

# 疫情打擊雲南花卉業 直播滯銷鮮花餵羊

一場疫情，讓整個雲南花卉產業損失慘重，一季度的損失高達100億元（見本報2月17日A13版專題報道）。在接下來的三個月的時間裡，花卉銷售迅速嫁接到了當下最IN的「直播帶貨」，有報道稱，目前八成的花商都在進行或是準備進行直播銷售。雖然在當前情況下，通過直播賣出去的鮮花較以往的大批發批發不可同日而語，對多數花商、主播來說，直播賣花很可能只是「只賺吆喝不賺錢」的買賣，但是有助推廣產品，而且能賣多少是多少。另一方面，直播也加速了花卉銷售方式的新轉變，更有可能成為未來發展的新趨勢。

香港文匯報記者 譚曼煦 雲南報道



楊巧艷為自己的公司昆明仟馨文化傳播有限公司每天進行2小時的直播。

## 賣花人花賤摧花 賞花人豪花惜花

主 播李薇，有着近5年的網絡直播生涯，以前她做的直播都是吃喝玩樂，在雲南的直播圈裡也開始小有名氣。疫情發生以來，吃喝玩樂的內容顯得不合時宜，反而在兩個多月的時間裡，李薇手機裡被花農損失慘重的消息刷屏。為了幫助花農，李薇擔任了一場「愛心助農」現場直播賣花的主播。

### 直播高峰擁百萬觀眾

在準備過程中，她了解到，這次疫情，昆明市晉寧區花農損失近10億元，滯銷鮮花達到70%。當天的直播從下午4點就開始，一直持續到晚上10點。李薇說，她走進基地，親眼看到花農將盛開的花剷除，心裡怎麼也抑制不住酸澀。

6個小時的直播，李薇在搭建在花卉栽培大棚裡一直無窮無盡地給網友反覆介紹鮮花；走出大棚帶大家去看滯銷花卉只能扔掉或者餵羊的情況。這些真實而殘酷的場景打動了進到直播間的網友。直播觀看人數最多的時候達到了近100萬。

當然這次和她一起走進直播間的還有晉寧的區長、花卉界網絡紅人以及知名園藝師，李薇說，是大家的共同努力，讓這場愛心助農直播獲得了成功。

### 流量驚人 10分鐘賣5,000件

雲南夢之草公司的「永生花」是雲南高原天然花卉類延伸產品，受到國內外消費者的廣泛青睞，產品遠銷日本、韓國、馬來西亞、英國等多個國家，上百個品種的產品，年產量達1,000多萬枝。疫情襲來，公司外銷的產品幾乎停止了發貨。

公司銷售經理易懷強說，「直播模式我們也是第一次參加，也是因為疫情抱着嘗試改變的心態。」公司這次加入了淘寶「大國好物」直播間，當天直播帶貨的是淘寶直播排名前十的網紅主播。全場直播持續了5個小時，推薦了43個產品，「我們夢之草永生花是主場推薦的第8個產品，時間大約也就5、6分鐘，效果卻是驚人的。我們準備了3,000份產品，預售1,000份，沒想到一上線就被一搶而空了。」易懷強介紹，直播快結束時，又回播了公司的產品。這次直播公司銷售出5,000餘份產品，銷售額約25萬元，集團公司董事長蘇一江在朋友圈發文感慨，「新營銷」真不可思議。

### 斗南花卉市場變身直播基地

斗南花卉交易市場每天傍晚到深夜都持續熱鬧，這裡是鮮花對手的交易的最主要場所。自從直播帶貨興起，一些註冊在這裡的企業開始嘗試直播賣花，偶爾也會有個人帶著手機等設備來這裡直播帶貨。

「今年疫情出現緩解，花市恢復經營以來，在自家店舖裡開始直播的多了起來，傍晚去逛市場，到處都能看到在進行直播的人。」呈貢新區斗南國際花卉產業園區管理委員會工作人員介紹說，如果從數據上來看，註冊了電商的企業大約有100家，不過自己開播，或者是直播團隊進來幫助企業開播的，就不在統計數據之列了。

據了解，在斗南花卉市場裡，正在為直播賣花打造專門的直播基地，相關的規範性管理措施也將會研究出台。斗南花卉交易市場是亞洲最大的鮮切花交易市場，去年市場鮮切花交易量高達92.31億枝，交易總額74.36億元。但受疫情影響，這裡一度關閉，二月份成交量只有去年同期的30%，成交均價只有同期的50%。3月份起交易開始慢慢恢復，交易的供貨量、成交量都恢復到了同期的90%，成交的均價應該恢復到了去年同期的60%，4月份已基本恢復往年同期的正常水平。



雲南永生花疫情前外銷生意不俗，現時也做直播，圖為其產品。

## 直播賣貨掀熱潮 真正賺錢有幾人？

場面上風風火火、熱鬧開地直播賣花，究竟賺錢了嗎？主播說「難」！企業說「主要還是品牌宣傳和推廣」；機構說「多了解新的營銷模式和終端消費者需求」。

### 主播：粉絲少 產品也難賣

主播李薇現在出任電視台一檔主攻雲南花卉板塊欄目的主持人，每周要做三場左右的直播，主要內容都與花卉有關。目前，在抖音她也開了小店在賣花。可是李薇說，要靠直播賣花，真的太難了。因為前期沒有粉絲的積累，花很難賣掉，她記得在抖音入駐斗南做活動的那一周，每天開播四個小時，也只能賣出去幾束。

楊巧艷2016年創立了昆明仟馨文化傳播有限公司，專注花事品牌活動營銷和花卉軟裝景觀工程。2020年2月初開始幫助花農賣花，同時開始孵化直播，4月份開始她自己開始成為主播。「一開始我想着也很簡單，第一天播了六小時，

覺得還行，第二天第三天開始就覺得很累，粉絲增長也慢，花也是比較難賣的。」

楊巧艷說，她先後嘗試過淘寶、抖音、拼多多幾個平台的直播，感覺抖音的粉絲轉化比較慢，拼多多粉絲來得比較快，但價格一定要有優勢才能吸引他們；淘寶粉絲漲得最慢，但差不多都是精準的消費者。目前，她堅持每天中午做2個小時的直播，粉絲6天收穫了400多。她說，自己現在就是想多了解一下消費者的喜好，同時致力於孵化一批主播，讓直播賣花的主播能更專業一些吧。

### 企業：割價大賣沒利潤

就算在淘寶直播大賣5,000多份產品的夢之草公司總經理也坦言，原價129元的產品，活動期間49元就包郵到家，基本上沒什麼利潤，主要還是品牌宣傳和推廣。

「難」的主要原因，據李薇的體會，一是大量省外主播湧入斗南直

播賣花，其中很多都不懂花，區分不了品質；另外一些商販則打着雲南基地的牌子，而其實發的花品質都不好，這樣做其實很砸雲南的招牌。

再有就是，花是鮮活類的完整產業鏈的產品，必須要有強大的供應鏈物流，才能保證C端收貨花依然新鮮。有一些做鮮花直播的，會打出基地直發這種招牌，但其實真正有能力做到的沒多少，大部分的操作是：買一些樣品來直播間作展示，然後有人下單了，就到市場現去採購。這種臨時在市場買來的花一是保證不了品質，二是花價可能隨時漲，直播間是低價賣出去，就只能等到凌晨快收攤的時候去採購便宜的花，花的品質自然不好。而後找個快遞點就發貨，花卉運輸需要的保水、包裝都不專業，等到三四天以後到達省外，花就謝了，只能賠付。從這些方面來說，沒有大後方的保障，想賺花卉的錢，並不容易。



有近5年的網絡直播生涯的李薇，擔任了一場「愛心助農」現場直播賣花助花農。



在斗南花卉交易市場，不少人帶着直播設備前來直播賣花。



昆明斗南花卉交易市場是亞洲最大的鮮切花交易市場。



晉寧區區長徐波（左）為晉寧鮮花直播帶貨，吸粉10萬，線上賣出35.6萬枝鮮花。

## 明星站台亦需花夠靚

當前花卉直播熱正在蔓延，很多人不管懂不懂花，會不會賣花都湧入斗南花卉市場。目前在網絡上開播賣花的主要有幾種形式：直播團隊幫賣、企業或花店自己直播，以及加入平台的主題直播活動。無論是怎樣的直播形式，專家指，現在的直播賣花基本處於初期階段，基本靠流量推動銷售。然而，花卉不同於其他產品，下一步還是要回歸到以品質為本才是長久之策。

### 零售成本比批發高

昆明國際花卉拍賣交易中心有限公司（以下簡稱「花拍中心」）副總經理鄧玉娟接受香港文匯報記者採訪時說，花拍中心當前也加入了直播中，現在每隔一天會進行一場直播，持續4到5個小時。她的體會是，流量+價格就是目前能把花

賣出去的保障。花拍中心的直播，少的时候就賣幾十份花；但請了本土的明星來做直播，就賣出了4,000份。「不過總體來看這都不賺錢。如果發大件，這4,000件的花省去很多包裝成本、物流成本、人工成本。但現在一個一個發，賺錢的變成了物流和包裝。」不過她也說，直播畢竟是當下符合消費模式的方法，還有一個積極的影響是從中發現了很多新的、潛在的鮮花消費者。

許多花商或主播都期盼能成為網紅帶貨王，以大量帶出驚人的銷售，從而把生意做大。對此，鄧玉娟分析，這基本上是不可能的，從行業發展特點來看，回歸品質才是長遠的趨勢。而對於花農而言，認真、專心種好花，也才是渡過當前最難關最要緊守的。

供應。」再有從交易模式來看，這種To C的模式還主要是試水階段，而對於整個花卉產業而言，To B仍是主流。

### 直播銷售尚在起步

鄧玉娟說，從現在的情況來看，供應端A、B、C等級的花都會進拍市通過拍賣賣出，一般是D級的花就給電商、直播供貨。所以想通過直播賣出高品質的花不容易，而買不到好花，又很容易讓品牌受損。花卉直播銷售目前還處於起步走低價策略的階段，對於花商而言，嘗試和接受這種新的營銷方式未嘗不可，但是仍需要注意的是，從行業發展特點來看，回歸品質才是長遠的趨勢。而對於花農而言，認真、專心種好花，也才是渡過當前最難關最要緊守的。



直播售出的5,400餘份產品待發貨。

花拍中心也加入直播賣花中，請來當地明星助力直播。

## 區長縣長開播助一臂

在今年的特殊時期，為幫助花農止損，一些地方的官員也來到鏡頭前，開播助農，收到了良好的效果。

「別讓晉寧鮮花等等到花都謝了！」昆明市晉寧區區長徐波在「女神節」當天為晉寧鮮花直播帶貨，當場直播觀看人數近100萬，吸粉10萬，線上賣出35.6萬枝鮮花。

瀘西縣縣長莫偉也化身「主播」，在線上一路為大家推銷瀘西的鮮花，「我們的花，花形好看，價格實在。」縣長一邊播一邊拿出自己的手機下了一單。當天的直播有近60萬人進入直播觀看。

徐波說，「花農損失那麼大，我作為區長也非常揪心。」他坦言，走進直播間，既緊張又忐忑，為直播他做了不少準備。直播結束，徐波直呼「爽」。「這次直播，我也打開了新的思路，要從過去抓產量的農業模式轉變為抓銷量的政府工作方式。」他同時覺得，這也是政府轉變執政理念，打造服務型政府的一次有益嘗試。