

29元买一箱，鲜花电商价格战洗牌

鲜花消费正从节日仪式转向悦己需求，有人在几个平台蹲活动换着买



扫码看视频

“小程序上卖的芍药，高水位醒花不到一天就‘炸翻’了，好美。”

5月30日，长沙市岳麓区某科技公司担任市场策划的唐小姐，在闺蜜群中分享着芍药“莎拉”绽开后的高清图片，这是她本月第4次网购鲜花，前前后后花费近200元。

鲜花消费，正从节日仪式转变为悦己需求。眼下，盒马鲜生、美团、京东等电商巨头以及鲜花直播短视频号、微信小程序风头正盛，鲜花顺势搭上“一件基地直发”的物流快车，形成巨大的价格优势；对比来看，在花店里动辄10元一枝的鲜切花，在线上只要2—3元。

依靠“每周一花”发迹的初代鲜花电商平台，也开始追赶潮流，遵循季节供应物美价廉的鲜切花。一场关于鲜花电商的大洗牌，在价格战中悄然打响。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 朱斌



消费者花29元购买的20枝玫瑰和10枝芍药。

轮流“坐庄”，鲜花电商大洗牌

显而易见，鲜花消费已从节日仪式变成日常悦己新需求。艾媒咨询发布的《2022至2023年中国鲜花电商市场发展研究报告》，从鲜花电商用户下单目的来看，有24%的用户是买花送给自己，日常家居用花占比已达到69%。

三湘都市报记者梳理发现，2015年，花加（Flowerplus）、花点时间相继成立。它们看准了大众家庭消费市场，用“99元包月、每周新鲜花材包邮到家”的模式培养都市白领的日常消费行为；尔后，“下班随手带束花回家的”无人鲜花货柜、靠明星吸睛的ROSEONLY永生花、打造鲜花婚礼出圈的野兽派等，将鲜花消费从情人节、5·20、结婚纪念日等特殊节点扩展到日常生活中。

鲜花电商受捧，撩拨着互联网巨头的心。此后，美团点评、淘宝、京东、叮咚买菜、饿了么等相继上线鲜花业务。如，盒马鲜生原本与长沙本土鲜花品牌都市花乡合作的鲜花档口，均在2021年升级为基地直采的“盒马花园”，为门店周边5公里消费者提供“身边花市”。

“20块钱买到半个月花香，以前想都不敢想。”长沙市民任女士表示，正是电商平台将鲜花零售化，让越来越多的同龄人有意识地按季购买花材，进行创意搭配，“4—5月是芍药季，刷朋友圈都能看到十几个晒芍药的。”

值得注意的是，鲜花电商的发展之路与生鲜电商不无相似之处，商品损耗、配送难，甚至是订单量等问题都在制约和影响平台的发展。当鲜花电商上演起你方唱罢我登场的戏码，对履约时效、配送方式要求更高的鲜花电商，该如何控制成本？

“即便是网购鲜花，消费者收到的依旧是二次处理过的花材。如果电商想出售原始花材降低成本，还需要很长的用户教育过程。”长沙某花店主人赵先生表示，比起上海、北京，长沙的鲜花市场成熟度远远不够，如何让消费者愿意长期、持续的订购、消费是普遍难题，“让消费者接受‘难以入眼’的基地直发鲜花，降低期待值，依旧是一件很难的事。”

旺季却翻倍涨价 是谁炒热了榴莲



扫码看视频

5月水果界的流量焦点，非榴莲莫属。月初零售价下探至19.9元/斤的榴莲，短短20余天后，又逆市回弹，零售价涨至30元/斤左右。“榴莲控”们不禁感慨，还来不及好好享受，到手的便宜榴莲又“啪”的一下飞走了。

5月31日，三湘都市报记者走访长沙多个连锁超市、水果店发现，金枕榴莲、越南干尧榴莲整个售价超200元，远高于往年同期。原本该掉头向下的榴莲却反常涨价，是谁炒热了榴莲？

走访：一个两百多，榴莲应季却涨价

“榴莲32.8元一斤？‘五一’小长假期间买到过20一斤的，怎么天气越来越热了，榴莲却越来越贵？”5月31日，长沙市民周小姐在超市水果区瞅见榴莲价格牌后，不禁感慨其飙升的速度。

三湘都市报记者走访发现，比起20多天前，榴莲零售价均有小幅上涨，如，盒马鲜生的越南干尧榴莲为32.9元/斤，超3斤的猫山王液氮冷冻榴莲是239元/个；在兴盛优选上，4.5斤的越南金枕榴莲为139.99元/个；在开福区蔡锷路平价榴莲水果店内，榴莲零售价为29.8元/斤，想买到一个果肉饱满的“报恩榴莲”需要200元。

“榴莲货很少，金枕榴莲更是少之又少。”毛家桥水果批发店店主坦言，金枕榴莲断货已一周有余，目前店里销售的大核榴莲口感一般，但品质更好的金枕榴莲每斤贵上10元左右，“市场里榴莲都靠抢，而小店也不敢囤货，保不准哪天金枕就降价了。”

探因：需求飙升，供应断档

“往年‘五一’之后，榴莲正处于大量上市的阶段，零售价一般会进一步下跌，卖到十四五元一斤都是常事。”从事水果批发生意多年的赵先生对榴莲今年犹如过山车般的行情深感受意外，“市场里拿不到货，有人说是主播直播‘封柜’，垄断市场造成的。”

不过，广州市市场监督管理局发布情况通报，回应了市民质疑。《情况通报》中提到，“网友吐槽辛巴带货致榴莲变贵”相关内容为不实消息。经核查，江南市场进口水果经营区内经营泰国榴莲的商户近来均正常销售，网传“封柜”视频为商户销售过程的宣传方式。

有分析认为，社交平台上“一起开榴莲盲盒”“榴莲盲盒开箱”等话题催热了榴莲销售。因外形大小、重量相似的榴莲，果肉的数量和大小存在巨大差异，开“榴莲盲盒”在视觉上有“揭晓谜底”的效果，体验感和互动性很高。网友“跟风”买榴莲的行为让卖方看到市场机会，趁机抬高榴莲售价。

赵先生认为，作为热带水果界的“老牌网红”，榴莲依旧会遵循应季销售的规律，在产地源头直采、物流更加便利的前提下，预计到6月中下旬，榴莲的价格或将恢复至正常水平。

■三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 盛涛

搭上物流快车，29元一箱鲜切花送到家

5月30日，云南昆明斗南花卉市场里，上百个从事鲜花直播电商业务的商家打开抖音、快手、淘宝等端口的直播插件，准备直播。

“红玫瑰、影星玫瑰、香槟玫瑰各10枝，满天星1扎，配草1扎，顺丰包邮、全程冷链直送，只要29元……”11时许，“花姿鲜花”抖音号开播，前10分钟，主播熟练地推荐起用于引流的9.9元鲜花套餐，在长达2小时的直播中，直播间围绕影星玫瑰、香水百合、康乃馨等常见的花材，先后上架二十余款包邮到家的鲜花套餐。

用低价鲜花套餐引流、快速涨粉起号，再卖稀缺品种获利，是鲜花电商通用的厮杀法则。在激烈的价格战中，极具仪式感的鲜花已被卖出白菜价。三湘都市报记者发现，在街边花店里卖到12元一枝的洛神玫瑰，电商平台上29.9元便可买到一大把；小店里按枝卖的风铃草、洋桔梗、向日葵等花材，在直播间里成了成捆送甚至按斤称的便宜货。

“挺便宜，一枝也售后，几个平台蹲活动换着买。”唐小姐称，鲜花电商平台大多有返现、免费送单品等新客优惠，且平台上单枝花的零售价会每日多次变化，价格成了买花首要考量因素，“4月份买的芍药，下单时14.5元一枝，第二天还没发货就降到了9.9元。”

▼一消费者正从包裹中拆出自己从鲜花电商平台购买的鲜花。

