

□□ 农民日报·中国农网记者 王澎 邵晋亮  
见习记者 祁倩倩

云南,如同地球精心设计的一座大花园。从北纬21°8'到29°15',足够的纬度,让这里“火力”十足,接收更多的阳光。来自印度洋和太平洋的暖湿气流,为这里的动植物提供了丰沛的水源。

大陆漂移、板块碰撞和无数次造山运动,造就了滇北海拔高达6740米的卡瓦格博峰和滇东南海拔仅76.4米的红河、南溪河交汇河口。亿万沧海桑田的变迁,造就了寒、温、热三带气候类型并存,从滇西北的高山草甸到滇西的干热河谷,再到滇南的热带雨林,云南多种的生态系统为生物多样性提供了无限可能,这里是名副其实的动物王国、植物王国,更是花的王国。

20世纪80年代,在云南滇池旁,从昆明市呈贡区斗南村的农户种下第一枝花起,云南与花的故事,便开始了漫长的书写。

伴随着改革开放,生逢其时的花卉产业开始涌现出巨大的市场活力。1997年,云南省人民政府批复成立云南省花卉产业联合会,在省政府引导支持下,云南花卉产业的产业化程度不断提高,竞争力进一步增强,在逐步走向世界的同时,确立了以鲜切花、盆花为主,加工用花卉、绿化观赏苗木、地方特色花卉组成的“大花卉”发展思路。

“十二五”以来,云南花卉的种植规模年均增长14.04%,高于全国平均增幅的7.58%。2022年,云南花卉种植面积达194万亩,总产值超千亿元。从上游的种质资源收集保护、育种研发,生产种植,到中端的产品分级、市场交易、流通运输,再到下游的品牌打造、配套服务,如今云南千亿级花卉产业格局已经形成。

鲜花是云南的名片,更是云南送给世界的礼物。从“种一束花沿街叫卖”到“亚洲第一”,40多年来,云南花卉产业正实现跨越式发展。

### 好花是“挑出来”的

在昆明市晋宁区,张良是一个因玫瑰而闻名的。云南省劳动模范、云南省科技特派员、高级新型职业农民、合作社理事长……这位已经头顶多个光环的种花人,如今才刚过不惑之年。

在向记者讲述这些年种花卖花的经历时,张良的故事中始终离不开“品质”这个词。早年间张良种植玫瑰后,把花拿到斗南市场上去卖,由于花的品相好、质量稳定,一眼就被一家贸易公司的采购商相中。一来二去,双方便建立了稳固的供货关系。一传十,十传百,“张良花好”的名声渐渐在圈子里传开,很多外贸公司直接找到张良,合作的商家越来越多。

在与贸易公司对接的过程中,张良慢慢发现,这些公司从市场上采购鲜花后,发货前都会进行必要的“分拣”工作,品相、品质不好或开放度过高的花就会被丢弃。张良便有了新的销售思路。“以前卖花是不分好坏混合卖。如果我这边提前按照客户需求做好分级,想客户之所想,只供好货,价格和口碑肯定会有所提升。”于是,张良摇身一变,成为一名花卉经纪人,除了自种,还从周边花农处收购鲜花。

谈及此处,张良脸上流露出自信的神情。“2005年、2006年那会儿,在香港市场上每卖出10枝‘卡罗拉’玫瑰,有9枝就是我的花。”

不按斤按枝卖,对当时给张良供货的花农们而言,花卉分级销售是一种很新奇的销售法。到了2012年,不做分级的普通玫瑰在昆明本地收购均价在每枝0.1元—0.2元之间,而分级后卖给张良的价格却能高达每枝0.5元。由于收购价格高,光是出售高等级玫瑰的利润就可以覆盖掉分级带来的损耗,所以附近的花农也都愿意跟张良合作。

起初,花农不懂分级,也不清楚市场需求,张良就拿着剪刀,亲自去花棚里挑选、采花。除了亲自给花农示范,张良还免费给花农提供肥料和生长调节剂,为的就是让玫瑰的等级更高,更符合市场需求。

随着对花卉市场的深入了解,张良逐渐意识到一个问题:光靠自己单打独斗,很难在市场上长久立足。于是,为了更方便地组织起晋宁周边农户,建立稳定的供货源,2010年11月,晋宁昆明张良花卉专业合作社成立了。经过10多年的发展,合作社的种植规模已经达到2000多亩,种植户有163户。

在张良花卉专业合作社包装车间大门口的侧边墙上,张贴着一张醒目的表格——“月季质量等级划分标准”,按照整体效果、病虫害及缺陷情况、开放度等8项内容将月季表现分成4个等级。为了更好地规范生产,合作社在鲜切花的每个生产环节都制定了相应的技术标准,每个标准又分了很多的小项。

在云南,真正将花卉分级销售发扬光大的,当属昆明国际花卉拍卖交易中心(简称“昆明花拍中心”)。作为亚洲交易规模最大的花卉拍卖市场,目前花拍中心共有2.5万个花卉生产者(供货商)会员和3000多个产地批发商(购买商)会员。花卉旺季时,每天的供货量能达到500万枝,最高单日供货量超过600万枝。

在昆明花拍中心成立最初的10年间,这样的规模和成绩是昆明花拍中心董事长曹荣根无法想象的。起初,习惯了粗放式种花、卖花的花农,对于花卉分级销售的模式并不买账,以至于花拍中心在最初的10年时间里,一直处于亏损状态。

为了整个花卉市场的良性发展,在政府的支持下,昆明花拍中心一直坚持从产品端给花卉做分级,并不断制定和推广一系列花卉行业标准。

“我们花了很多力气跟花农们沟通,从分级包装到采后处理,帮助农户们建立‘好花卖好价’的市场意识。”曹荣根拿一枝玫瑰花举例说,“A级品质的玫瑰能卖5元,而最低档的玫瑰只有0.3元—0.4元钱,最好和最差的差10倍,农户慢慢地也就愿意接受这个标准了。”久而久之,农户接受“按标准拍卖”后,就开始自发地按标准种植。

从2015年前后开始,随着消费者的审美水平和消费能力逐渐提高,对于花卉的消费需求量日趋上涨,对花卉品质也开始慢慢有要求,高品质花卉消

# 花——世界



在云南晋宁昆明张良花卉专业合作社内,包装工人正在对玫瑰进行包装。

农民日报·中国农网见习记者 祁倩倩 摄

鲜花是云南的名片,更是云南送给世界的礼物。从“种一束花沿街叫卖”到“亚洲第一”,40多年来,云南花卉产业正实现跨越式发展。

从上游的种质资源收集保护、育种研发,生产种植,到中端的产品分级、市场交易、流通运输,再到下游的品牌打造、配套服务,如今云南千亿级花卉产业格局已经形成。



图为昆明国际花卉拍卖交易中心的交易集散仓库。

农民日报·中国农网记者 邵晋亮 摄

费市场增长明显。“现在好花一点儿也不愁卖。”张良说道。

### 好花更是“种出来”的

五月的云南,天气已经开始炎热,在红河哈尼族彝族自治州开远市羊街乡鱼塘村,记者见到了正在菊花棚里忙碌的村民张海备。张海备承包了10亩土地,每亩投资2万元建设了9亩普通钢架大棚,种植大菊、小菊、乒乓菊等菊花品种。为了控温控湿,他几乎每天都得到大棚里忙活,到采收季节还得聘用临时工帮忙。

此时的张海备,正在为遮光帘的事情苦恼。由于前期投入资金压力较大,没有安装自动遮光帘,而云南夏季日照时间长,菊花每天却需要13—14个小时休眠,张海备就只能自己在花棚上方搭建简易的黑色遮阳网,但使用一阵之后,发现遮光度不够,而且装和卸都很麻烦。“等有钱了,还得找人帮忙重新搞一下,最好能弄个自动的。”

因为缺乏预防设备,销售渠道单一等问题,花卉采摘后只能运送到昆明市场上销售。张海备和当地很多普通花农一样,应对市场风险和价格波动的能力远远比不上昆明周边的花卉合作社和大型花卉企业。

时间回溯到19年前,张良和妻子在斗南开始种玫瑰,夫妻俩亲手搭建了最初的可简易大棚:两根竹子尖对尖,用布条绑紧,再搭上遮阳布。这就是云南花卉的第一代大棚。然而,简易竹棚只能“靠天吃饭”,温度一高,玫瑰品质和开放度就难以把控。这样的情景维持了三四年,直到张良做花卉经纪人小有起色,空间逼仄的竹棚才“光荣下岗”,取而代之的是更为坚固且举架更高的砖棚。

到了2020年,张良又开始了新一轮的“大棚改造计划”。一个高8米、宽8米的全钢架大棚占地约9亩,由合作社社员集资,每亩地投入32万元,并添加了温湿监控系统 and 全自动水肥系统。这样的一个大棚标准一年能产出10万枝花,种植成本在10万元左右,而效益在20万元上下。

“要种地,就必须养地。”在与记者交流过程中,张良多次表达了他的“种地观”。与粮食作物不同,花卉种植需要更加精细的管理,这就意味着,在花卉生长期,所需的投入品更多。在晋宁,部分花卉种植水肥滥用,还有很多农户为了降低成本不舍得投入有机肥,造成了较为严重的土壤酸化、板结等问题。

张良好像一直都是一个“行动派”。在意识到土壤板结会影响花卉品质时,2012年,他就“身先士卒”,开始探索半基质种植。他一开始将基质直接铺在土壤上面,但发现效果并不好。玫瑰喜湿却怕涝,对土壤的排水性要求高。思来想去,便改用石棉网围成长条状花槽,用旋耕机将基质和土壤充分搅拌均匀。令人惊喜的是,使用石棉网进行遮挡后,不仅

土壤透气性增加了,玫瑰枝的高度也比原来高了40厘米。

2017年,张良又开始尝试全基质种植。彼时,全昆明也唯一一家外贸公司在做全基质栽培。他就四处托关系、找熟人获得能参观的机会,偷偷“学艺”,然后根据自己的种植经验进行调整。由于种植设施环境的升级换代,花的品质也逐渐提高。优质标准的高等级玫瑰产量明显增加,在初代竹棚占比只有不足三成,但在高标准全基质大棚里,这个比例可以达到50%—60%。

不同于张良在探索期的艰难困苦,当下采用全基质栽培种植模式的花卉企业可以说是“趁东风扬帆起”。从2022年起,云南省花卉技术培训推广中心探索开展公益性水质、植物检测服务。目前,已经有15家花卉企业参加了该公益检测项目,能够精确了解花卉真实需求,及时掌握花卉生长变化。

如果将“大棚改造计划”比作一场时间跨度较远的马拉松,那云南红河州开远国家现代农业产业园就算得上是现代化花卉生产赛道上的领先者。

始建于2016年的开远现代农业产业园,目前已经吸纳了25家企业入驻,其中花卉企业就有21家。企业可以自由选择两种模式入驻,一是政府建好棚,直接租用;二是企业流转土地,自己建棚。

当记者走进产业园区管理委员会的展示大厅,超大屏幕已经“迫不及待”展示起园区内企业花卉的生产情况。产业园管委会负责人王开学介绍,目前园区已实现对非洲菊、花卉创新中心等10个种植基地的可视化智能控制。

云南西露斯园艺有限公司是较早入驻园区的企业之一,2017年、2018年,公司在园区内先后建成2个大棚,占地50多亩,并引入了荷兰普雷瓦全套智能气候及水肥控制系统,从而实现非洲菊种植温室的自动监测与调控。冬天,当开远室外温度在8℃—9℃时,棚内温度却能自动调控至不低于14℃,保证非洲菊的正常生长。

在大棚内,红、粉、橘、白等10余个非洲菊品种竞相绽放。公司植保负责人阮劲勃告诉记者:“非洲菊的生长环节基本不用操心,光等着采收了。现在两个大棚交替采,各有6个人负责采收和包装,一天能采3万—4万枝。”

据了解,云南花卉种植面积已近饱和。这就意味着,在面积上做“加法”已经很难实现了,必须通过种植技术的改进,并借助智慧农业优势,为花卉产业发展提质增效。

### 好花也是“卖出来”的

作为一个综合性产业服务平台,昆明花拍中心的一个工作重点就是提供市场信息服务,通过产业大数据分析实现“数字产业化”,从而增强议价权、预判市场动向,指导花农生产。

“我们的鲜切花交易数据库里存储了40多个大类、3000多个花卉品种及长达20年的交易数据。”曹荣根介绍说,“大数据分析后,会根据市场预期和实际情况,给花农的种植决策提供参考和建议。所以现在基本不会有花农卖不掉花或花价暴跌暴涨的情况。”通过大数据挖掘,为政府产业政策的制定、市场开拓提供科学依据,也为广大花农了解市场、指导生产提供有力的帮助。

“从2010年开始,我们一直在想怎样更好地交易,怎样更快地走出去。”曹荣根说。这些年来,花拍中心做了很多新的尝试:2014年,昆明花拍中心自建“花拍在线”线上交易平台上线运营,通过“竞价交易”和“定价抢购”,创新价格形成机制;2019年,昆明国际花卉西北分中心在兰州成立,兰州及周边省市的花卉可以在昆明花拍中心和西北分中心同步交易,商家客户可同步购买到两地的新鲜花卉,有效降低物流成本,减少运输时间;2023年,昆明国际花拍菏泽分中心正式启动运营,以拍卖和电商交易为核心,集牡丹、芍药等花卉的交易、加工、仓储、物流、技术培训、新品种研发、推广为一体,为菏泽市及周边省市的牡丹、芍药打通进入全国大市场的渠道。

有了数字化的“云端”交易信息调配,卖花不再是一件愁事。而要让花真正不愁卖,还要重视品牌效应,将花香远播,使一束花的命运不只困于花棚中,而在餐桌上、书柜旁、宴会厅内,都能展现婀娜身姿、散发馥郁香气。

为了打造云南花卉品牌形象,云南省农业农村厅连续5年组织“十大名花”评选表彰活动,目的是通过举办主题系列推介活动,展现名品企业的风采,提升公众对“云花”品牌的认知度。在“十大名花”活动中,共有15家花卉企业及产品曾获得“十大名花”称号,其中,虹华园艺有限公司便是“云花”形象的优秀代表,连续3年,菊花种苗都位列云南省“十大名花”的榜单中。

在红河州开远市羊街乡高效现代园,400多亩标准化连栋生产温室,是虹华园艺公司的开远基地。温室内离地面1米高的网格罩被平铺拉起,一枝菊花茎细长,穿过网格,硕大的花朵呈现在眼前。今年,开远基地菊花种苗生产总量达到2.5亿,鲜切花大约在3000万枝。

“十大名花”的连续当选,在很大程度上为虹华园艺及菊花种苗提供了背书。开远天华生产产业有限公司(虹华园艺有限公司开元基地分公司)行政负责人杨锐说:“形成品牌效应后,现在整个开元市的菊花种苗都比较好卖,也带动了本地农户种植菊花。”据了解,虹华园艺开元基地带动了开元市100多个农户,种植面积接近1000亩。联农带农,这是公司打造区域公共品牌后产生的一个重要效益,也是继续扩大品牌影响力的一个重要途径。

品牌影响力提升本是好事,然而现阶段,让杨锐“苦恼”的是,开元基地的产能跟不上需求,仍有30%的订单存在供应缺口,种植面积不够,人员也不够。

从云南花卉产业的整体情况来看,拥有这样“甜蜜的烦恼”的企业还是在少数,大部分市场经营主体依旧停留在如何提升企业知名度、做好云花品牌战略规划及推广的“前半场”。

除了参与宣传推介活动、提升花卉品质,真正让虹华园艺走在菊花产业前列的,还是对自主品牌的打造。在虹华园艺旗下,有三大自主明星品牌,分别是“虹华园艺”菊花种苗、“花努力”鲜切花、以及“彩云菊”。其中,“彩云菊”是虹华园艺自主研发的高颜值菊花品种,已经是云南省内颇具影响力的明星品牌。公司通过控制温度、水分、光照,调节酸碱度及营养物质吸收,从而使一朵菊花花瓣呈现不同颜色。针对“彩云菊”这一品牌,杨锐介绍:“公司预计会在全国各大中型城市建设‘七彩云菊’系列产品直销的配送店,推动‘七彩云菊’走出云南面向全国。”

品牌化、规模化经营是产业发展的重要命题。当品牌效应初显,品牌价值和溢价能力逐步提升时,在进一步完善基地布局建设、稳固企业在种植规模和经营地位的基础上,转变思路,提升、挖掘花卉产品的附加值,开发花卉文化、旅游产业,打造一二三产业融合新格局,或许是讲好花卉品牌“后半场”故事的关键。

### 花好还需种子好

在云南这座大花园里,在花卉产业前行的路上,像张良、曹荣根一样的人还有很多。他们与花为伴,携花而行,只为到达梦想的彼岸。杨玉勇就是其中的一位。

昆明南山花生态科技园坐落在昆明市阳宗海南岸,驾车穿过月季花和绣球花盛放的山路,蜿蜒驶入半山腰。包装车间内有四五个女工一边有说有笑,一边正麻利地包装刚刚采收的绣球花束。

不一会儿,一位斜挎着相机、戴着遮阳帽,手里拿着两根花枝的老人,主动上前与记者搭话。这位就是昆明杨月季园艺有限公司的董事长杨玉勇。他告诉记者,在昆明杨月季园艺有限公司的园区里,种植了2000多种蔷薇属品种和400多种绣球属品种。近几年还引进了5科10属的南半球木本花卉,研究面进一步扩大。每到花季,从山脚到山腰,一片锦簇。

今年68岁的杨玉勇,曾经是改革开放后第一批大学生,1985年因为兴趣而投身花卉种植,从辽宁远赴昆明,到现在已近40年时间,但谈笑间的“东北味”依旧不减。在这期间,“寻找”和“研发”两个词,一直是杨玉勇于花海中“漂泊”的主题。

“巧妇难为无米之炊”的道理,杨玉勇自是非常明白。为了收集更多蔷薇属和绣球属的种质资源,增加花卉育种的可能性,从2000年开始,杨玉勇就踏上了“寻找”之路。“开花的季节是发现花卉新品种的最佳时机。”每逢春夏两季,蔷薇、绣球绽放之时,杨玉勇带队自驾,三四个人开车一路走一路找,奔波于各地的山野间、林溪处,寻找未曾亲眼见过的“花容”,一扎进深山老林就是十几二十天,一年能跑5万多公里。发现新的属种,就剪下枝条带回来,花做标本,花枝用作扩繁。“云南几乎跑遍了,找不到新品种了。”杨玉勇说。多年以来,他的足迹遍布华东、华中、华南各省。

新品种是花卉产业持续发展的动力源泉,然而育种创新却是一个极其繁复且漫长的过程。杨玉勇指着一束绣球花介绍,从种下一颗小小的绣球种子到长成苗,需要两年的时间,再等开花才能进行花品初选。初选通过,按照申请新品种的程序做稳定性、一致性的实验,这个过程还需要两年。之后扦插枝条、扩大繁殖,在保证所有环节都顺利的前提下,从杂交到所有的步骤完成,新绣球品种的诞生最少需要5年的时间。“而月季因为一年开花好几次,相比之下,要快一点。”

说罢,杨玉勇摘下了一朵绣球花,捏下比芝麻粒还小的种子向记者展示:“我们看到的绣球花瓣其实是萼片,实际上绣球的花器官非常小。”这就意味着,培育绣球新品种的杂交授粉环节变得更高难度,杨玉勇苦笑着摆摆手,“我现在的视力已经干不多了。”

杨玉勇一直有一个梦想,那就是培育出更多的花卉品种,用知识产权费维持公司的正常运营和研发。然而,近40年的花海沉浮,杨玉勇的梦想只实现了一半。公司要正常运行,一年至少需要500多万元资金,其中三四百万元是用于研发的费用。杨玉勇一开始打算以售卖种苗为主,学习国外育种商,将品种的专利费加在种苗的售价中。然而对花农而言,像绣球这样的多年生花卉品种,每年专利费累计加到一起,种苗价格就太高了,让人难以接受。

“粗略估计市场上90%的绣球都是使用我们公司的品种,而真正得到授权的没有多少。”杨玉勇叹息道,品种得不到合理保护,不仅产生各种非法盗繁、售卖的情况,影响公司的推广合作计划,让靠授权费支撑研发的梦想难以实现,还让杨玉勇接连陷入各种“纷争”中,无法脱身。

问题种种,却并不是毫无破解之法。为破解专利费成本高的问题,昆明花拍中心探索推行三方合作模式,促进育种企业、花卉生产者和花农签订协议,使生产者在购买专利品种时无须马上支付专利费,而是等到产品在花拍销售的时候由花拍市场从其交易花款中代扣专利。

为保护花卉育种人、育种企业及种植者的合法权益,2023年3月,由杨月季公司牵头,联合育种和生产企业成立了“花卉新品种研发与保护联盟”,提升我国花卉育种行业的规范化、组织化、合法化和专业化程度。

花卉产业市场流通强,市场规律会驱动企业不断探索更好交易模式和育种机制,“同时政府也将继续有为,加强知识产权保护,为创新育种保驾护航。”云南省农业农村厅绿色食品处副处长张昉告诉记者,由于花卉产业的国际化市场化程度高,企业加强自主创新育种的同时,更需张开怀抱引进海外育种机构,共同开展科技创新,以合作促进步。“不仅要利用老天爷给的条件做中低端的事,更要往中高端的方向努力。”张昉语气坚定。