



两头跑，“后期还要建出口储存舱、消杀仓，预计明年初就能启用。”

面对国内蝴蝶兰价格内卷、竞争加剧的市场压力，一批企业把目光投向出口外销，作为推动产业发展的战略选择。如今，蝴蝶兰“出海”步伐正在加速，2023年里水花卉交易总额约11.5亿元，其中出口贸易额8千万至1亿元，出口蝴蝶兰比例逐步跃升。

然而，相较于国内市场，开拓国际市场还面临哪些不确定、不稳定因素？既要“增量”又要“拼质”的蝴蝶兰“出海”之路该怎么走？如何打响里水蝴蝶兰的海外“招牌”？一个个问题的答案，或许就藏在各个蝴蝶兰企业海外掘金的故事中。



■里水万顷园艺世界蝴蝶兰种植大棚。(资料图片)

既要『增量』又『拼质』 蝴蝶兰『出海』如何走？

南海不少蝴蝶兰企业开拓国际市场，推动产业发展



■新技术培育蝴蝶兰新品种，改良蝴蝶兰品质。(资料图片)

突破

完善出口服务 打通销售堵点

“出海”路上，仍有许多“关卡”需要突破。企业还可能面临天气异常、国际形势变动、进口管控政策变化等风险。“有一次货物发往韩国，原定15天就能抵达，却遭遇台风，硬是拖到25天，货品损耗达到10%~15%。”王朝水无奈地说。

历经重重考验，漂洋过海的蝴蝶兰如何“落地生根”，实现“叫好又叫卖”？不少企业反映，在蝴蝶兰销售的前半程，海外买手对在地采购环节了然于心，但在打入海外市场的“最后一公里”，南海缺乏一级经销商帮助打通更多销售堵点。

瞄准海外赛道，有企业抢先入局，也有企业迟迟无法迈出“第一步”。区贸促会副会长周子健注意到，碍于对政策法规、出口报关流程不熟悉，及出口货物收结汇流程的复杂性和不确定性，企业开展花卉自营出口业务意愿不高。

扫清“出口”障碍，扩大品牌影响力，既要自下而上的推动，也要有自上而下的引导。

近几个月，在南海区经济促进局、区农业农村局、佛山海关驻南海办事处等部门的牵头下，数场里水花卉出口业务研讨及企业座谈会召开，传来令人振奋的信号：南海计划在花博园和万顷洋等园区范围内，挖掘、引导、促成更多企业成立贸易公司，为蝴蝶兰出口提供服务，并引进有海外订单或客户资源的企业，完善上下游供应链，释放出更多发展红利，推动花卉产业提质增效……

里水蝴蝶兰能否在“出海”之路上高扬“品牌之帆”行稳致远，令人拭目以待。

文/佛山市新闻传媒中心记者 梁慧恩 程虹
图/佛山市新闻传媒中心记者 程虹 署名除外

出口标准各有差异 倒逼企业把控品质

2022年1月1日，区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)对中国等15个成员国正式生效，全球最大的自贸“朋友圈”就此形成。

有了稳定的客源，再加上国际贸易的新机遇，里水雄心壮志，致力于打造全球兰花种苗供应中心，但海外市场的复杂性远超想象。

出口花卉需要满足严格的检疫要求，不同国家和地区对花卉的进口政策、法规及检验检疫要求各有差异，这对供货企业来说是一个不小的挑战。比如，韩国要求对蝴蝶兰的地上、地下部分，装载包装和铺垫材料等进行详细查验；日本的检疫标准涉及多个方面，包括检疫性有害生物名单的调整、新增的种子检测要求等。

这倒逼企业把控品质。“现在每年单靠种植基地的货量满足不了客户，还需要从供应商处收近100万株种苗和成花株。”王朝水说，收购不代表一劳永逸，这些蝴蝶兰可能携带病虫害，因而需要棚养一两个月驱虫杀菌，“体检”后再重新打包“出海”。

郭海金同样感同身受：“检疫不合格，可能会面临整柜销毁，让企业损失惨重。”葳盛园艺每年外销的蝴蝶兰中，有20%的蝴蝶兰来自其他种植户。在收购环节，郭海金会优先选择大棚标准化生产的种植户，并在此基础上进行多家对比筛选，确保蝴蝶兰采购品质。

不过，想种出符合出口标准的蝴蝶兰并非易事。里水蝴蝶兰种植主体超300家，其中直接或间接开展花卉出口贸易的企业约70家，难以实现统一规范化管理，生产的蝴蝶兰品质参差不齐。

为了解决这一痛点，《南海区进一步加快花卉产业高质量发展行动计划》明确，推进南海花卉产业高质量发展，扩大南海花卉品牌影响力，以里水万顷园艺世界为核心区域，打造实时监测生产加工环境数据的花卉园艺产业园，并持续推进花卉生产数字化、专业化、标准化发展。其中，花萃打造的综合性蝴蝶兰园区，采用“企业+基地”模式推动订单化生产，搭建储存仓、消杀仓等硬件设施，在种植端发力提升出口蝴蝶兰品质，为其他企业提供示范。

市场

加大出口力度 还需品牌造势



■出口的蝴蝶兰品种。

面对“出海”，葳盛园艺相关负责人郭海金则相对谨慎。他的第一笔“出海”订单是“坐等客来”。2015年，第三方代理公司主动来园区对接，“他们业务成熟，手续费不贵，一个货柜大概1000元，我们只要按标准出货就行，就这样促成了第一笔订单。”

海外市场并不是葳盛园艺的主攻阵地。目前，葳盛园艺的蝴蝶兰只有五分之一销往海外，“能在国内消化完最好，我们不会押注海外，为了减少亏损，反而会控制出口量，优先保证国内市场需求。”郭海金说。

“出海”，除了市场广阔、价格优势等原因，更重要的还有“品牌造势”。

花萃团队在越南出差时，看到机场热销的蝴蝶兰，问起才知道来自里水，“我觉得还是要打响南海本地的花卉品牌”，于是他萌生花卉“出海”的念头。

今年1月，经广州海关所属佛山海关驻南海办事处检验检疫合格后，佛山市花萃商贸有限公司的3000株蝴蝶兰经打包、装车后发往广西，随后出口至越南，这也是南海本土栽培的蝴蝶兰首次在家门口实现出口海外市场。“目前，公司出口蝴蝶兰达20万株，接下来我们将加大出口力度。”该公司相关负责人说。

需求大 价格稳 『出海』订单排到明年

上午9时，在里水万顷园艺世界王朝兰园门口，3万棵蝴蝶兰种苗“整装待发”。当天装柜完毕，后天凌晨就能抵达越南河内。

“越南人爱花，祭祖拜神、日常装饰等都会用到鲜花，蝴蝶兰海外市场广阔。”王朝兰相关负责人王朝水说，王朝兰园近八成蝴蝶兰出口到海外。

作为万顷园艺世界创立初期就引进的第一批蝴蝶兰种植户，王朝水很早就嗅到“出海”商机，“生意圈的朋友聊起越南鲜花需求量大、价格相当可观，而恰好里水具备了产区和品种迭代迅速的优势，开拓海外市场的底气足。”

2013年，王朝水赚到海外市场“第一桶金”。“十几万的蝴蝶兰订单，我只负责提供成品，不用操心海关报批、落地分销等流程。”王朝水说，作为“批发商”，生意已做到越南、新加坡、泰国、韩国等地，订单排到了明年。

2016年，一笔韩国订单因市场原因取消，“虽然亏损不大，但很打击信心。”王朝水随即改变策略，不再被动接“订单”，而是主动出击“主导”市场，“研究不同国家的审美偏好，如颜色，越南偏爱白色、黄色，新加坡偏爱红色等。分析调查数据，出口适合当地的开花株和种苗，盈亏亏损相对可控。”

从最初的十几万株到如今的200万株，王朝兰园的蝴蝶兰出口量还在稳步增长，“国内价格战太卷了，外销价格相对稳定。”谈及海外市场，王朝水比较乐观。



■工作人员打包待出口的蝴蝶兰。