

产业聚焦

□ 本报记者 黄俊毅

花卉产业红红火火

时下春回大地,百花盛开,我国花卉产业运行现状如何?记者采访了业界有关人士。

销售渠道多元

受疫情影响,过去一年是很多行业的寒冬期,但花卉零售仍然取得了不错业绩。

“2022年我国花卉零售市场总规模达1986.8亿元。在疫情影响下,实体店零售仍然达到900亿元的总销售额,全国各地头部花店业绩稳步上行。花卉电商零售一路攀升,2022年全国鲜花电商市场规模达1086.8亿元,占市场总规模的54.6%。”中国花卉协会零售分会秘书长林巧玲说。

数据显示,2022年全国线下花店平均客单价为180元,较2021年小幅增加。在深圳、广州、上海等地约有56.2%的花店平均客单价可达200元至300元。疫情期间,花卉零售行业努力调整转型,从传统的手递手交易到鲜花电商平台兴起,新零售+线上线下融合销售模式日益普遍。疫情令很多消费者形成线上购物的习惯,消费者通过美团外卖、抖音团购、抖音直播等线上渠道购买花卉的趋势日益明显。2022年,深圳市跳舞兰科技公司服务的400多家实体店中,线上交易额比2021年同期增长65%。直播带货、社区团购、鲜花电商等平台为花卉零售带来超高流量,极大地刺激了花卉销售。每逢节日,这些平台的鲜花消费都呈爆发状态。一些城市的头部卖家在一个节日可以达到1万以上的单量。

花卉零售红火,也得益于我国经济的快速增长。有专业机构对欧美花卉消费分析后发现:人均GDP达到8000美元时,花卉消费进入快速增长期;人均GDP达到20000美元时,花卉消费开始进入饱和期(人均年消费60美元左右)。2017年我国人均GDP为8800美元,2020年超过10000美元,居民收入的稳步增长强劲支撑了我国花卉消费需求。林巧玲表示,通过调查发现女性是我国主要鲜花消费群体,占比约61.4%。消费人群主要是中高收入者,超过六成的鲜花消费者月收入在5001元至15000元。二线及以上城市是主要消费城市,消费人群年龄大致在27岁至39岁。个人月收入在5000元至15000元的每年鲜花消费3次至4次,15000元以上的每年鲜花消费在10次以上。花卉消费直接带动了花卉种植。国家林业和草原局发布的数据显示,截至2021年年底,我国花卉种植面积达159万余公顷。

“疫情后生活恢复正常,花卉零售业将面临新的发展机会。市场需求的放大将带动产能的放大,2023年花卉产业将走向产销两旺。‘互联网+花卉’等销售方式将继续演进。鲜花电商的市场规模在2023年有望达到1279.1亿元。”林巧玲预判道。

出口异常红火

海关总署数据显示,2022年我国花卉进出口贸易额达7.20亿美元,较2021年增长

2.9%。其中,出口4.86亿美元,比2021年增长4.5%。而2021年,我国花卉进出口贸易总额首次突破7亿美元大关,较2020年增长12.66%,其中出口额4.65亿美元,比2020年增长20.24%。

“从2018年起,我国花卉进出口总额、出口额、进出口差额一直保持持续增长态势。这说明我国花卉产品质量和产品规格类型越来越受到国际市场的认可。”中国花卉协会信息部主任董燕说。

2022年,我国花卉出口目的地国家(地区)有114个,东南亚是近几年增长较快的市场。特别是对越南的出口增长最多,以3754.33万美元位居第一位。出口的花卉主要集中在盆花(景)和庭院植物、鲜切花、鲜切枝(叶)、种苗4个类别。这4个类别占2022年总出口额的92.19%。自2018年以来,盆花(景)和庭院植物一直占据我国花卉出口额第一名的位置,5年间出口增幅达71.19%。而干切花出口增幅增长最快,6年间增幅达740.94%,是目前最具出口潜力的类别。

最可喜的是种苗出口。出口种苗品种繁多,海关统计分为无根插穗、有根苗、种用兰花、种用玫瑰和其他(濒危)种用苗木5个品类。2022年我国种苗出口5631.90万美元,占出口总额的11.60%。2017年至2021年,我国种苗出口一直处于稳定增长态势。

与花卉出口持续稳步增长相反的是,我国花卉进口额却有所下降。2022年,我国花卉进口2.34亿美元,而2021年进口额达2.36亿美元。

在进口类别中,种球、鲜切花、盆花(景)和庭院植物占89.36%。其中,盆花(景)和庭院植物进口额连续3年呈下滑态势,2022年进口额达2285.85万美元,下降38.78%,进口额占比从2018年的25.6%下降到9.77%;干切花降幅达29.65%;鲜切花进口额同比减少834.39万美元,百合略有增长,其他品类均下降;鲜切枝(叶)进口额1038.14万美元,同比下降22.40%;鲜切枝(叶)进口额自2017年以来出现首次下降;种苗进口额也持续5年呈现下降态势。

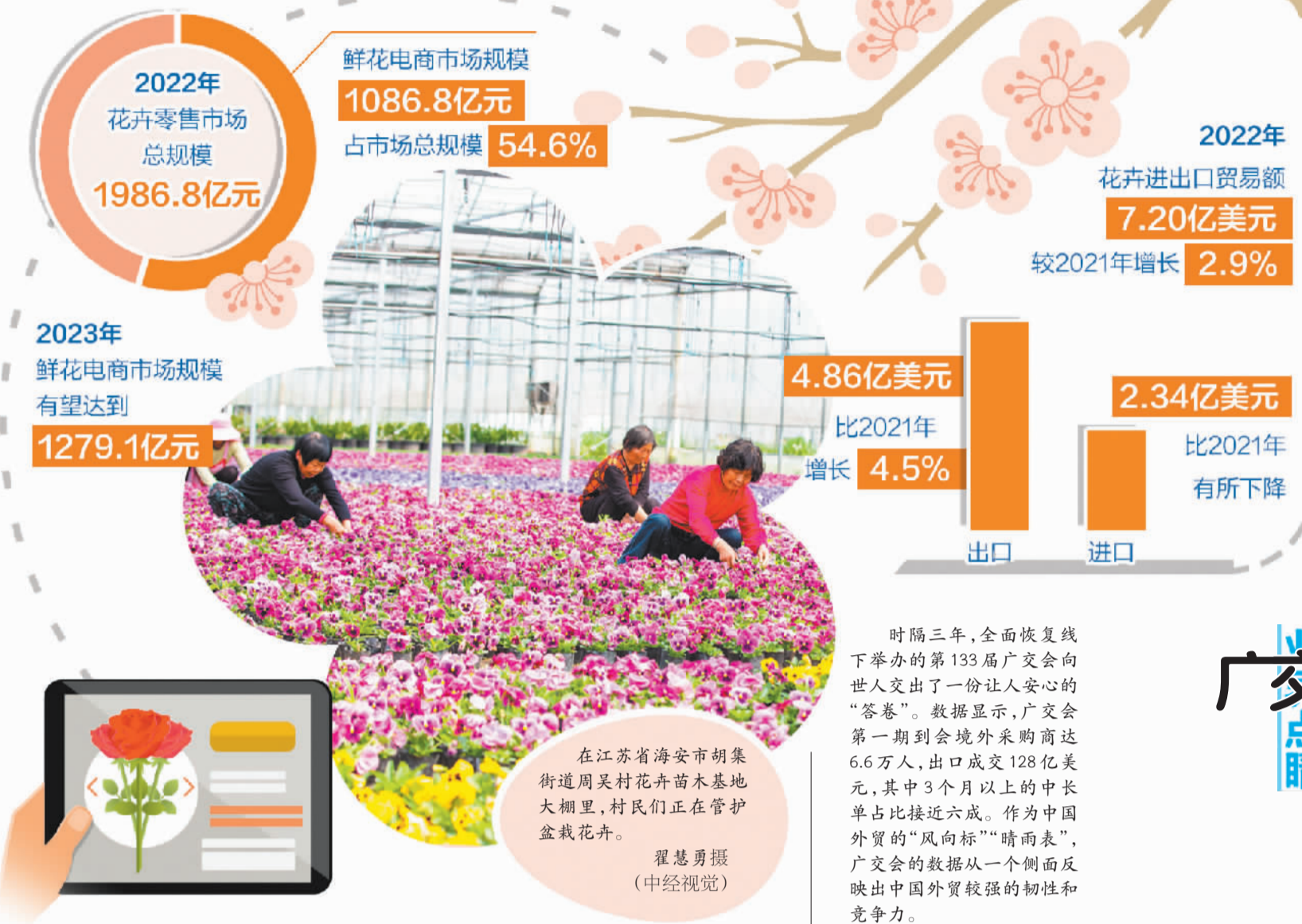
2022年,我国分别从38个国家(地区)进口鲜切花,仅荷兰一国进口额保持增长。来自厄瓜多尔的进口额已连续4年下降,5年降幅达78.6%。

“进口下滑,究其原因,一方面是2022年疫情反复,另一方面是国产花的替代性在增强。”董燕说。

加快转型升级

客观地讲,我国花卉产业面临的困难与挑战仍比较多。

“经过改革开放40多年的发展,我国现已成为世界上最大的花卉生产国、重要的花卉贸易国和花卉消费国。同时,我们也要清醒地看到,花卉业在林草产业中的占比仍较小。目前,全国林草产业总产值已突破



8万亿元,而花卉业的销售总额刚刚超过2000亿元,不及林草产业总产值的2.5%。花卉业与经济林、木材加工、森林旅游、林下经济等产值过万亿元的优势林草产业相比,在规模及发展水平方面都有很大的提升空间。”国家林业和草原局生态保护修复司司长张炜说。可以预见,花卉苗木结构性过剩和低水平重复建设项目将被淘汰出局,一些小规模生产企业和经营能力相对较弱的公司将面临新的生存压力。

“中国花卉零售渠道正在逐步完善,尚存许多问题,如花卉零售体系不健全、花卉零售区域发展不平衡、花卉零售管理落后、花卉零售营销方式单一等。”林巧玲建议,线上花店针对供应链和物流冷链的痛点,巩固质检品控,不断完善售后服务保障;线下花店结合园艺美学生活引入新的产品感官,可尝试“花园+花宴”“花店+服装业”。

去年11月16日,国家林业和草原局、农业农村部联合印发《关于推进花卉业高质量发展的指导意见》,提出到2025年,花卉种业创新体系基本建立,自主知识产权花卉品种市场占有率稳步提升,花卉产业布局结构更加优化,花卉科技创新能力大幅提升,花文化支撑作用明显增强,人民群众花卉消费意愿

显著提高,花卉多种功能有效拓展,一二三产业协调发展,花卉业高质量发展格局基本形成,力争年销售额达到3000亿元。到2035年,花卉种业创新体系健全完善,主要商品花卉品种国产化水平大幅提升,产业布局结构更趋科学合理,质量效益显著提高,花文化日益繁荣,花卉消费持续增长,花卉出口稳步扩大,完备的花卉产业体系基本建成,力争年销售额超过7000亿元。

在严峻的挑战面前,花卉产业唯有加快转型升级。

中国花卉协会秘书长张引潮认为,花卉行业应求新求变,加强航天育种,促进种业创新,转变营销方式,积极推进花卉产业现代化发展,特别是要通过互联网利用5G技术、人工智能、数字花卉,强化云展示,拓展科技创新高地和花卉消费领域,让更多更好的花卉产品,能够更加方便快捷地进入寻常百姓的生活,振兴乡村产业,发力城市绿化美化建设。

此外,还需加快推进现代花卉产业体系建设,通过运用系统思维和科学方法,努力化解花卉产业链供应链结构性矛盾,畅通花卉生产、流通、消费各环节,促进花卉产业链供应链上下游有效衔接和高效运转。

深挖大豆良种增产潜力

本报记者 崔浩

显著。现有品种基本可以保障当前扩种需求。”国家农作物品种审定委员会办公室主任、全国农业技术推广服务中心副主任刘信表示,目前,我国已保存的大豆、油菜、花生资源均位居世界前列。品种结构不断优化,推出了一批高产优质专用的突破性品种。在年推广面积10万亩以上的品种中,高油和高蛋白大豆品种占比达到41%,油菜品种实现全部“双低”化,已育成抗倒伏品种和抗根肿病品种,花生已培育出高产高油高油酸品种。

“为适应农业高质量发展,大豆油料育种工作还需长短结合、分类推进、精准施策,久久为功。”刘信表示,后续大豆油料品种将加强优异种质资源鉴定利用,加快优良品种选育,严格品种审定登记保护,建立健全大豆油料品种展示示范网络,在适宜生态区开展优良品种技术集成和示范,编制发布国家农作物优良品种推广目录,加大大豆油料良种繁育基地建设力度,启动实施重大品种推广后补助政策试点,促进优良品种的推广应用。

除进行良种推广之外,潘文博表示,今年农业农村部将综合施策,组织开展主要粮油作物大面积单产提升行动,制定《大豆单产提升三年工作方案》,全链条、全环节查找分析短板弱项,全面建立行政领导和领衔专家包保机制,聚焦100个大豆重点县,围绕良种、良法、良机、良制集成组装“一县一策”综合性解决方案,整建制推进大豆单产提升,大规模开展高产创建、高产竞赛,示范带动大面积均衡增产,力争今年全国大豆亩产提高5公斤。

为了千方百计稳定大豆面积,力争今年大豆油料产量有所提升。潘文博表示,今年将用好考核“指挥棒”的作用。年初已明确了

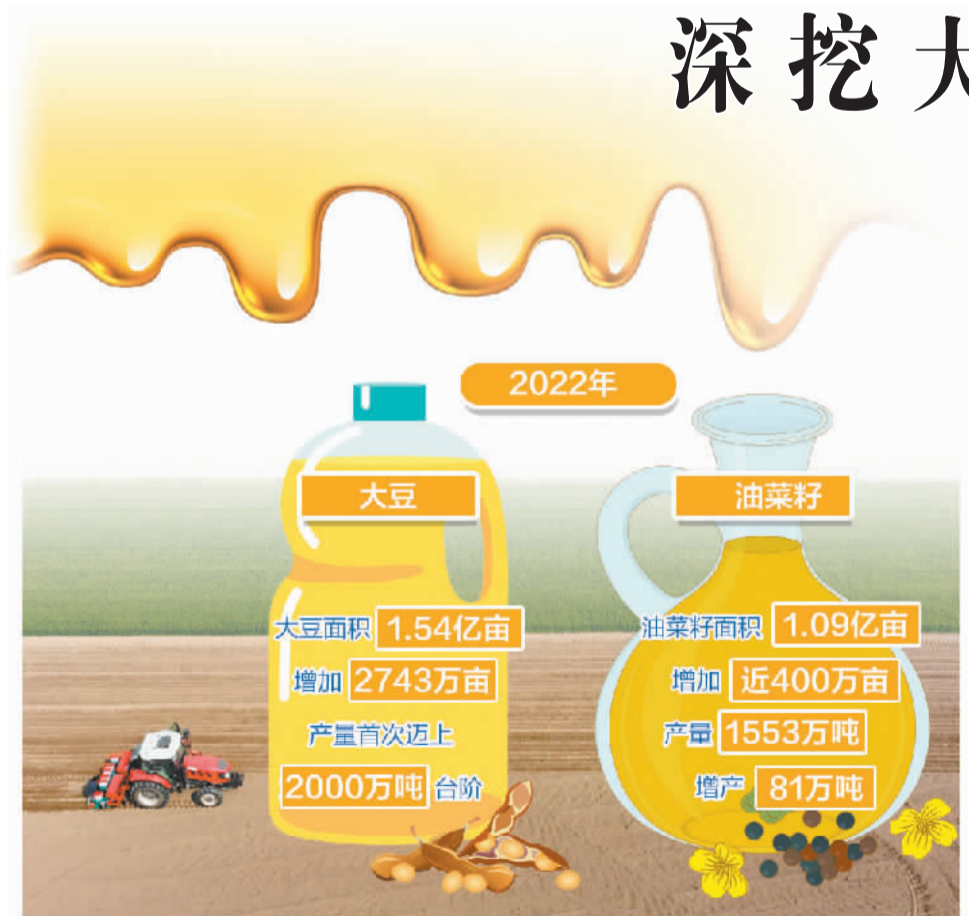
各省区市的大豆油料生产目标任务,首次按照粮食安全党政同责的要求严格考核,对大豆油料面积或产量增幅靠前的省份在考核中予以加分奖励。

由于前期大豆市场价格、比较效益双双走低,农民种豆积极性和种豆意愿与去年同期相比有所下降。为稳定今年大豆生产,统筹考虑大豆市场供需形势、比较效益和农民种植意愿等因素,国家及时出台了一揽子支持大豆生产的政策措施,形成了补贴、保险、收储协同发力的政策“组合拳”。各部门加快落实,各地也拿出了切实可行的措施。如黑龙江已经明确大豆生产者补贴每亩达到350元以上,内蒙古将大豆、玉米补贴差额扩大到260元以上,这些都释放了明确的信号,保护和调动了农民的种豆积极性。

最新的农情调度情况显示,农民种豆意愿有所回升,扭转了前期可能下滑的趋势,全国大豆意向种植面积稳中略增,其中东北净作大豆基本稳定,黄淮海、西北、西南玉米大豆带状复合种植面积有所扩大,去年实施了1500多万亩,今年在补贴政策的推动下,将增加500万亩达到2000万亩。

“下一步,农业农村部将继续会同有关部门,强化政策宣传解读,引导农民合理安排种植结构,精细开展指导服务,发挥好规模经营主体的作用,推动意向面积落实到田,推动关键技术落实到位,确保完成今年大豆油料的扩种任务。”潘文博说。

题图 在湖北省钟祥市丰乐镇璇玉蔬菜种植专业合作社大豆玉米带状复合种植田间,大型复合播种机正在进行大豆、玉米种肥同播。
钟国友摄(中经视觉)



在日前举行的国新办新闻发布会上,农业农村部种植业管理司司长潘文博表示,今年,农业农村部将瞄准“两扩两提”,扩大大豆、扩油料、提单产、提品质,力争新增大豆油料面积1000万亩以上。

提高大豆油料自给率是确保粮食和重要农产品稳定安全供给的重要内容。今年的中央一号文件将“加力扩种大豆油料”作为主要任务之一。自去年国家启动实施大豆和油料产能提升工程以来,大豆油料扩种取得了明显成效,种植面积、产量均明显增加。据统计

计,2022年,我国大豆面积达到1.54亿亩,增加2743万亩,产量首次迈上2000万吨台阶;油菜籽面积达到1.09亿亩,比上年增加近400万亩,产量达到1553万吨,增产81万吨。今年,农业农村部多措并举推动大豆油料提产增效。

深挖良种增产潜力,是提高单产实现增产目标的重要途径之一。“近年来,我国大豆油料科研育种工作取得了积极进展,积累了大量优异种质资源,品种选育步伐加快,品种类型渐趋多样化,尤其在品种提升方面成效

时隔三年,全面恢复线下举办的第133届广交会向世界交出了一份让人安心的“答卷”。数据显示,广交会第一期到会境外采购商达6.6万人,出口成交128亿美元,其中3个月以上的中单占比接近六成。作为中国外贸的“风向标”“晴雨表”,广交会的数字从一个侧面反映出中国外贸较强的韧性和竞争力。

坚韧之中透出的稳健成为我国外贸当前最鲜明的底色。今年一季度,我国货物贸易进出口9.89万亿元人民币,同比增长4.8%,其中3月份当月进出口同比增长15.5%,实现开局总体平稳。从产品结构看,汽车等高附加值产品出口增势不减,一季度汽车出口额增长了96.6%。电动汽车、光伏、锂电池“新三样”竞争优势持续释放,一季度合计出口增长66.9%,拉动我国出口整体增速达2个百分点。这些特点在本届广交会上得以充分展现。

透过本届广交会,能看到国际市场对我国“新三样”的认可。本届广交会第一期新设工业自动化及智能制造、新能源及智能网联汽车、智慧生活等题材,共吸引762家企业参展。同时,“新三样”产品集中亮相,展出零碳源空调、光伏储能设备等低碳环保展品约50万件,吸引了大批采购商询价洽谈。正如中国世界贸易组织研究会副会长霍建国所说,“新三样”的销售热潮不是规划出来的,而是市场激烈竞争的产物,说明全球市场优势资源的流动性是任何贸易保护主义都难以阻挡的。

一季度我国外贸实现了“开门红”,在我国外贸形势依然复杂严峻的背景下,这个成绩来之不易。从外部环境看,外需的不确定性仍然是最大制约因素。4月份国际货币基金组织对全球经济增长率进行了下调,由2.9%下调到2.8%,认为发达国家经济体增速放缓将非常明显。就我国来说,从经营主体看,我国外贸企业也面临诸如出国参展不便、贸易风险上升、经营压力增加等一些制约因素和实际困难。

要解决外贸企业遇到的实际困难,就要不断提高政策的前瞻性和准确性,推动外贸稳规模优结构,不断增强中国外贸的韧性和竞争力。

增强中国外贸的韧性和竞争力,要在稳规模上下功夫。一方面,要努力扩大外贸企业创造贸易机会。积极推动国内线下展会举办,广交会恢复线下举办就是一个很好的例子,面对面的沟通交流更利于达成合作。我国还将提高APEC商务旅行卡办理效率,推进国际客货运航班稳有序恢复。

另一方面,应继续稳定重点产品贸易。其中包括帮助汽车企业建立和完善国际营销服务体系,保障大型成套设备项目合理资金需求,加快修订鼓励进口技术和产品目录。此外,要鼓励银行和保险机构扩大保单融资增信合作,积极满足中小微企业对外贸融资的需求,进而稳定外贸企业数量规模。

增强中国外贸的韧性和竞争力,还要在优结构上挖潜力。要不断优化贸易方式,引导加工贸易向中西部、东北地区进行梯度转移;支持粤港澳大湾区开展全球贸易数字领航区发展;指导相关商会协会适应绿色环保要求,制定一系列外贸产品绿色低碳标准;指导企业用好跨境电商零售出口相关税收政策。更要优化外贸发展环境,发挥好预警体系和服务机制作用,深入推进“单一窗口”建设,进一步便利出口退税办理,提升口岸通关效率,高质量实施已经生效的自由贸易协定。

第133届广交会第二期已经开幕,稳外贸工作也要继续加力。接下来,要密切跟踪外贸运行情况,发挥好政策“组合拳”作用,稳住外贸规模,为巩固经济向好态势作出更大贡献。