

滬玫瑰銷情遜往年

情人節遇上小年夜 年輕人返鄉銷售減

香港文匯報訊 今年情人節遇上小年夜，作為情人節必備的玫瑰花，銷情反而不如年花，行情走低。據《新聞晨報》報道，受今年天氣等因素影響，上海市場上的玫瑰批發價格水漲船高，再考慮到大量返鄉過年的消費者、快遞員群體，不少花店店主今年都採取了保守銷售策略。值得注意的是，由於近一兩年來「周一花」（即鮮花包月銷售模式）、網絡訂花的興起，不少精打細算的消費者已早早訂購，以避開「快遞荒」和「漲價潮」。

春節臨近，去花市購買年花的市民絡繹不絕。記者走訪多個市場發現，多家鮮花店店主表示，由於今年雲南受低溫雨雪天氣影響，玫瑰產量降幅明顯，導致市場批發價格上漲。汪女士經營花店多年，她告訴記者，今年的情況是情人節春節兩個節日的玫瑰需求疊加，導致近期玫瑰提價較早，卻難以大漲。

進價偏高出貨較少

「現在出貨少，進價高，人手也不夠，大家都不敢訂得太多，價格拾得也比以前要早。我們也知道情人節碰上過年生意不好做，別說很多小年輕都回去了，就連快遞員都回去了呀，還得自己送貨。」汪女士說。目前，各花鳥市場上的鮮切玫瑰價格普遍在一枝8元（人民幣，下同）上下，購買10枝或以上，能有一定折扣優惠。以普通家用大花瓶的容量為例，插上一打20枝玫瑰再加上些許配草，至少需要150

元，較平日有近一倍的漲幅。而汪女士店內經過精心包裝的19枝、33枝玫瑰花盒、花束，目前的報價則在200至300元左右，與往年情人節相比有增無減，「不過情人節前漲幅不會太多了，往年，2月14日的情人節當天，能漲到一枝15元甚至更高，今年應該不會了。」

網上預售壓低價格

由於近兩年來網絡購花、「周一花」等新模式普及，各訂花平台也摸準了不少消費者精打細算的消費心理，提前一個多月就開始情人節玫瑰、年花預熱活動。

如某平台自1月起就開通了年花「福袋」的訂購通道，100至200餘元的價格，就可以買到包括鬱金香、大花蕪蘭、百合等2至4種熱門春節花材的打包禮盒，收貨時間在2月8日、9日左右，在一定程度上保證了鮮花品質的同時，相較年前採購也有一定的價格優勢。

昆明玫瑰「三巨頭」價翻倍

香港文匯報訊 據《雲南信息報》報道，「每年情人節期間，紅玫瑰、藍色妖姬、香檳玫瑰銷量最好，是玫瑰品類中的「三巨頭」」。雲南昆明南亞風情園內的一家花店老闆趙女士說，店內花卉琳琅滿目，十多位年輕市民

正在埋頭挑選鮮花。「這是紅玫瑰禮盒，裡邊有11朵紅玫瑰、1盒德芙心形巧克力和兩隻小熊，售價258元（人民幣，下同）。」平時這種禮盒售價只有110元，漲了足足一倍。店內的藍色妖姬禮盒也從平時的150元漲到328元。

香港新聞

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）今年情人節「撞正」年廿九，到底是年花抑或情人節花的銷情較暢旺？香港鮮花盆栽批發商會主席賴榮春表示，雖然兩個節日接近，令節日氣氛更濃厚，但部分人或會只買年花而少買情人節花束，「正如同一晚有兩場晚宴，只能二選一或兩邊都食少少」，故料情人節生意不會因農曆年而有所增加，只能與去年相若。不過有年輕人引入厄瓜多爾的彩色玫瑰，配以滿天星，約售200元（港元，下同），試試今年情人節水溫。另外，有花店今年仍有99枝玫瑰出售，價格為3,980元。

戊戌狗年將至，港人近日都四出張羅應節用品，旺角花墟及維園年宵的濕貨攤位都瀰漫買花人士。在旺角花墟開設花店的鮮花盆栽批發商會主席賴榮春向香港文匯報記者說，早前股市市場暢旺，加上近年有較多年輕人到花墟購買盆景、蘭花及桃花，相信年花的生意也會不錯。他續指，情人節生意比較穩定，但有些市民或會因農曆新年的關係而少買情人節花束，故相信今年情人節生意與去年相若，不會出現節日的「協同效應」。

「情花」供應按年減三分一

旺角花墟另有花店亦預料情人節與農曆新年相遇，年花銷情會較情人節好，故備有小型花束或乾花吸客。繽紛花店品牌經理吳綺菁說，因為今年要抽調部分人手進行年花準備工作，故在情人節製作花束的人手相應減少，相信情人節花束供應量按年減少三分之一，但已準備小型乾花花束應付市面需求。

99枝玫瑰惠惠3980元

香港文匯報記者早前亦到花墟查詢情人節花束價格，如指定款式的小型花束，價格由1,080元至1,280元不等，包括鬱金香10枝加襯花，繡球花兩枝加襯花。而指定款式的標準花束則由1,280元至3,980元，如肯亞玫瑰20枝加襯花售1,680元，99枝玫瑰加襯花售3,980元。

南玫玫瑰禮盒 攻年宵後生客

至於在維園年宵設攤位的天使花園負責人蔡小姐表示，今年情人節臨近農曆新年，故進口厄瓜多爾的彩色玫瑰，以染色的滿天星配襯，再配以禮盒出售，料1盒售200元，限量200盒，期望能吸引逛維園年宵的年輕男女購買。她續指，以往也有情人節「撞正」新年，但是紅玫瑰的反應不是想像般好，故今年決定試試新款進口玫瑰，場內也會出售盆栽植物如仙人掌及多肉植物等，價格由100元至200元不等。



春節來臨之際，廣州市民在迎春花市精心選花買花，臉上洋溢笑容。 新華社

穗年輕情侶過有年味情人節

香港文匯報訊（記者 盧靜怡 廣州報道）果實累累的大盆年桔、千姿百態的水仙花、粉色紫色的蘭花……與這些熱鬧喜慶的「年花」相對應的是，一束束被綁好絲帶的火紅玫瑰顯得有點單調。今年情人節與春節大年三十緊緊挨着，「年花」與玫瑰遭遇正面對撼，今年情人節的玫瑰銷量不及往年。

在廣州越秀老城區的百靈路一家鮮花店裡，老闆劉女士在店面忙前忙後，來招待買花的一家大小。她笑言：「今年天氣原因，玫瑰進貨價也漲了，因此銷量預計會更少，反而桃花就賣得不錯。」劉女士說，一般情人節當天玫瑰才最暢銷，但春節不少年輕人都回家鄉過年了，留在大城市的多以陪伴老人家的本地家庭為主，可以提前預測玫瑰銷量不好。

在熙熙攘攘、五顏六色的年花大軍中，熱情的



新春前夕，一位媽媽抱着寶寶在廣州迎春花市自拍，一臉幸福。 新華社

玫瑰顯得有些稀疏冷清。「今年主力是做年花。」劉女士說，今年比較熱銷的年花有價格較親民的銀柳，小盆的蘭花也很受歡迎。情人節挨着春節，廣州各區花市已經張燈掛綵迎客。不少年輕情侶選擇過一個有年味的情人節。



異地網購訂單飆升，朱古力最暢銷。 網上圖片

香港文匯報訊 據《重慶晚報》報道，近日發佈的「2018情人節京東消費大數據」顯示，今年情人節前異地訂單佔比增幅明顯，相比去年同期增長37%。其中16-25歲的年輕群體異地訂單佔比飆升更加顯著，增幅接近50%。

朱古力最暢銷

情人節商品銷量方面，朱古力仍是該節最為暢銷的商品，今年情人節前朱古力整體銷量比去年同期增長了180%。省市排名及增幅方面，海南（增長757%）、寧夏（增長757%）、青海（增長568%）分別位列前三。

情人節趣味數據顯示，從搜索「情人節」這一關鍵詞的數量上看，女生更為重視情人節，搜索量與男生的比例為3:2。而26-35歲是擇偶和談婚論嫁高峰期，自然是關注情人節的主力。在搜索「情人節」的用戶中，這一年齡段用戶搜索量佔到總數的78%。

從對「情人節」關鍵詞的搜索，也能看出不同年齡段的男女，在示愛主動程度上有着不同表現。在16-25歲和36-45歲這兩個年齡段，搜索情人節的以男生居多，搜索量是女生的3倍。但在26-35歲這個談婚論嫁高峰年齡段，這一比例發生逆轉，女生搜索量是男生的3倍，可以看出，這個年齡段的女生對男朋友更為上心。

京東大數據：異地網購訂單飆升

兩佳節相遇 年花勝「情花」

港花店料難有「協同效應」 客人消費有取捨



有花商料市民會因農曆新年的關係而少買情人節花束，不會出現節日的「協同效應」。 香港文匯報記者彭子文攝

桃蘭適逢絢爛 花農料客大方

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）嚴寒持續近兩星期後，終能在年廿九逐漸被一股潮濕的偏東氣流取代，氣溫回升至19度，大眾能過一個暖笠笠的農曆新年！「年花大王」賴榮春說，桃花、蘭花等年花本身很喜歡寒凍天氣，加上現代化種植等方式，故少有凍傷花的情況，供應充足，價格與去年相若。他續指，市民買花回家後，溫度轉暖亦令年花「開得更靚」。花農開叔說，今年桃花「啱晒時候，開得好靚」，加上早前股市市場港人都有不錯成績，料他們會「大方買年花」。

早前寒流襲港，大眾都擔心會否「凍傷花」，令桃花、蘭花等年花價格上升。香港種植桃花的開記花園負責人開叔向香港文匯報記者說，今年桃花「啱晒時候，冷

熱也沒有問題」，因為今年較去年多了一個月種植期，加上他用古法保持桃花溫度，故桃花有70%至80%的收成率，價格沒有太大的升幅變動，小株桃花售100元（港元，下同）至200元，3呎至5呎左右的桃花售500元至600元，6呎至8呎的大桃花則售6,000元至9,000元不等。

開叔續指，早前香港股市及樓市表現不靚，雖近幾日股市下瀉，但認為港人仍尚爽手買花，而且今年有新客及舊客回頭，當中有舊客致電他訂桃花，形容「他（客人）看都不看桃花便下訂，話信得過我，你話生意好不好？」他相信，年近歲晚生意會愈來愈好，但不敢估計生意表現較去年增長多少，僅稱「與去年差不多便好」。

鮮花盆栽批發商會主席賴榮春向香港文匯報記者說，天氣持續寒冷百合及劍蘭供應量減少20%至30%，預料價格按年上升10%至20%，但近期供應商都分期分批種植，雖然部分收成日子趕不及新年，但相信整體供應量不會有太大影響。他續指，年花如蘭花、桃花、年桔等影響不大，因為此等植物都喜歡寒冷天氣，「凍仲靚喇」，並指天氣寒冷時市民買花回家後，家中或開暖氣可令年花開得更美。

賴榮春指，現代化的種植不怕凍傷花，如有溫室及薄膜保護花芯等，不怕霜凍，故有關年花價格升幅不高，如蘭花約售138元至189元，日本品種的蘭花稍為昂貴，12呎年桔售480元，7呎至8呎的桃花由900元至1,000元不等。他同樣預料，早前股市市場暢旺，加上近年有較多年輕人到花墟購買盆景、蘭花及桃花，相信生意也會不錯。



「絨面利是封」（左）受歡迎，立體公仔揮春（右）。 香港文匯報記者楊佩韻攝

新春用品多「汪」紅包「絨」容華貴

農曆新年除了要年花增添喜慶感之餘，「利是」（紅包）當然是少不了。戊戌狗年主角當然是狗狗，市面有不少以狗狗為主題的揮春、利是封，甚至賀年公仔也是以狗仔為主，不過今年新興的是「絨面利是封」，多以卡通人物角色為主，價格相對較貴，18元（港元，下同）3個，但也有不少人購買。出售「絨面利是封」的店舖負責人向香港文匯報記者說，現時新一代的年輕夫婦少跟生肖購買利是封，反而是以個人喜好為先。

記者到香港深水埗福華街了解利是封及揮春的出售情況，今年卡通人物的新春用品仍舊熾熱，如深受小孩歡迎的Peppa Pig及由手機通訊衍生的公仔Kakao Friends等，有價有市。甲蟲部屋負責人卓小姐表示，今年利是封來貨價較以往「貴一點」，但售價與去年一樣，直言「不敢加價，最緊要大家買得開心」。

她續指，1月初已有市民買揮春及利是封，多是購買卡通人物的利是封，並指「現在好多跟生肖買利是封，也是選擇自己喜歡的圖案」。

今年首次在深水埗設攤位的邱先生表示，公仔揮春依舊受大眾歡迎，如59元一個的立體公仔揮春都大受歡迎。他續指，近年市民都購買公仔揮春，特別是年輕一代的小家庭都很喜歡購買，傳統揮春售價便宜亦有長者購買。

香港文匯報記者 楊佩韻