



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3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：受量价因素综合作用，月季重点品种电商价格指数表现不一	5
二、蝴蝶兰电商价格指数：蝴蝶兰电商价格下调，低价策略有效刺激销量增长	7
三、多肉电商价格指数：多肉植物迎来旺销期，爆款品种低价走量	9
四、盆景电商价格指数：春季盆景行情小幅上扬，电商价格指数整体弱稳运行	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

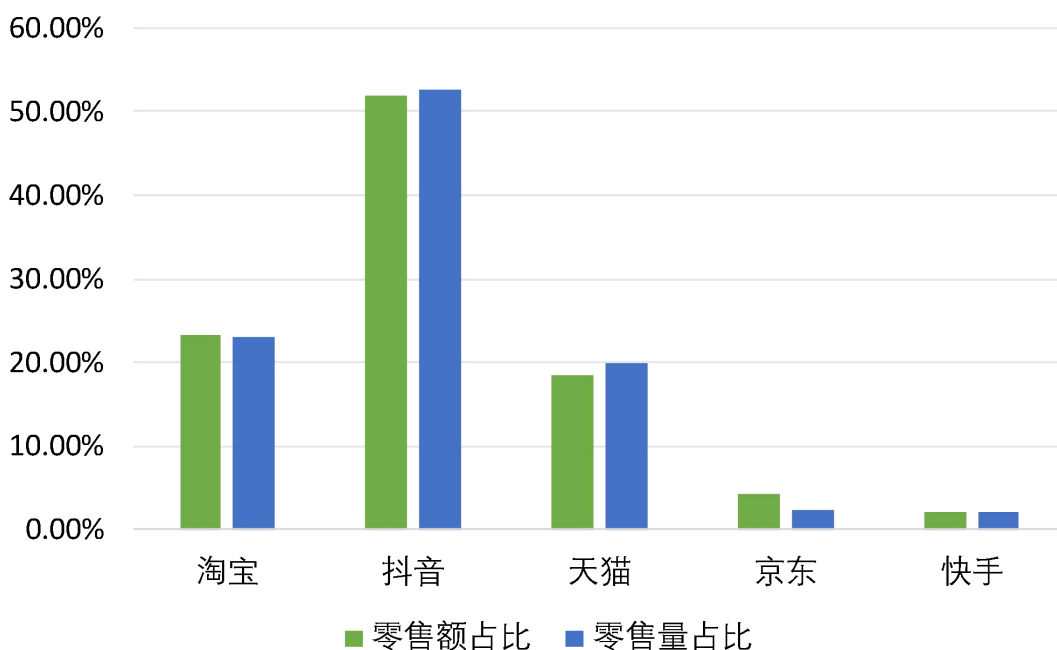
赵 楠 北京师范大学统计学院副院长

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3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82346.75万元，同比（2023年3月，下同）下跌13106.67万元，跌幅13.73%；环比（2024年2月，下同）上涨39373.53万元，涨幅91.62%。零售量为5922.12万件，同比上涨56.35万件，涨幅0.96%；环比上涨3373.99万件，涨幅7.85%。

图表 1：2024 年 3 月全国电商平台花卉绿植板块销售占比



图表 2：2024 年 3 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	19149.46万	23.25%	80.97%	-44.71%	1367.74万	23.10%	64.83%
抖音	42737.67万	51.90%	98.69%	3.84%	3119.94万	52.68%	188.87%
天猫	15139.74万	18.39%	93.70%	14.97%	1173.30万	19.81%	118.32%
京东	3515.73万	4.27%	80.55%	3.93%	137.20万	2.32%	132.37%
快手	1804.15万	2.19%	61.20%	-41.99%	123.94万	2.09%	196.08%

第二部分 品种指数运行结果

一、月季电商价格指数：受量价因素综合作用，月季重点品种电商价格指数表现不一

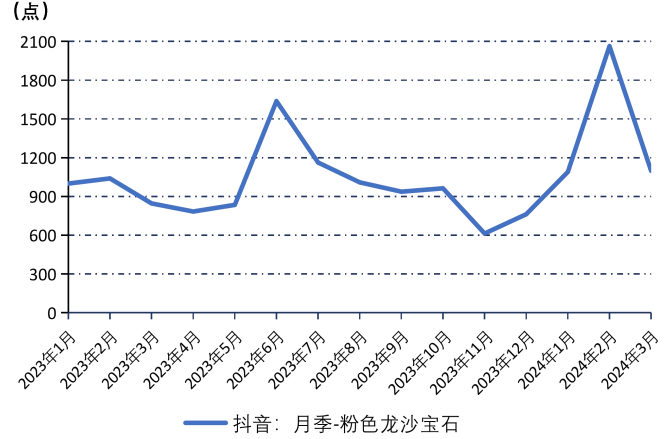
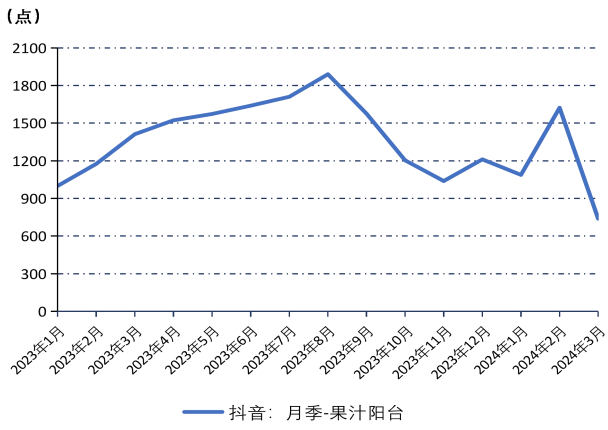
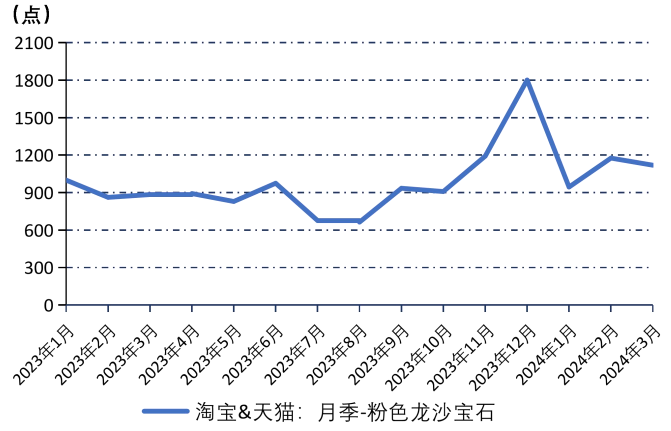
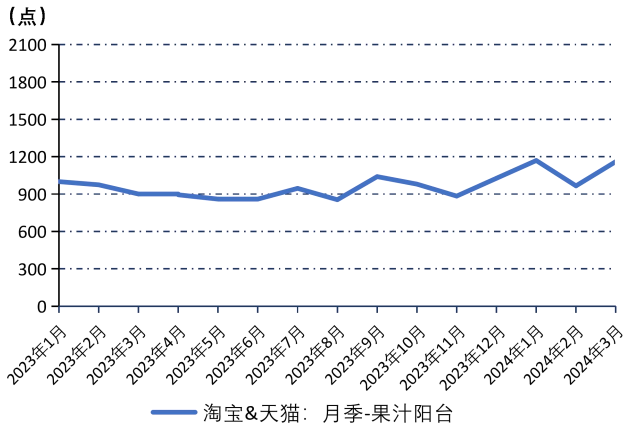
春季，月季电商市场表现强劲，消费者对月季花卉需求上涨带动零售量上涨；从价格上来看，3月抖音、淘宝以及天猫三大平台月季价格普遍下调。量价因素综合作用下，月季电商价格指数表现不一。

截至3月31日，淘宝&天猫平台果汁阳台电商价格指数报1160.85点，较上期（2024年2月，下同）上涨194.71点，涨幅20.15%；粉色龙沙宝石电商价格指数报1119.51点，较上期下跌56.84点，跌幅4.83%。抖音平台果汁阳台、粉色龙沙宝石电商价格指数分别报738.95点、1098.70点，较上期分别下跌883.97点、965.31点，跌幅分别为54.47%、46.77%。

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
2023-10	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%
2024-03	1160.85	20.15%	1119.51	-4.83%	738.95	-54.47%	1098.70	-46.77%

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：蝴蝶兰电商价格下调，低价策略有效刺激销量增长

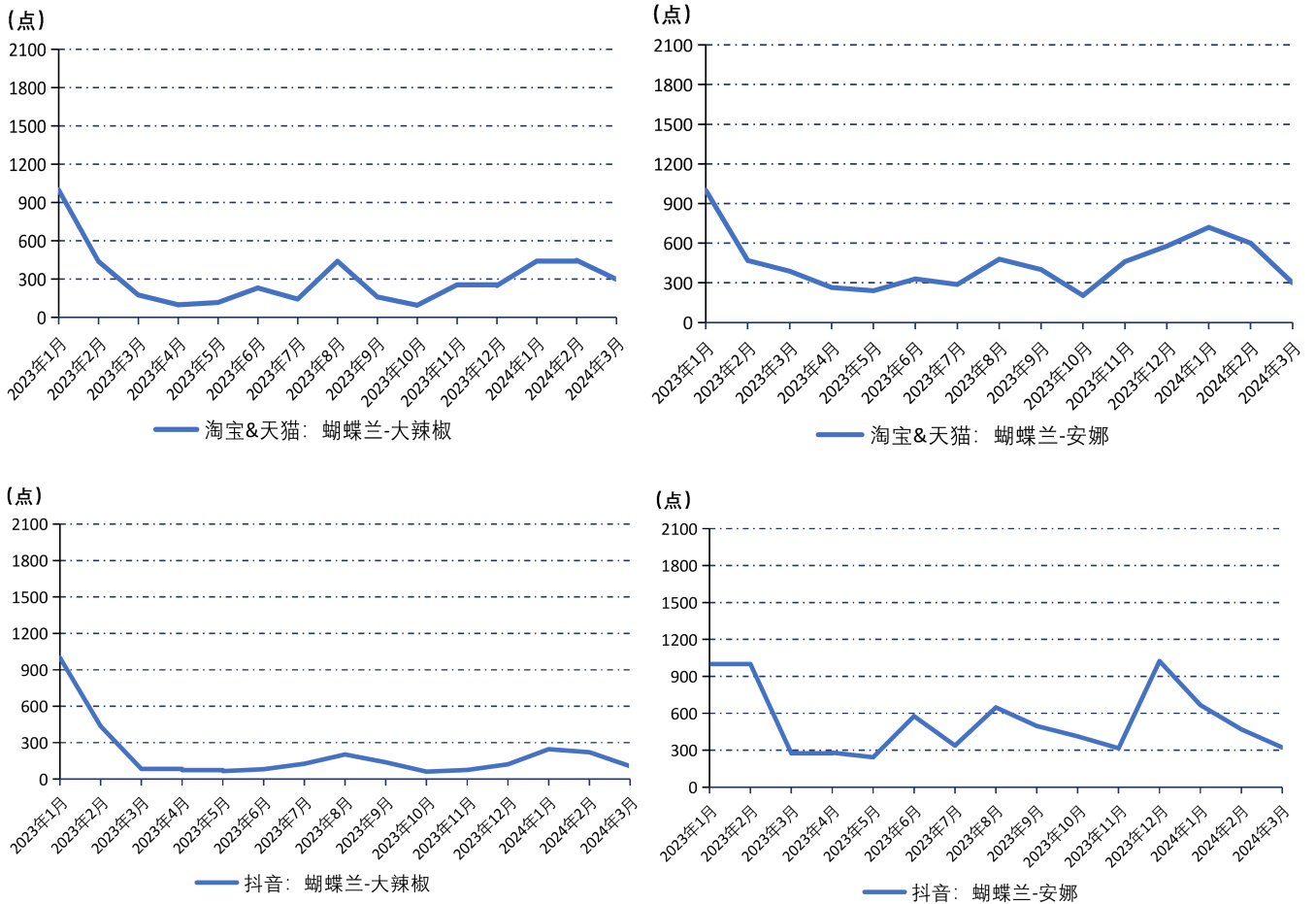
春节过后，蝴蝶兰进入传统销售淡季，但相较于往年，今年蝴蝶兰电商市场销售依旧火爆，电商平台卖家多数采取下调商品定价的方式带动销量，3月重点品种“大辣椒”“安娜”电商交易价格下跌明显，导致指数回落。

截至3月31日，本期淘宝&天猫平台大辣椒、安娜电商指数分别报298.08点、299.82点，较上期分别下跌149.35点、300.65点，跌幅分别为33.38%、50.07%。抖音平台大辣椒、安娜电商价格指数分别报106.60点、322.89点，较上期分别下跌114.87点、147.20点，跌幅分别为51.86%、31.31%。

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
2023-10	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%
2024-03	298.08	-33.38%	299.82	-50.07%	106.60	-51.86%	322.89	-31.31%

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：多肉植物迎来旺销期，爆款品种低价走量

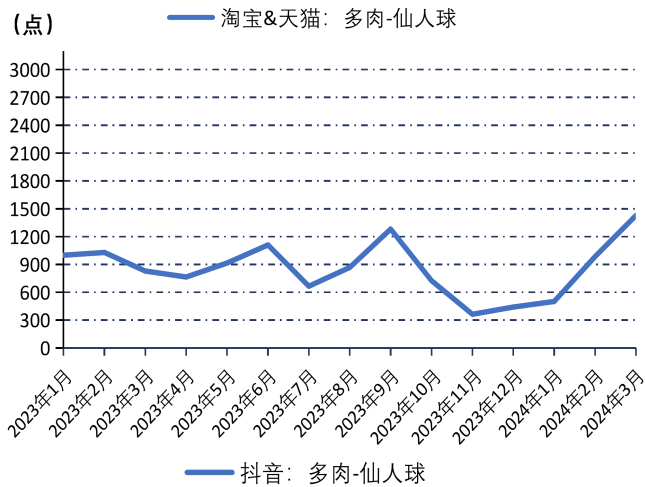
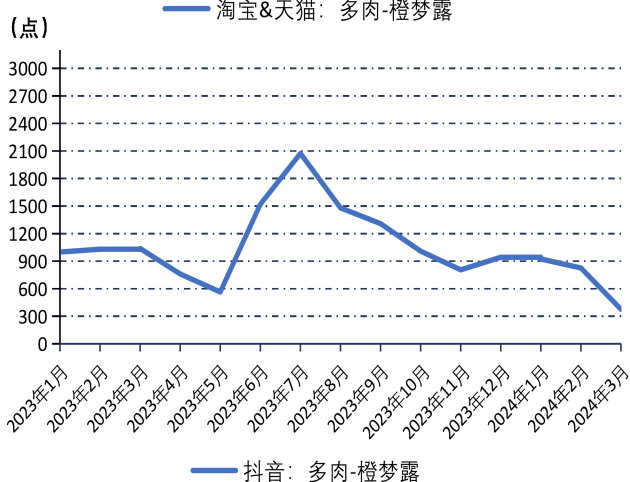
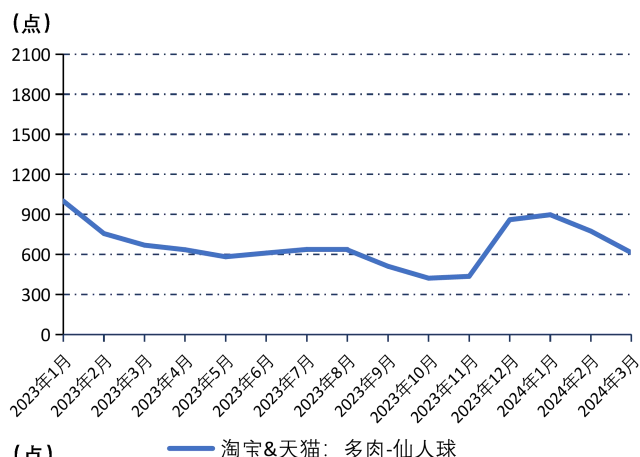
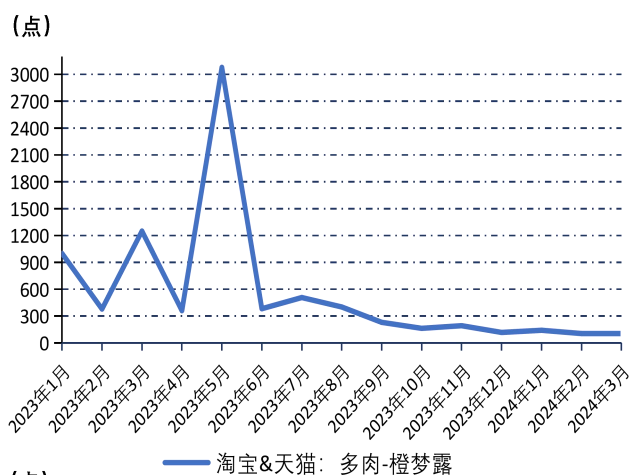
春季多肉植物热销，基地多肉植物迎来旺销期，市场供不应求。电商平台主销优质优价多肉产品，橙梦露、仙人球等热门品种电商销售呈低价走量态势，价格指数偏弱运行。未来短期，预计多肉市场热度延续，价格指数平稳运行。

截至3月31日，淘宝&天猫平台橙梦露、仙人球电商价格指数分别报95.24点、612.79点，较上期分别下跌9.55点、20.90点，跌幅分别为9.55%、20.90%。抖音平台橙梦露电商价格指数报375.07点，较上期下跌450.89点，跌幅54.59%；仙人球电商价格指数报1428.00点，较上期上涨442.71点，涨幅44.93%。

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
2023-10	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%
2024-03	95.24	-9.55%	612.79	-20.90%	375.07	-54.59%	1428.00	44.93%

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：春季盆景行情小幅上扬，电商价格指数整体弱稳运行

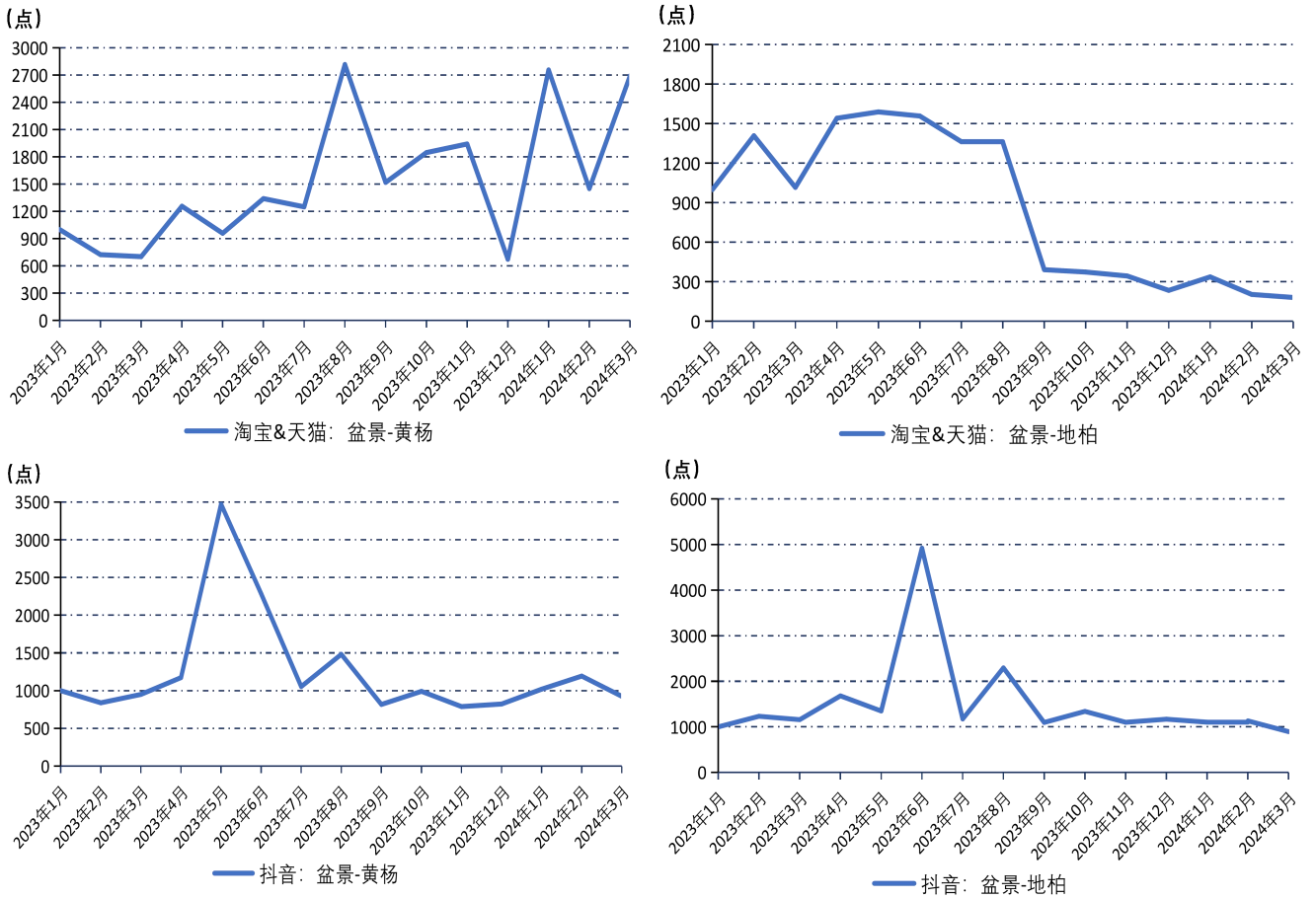
3月盆景电商市场体量有所增加，春季行情小幅上扬，小型盆栽走量较大，淘宝、天猫平台黄杨量价齐升带动盆景电商价格指数回升。整体来看，树桩盆景延续往期价格趋势，淘宝、天猫及抖音平台重点盆景品种的价格指数整体弱稳运行。

截至3月31日，本期淘宝&天猫平台黄杨电商价格指数报2692.76点，较上期上涨1242.42点，涨幅85.66%；地柏电商价格指数报181.19点，较上期下跌22.92点，跌幅11.23%。抖音平台黄杨、地柏电商价格指数分别报925.22点、895.51点，较上期分别下跌268.19点、236.83点，跌幅分别为22.47%、20.91%。

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
2023-10	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%
2024-03	2692.76	85.66%	181.19	-11.23%	925.22	-22.47%	895.51	-20.91%

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。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。