5.73%。抖音平台黄杨电商价格指数报 1113.70 点，较上期下跌 859.34 点，跌幅 43.55%；地柏电商价格指数报 2098.81 点，较上期下跌 810.62 点，跌幅 27.86%。

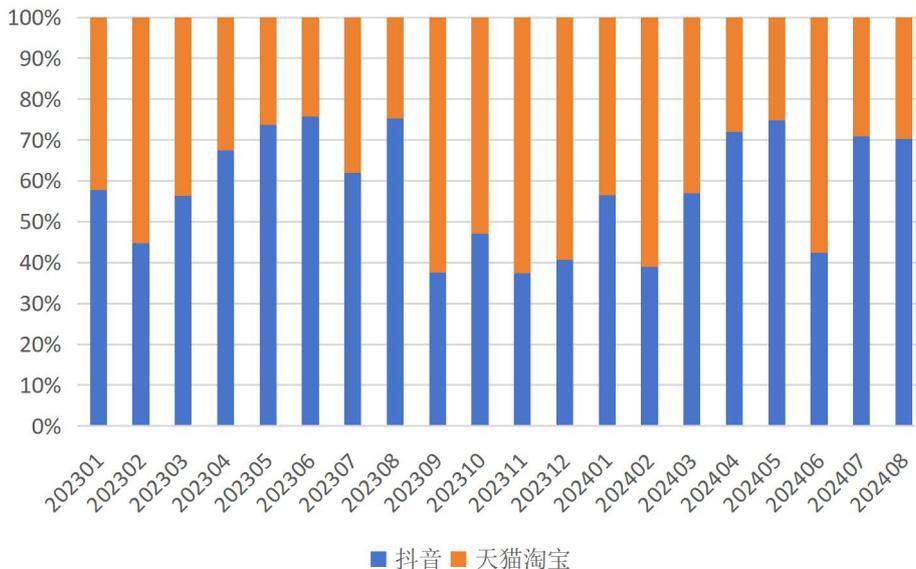
图表 17：盆景电商价格指数趋势图



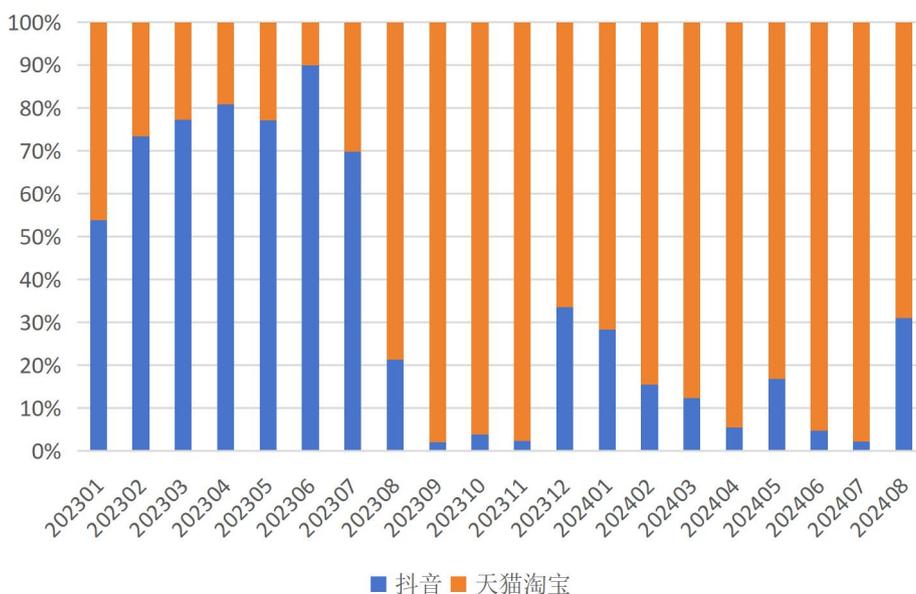
数据来源：新华财经数据库

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。8月，黄杨在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 29.70%、70.30%；地柏在天猫淘宝、抖音销量占比分别为 68.95%、31.05%。

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

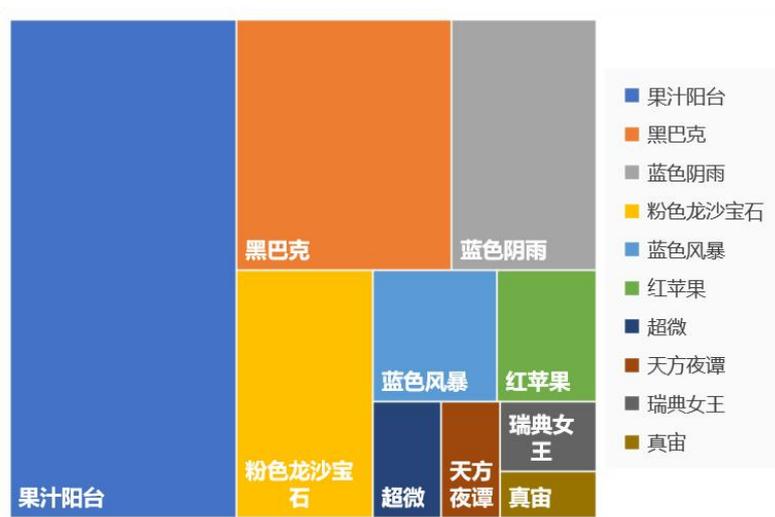


数据来源：新华财经数据库

第三部分 品种销售情况

从2024年1月至8月的网络销售数据来看，月季品种“果汁阳台”、多肉品种“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。多肉品种“山地玫瑰”、蝴蝶兰品种“卡利”首次进入销售榜单。

图表 20：2024 年 1 月至 8 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 8 月，全国多肉热门品种电商销量 TOP10



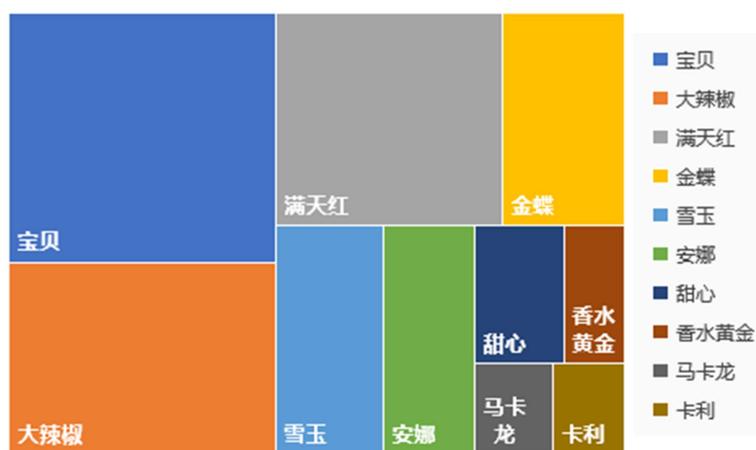
数据来源：新华财经数据库

图表 22：2024 年 1 月至 8 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 8 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8月，宿迁市网络零售区域交易规模前三名分别为沭阳县、宿城区、宿豫区。其中，8月沭阳县全网电商零售额为156095万元，占全市总量的34.06%，交易规模排名第一。

图表 24：2024年8月宿迁市网络零售区域交易规模

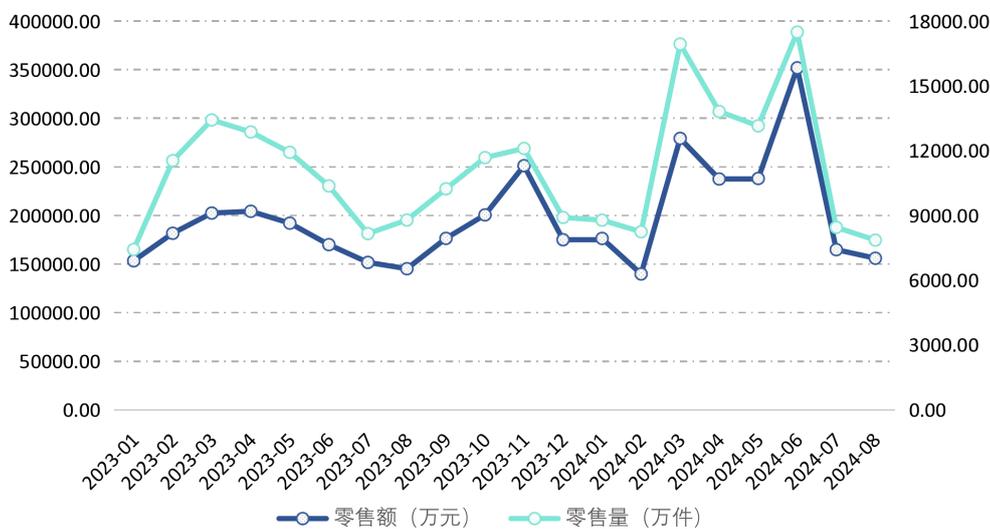


数据来源：新华财经数据库

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

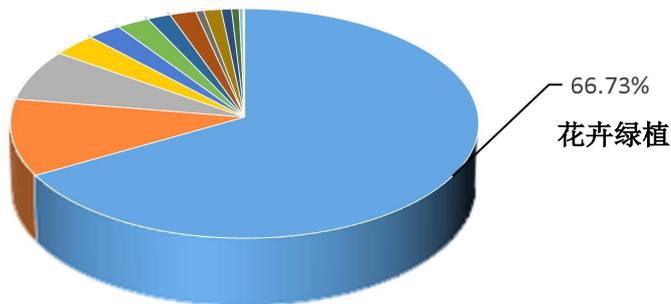


数据来源：新华财经数据库

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 66.73%，占据主导地位。

图表 26：2024 年 8 月沭阳县农产品网络零售行业交易规模

- 花卉绿植
- 水果类
- 滋补食品
- 肉禽蛋类
- 水产品类
- 调味品
- 茶叶
- 休闲食品
- 鲜花速递
- 粮油类
- 蔬菜类
- 奶及奶制品
- 豆制品
- 食糖
- 食盐



数据来源：新华财经数据库

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，2023年花木电商销售额突破300亿元。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只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。