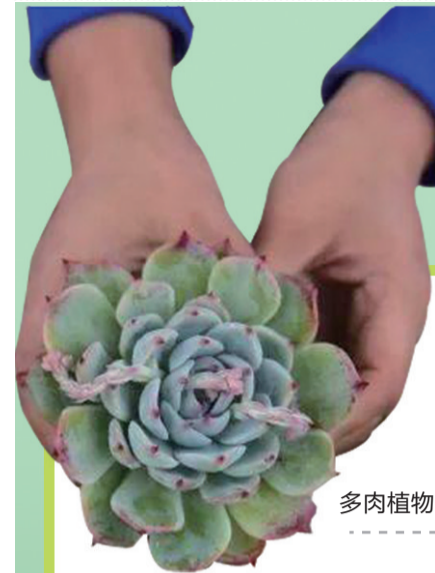


一片叶子卖上万元，有人年赚几千万元 热植，年轻人的治愈密码？



多肉植物

热带植物，简称热植，目前国内常见的有龟背竹、海芋、蔓绿绒、花烛等种类。不同于传统开花植物，它们的共同点在于“不开花，只观叶”，硕大的叶片上布满了自然生长形成的独特纹路，被爱好者视为“生命的脉络”。

近两年，醉心于热植的年轻人越来越多，带动了一批线上热植店铺和热植博主的火爆，从海外进口、自主组培到线上售卖的整个产业链也随之完善。热植“热”的背后，是当代年轻人愿意花钱为情绪价值买单。

花数万元为情绪买单

一株只有一片叶子的红棕黑丝绒花烛，挂出了1.89万元的高价，30秒后被一位网友拍走；一株起拍价为3000元的小羊皮杂个体花烛顶芽，经过7分钟多名网友的57轮激烈竞价后，最终以4680元成交。

“近年比较火的热带植物，与我们熟悉的‘绿化带植物’滴水观音、龟背竹、绿萝等，都是同属天南星科植物，价值却各异，很多叶子带有斑锦的变异杂交品种，它们的观赏性会更好。”“植物未来”店主石心介绍，手掌大小的一盆“克莱恩”“水晶”花烛能卖到四五百元，颜色、品相好的要上千元。在小红书、抖音等社交平台，时不时有玩家“晒”出自己价值不菲的“花烛墙”（由十几种或几十棵花烛叶组成）。“买热植的玩家，不会只满足于拥有一盆。少则花费近万元，多则数十万元。”石心告诉记者。

另外一位园艺店主吴家凡告诉记者，在园艺人眼里，如今鲜花园艺市场发展最有生命力的细分赛道，是年轻人主导的“新园艺”热植。淘宝天猫最新发布的《鲜花园艺消费趋势报告》显示，2024年前6个月，超2亿用户购买了鲜花热植。其中，蔓绿绒、白锦龟背竹等热植占据都市一族的日常生活，销量翻了接近两倍。“越来越多人将植物视作情绪载体，在电商平台选一把鲜花、挑一棵绿植，不仅是当代家装的重要元素，年轻人更通过养花养草来治愈自己。”报告显示，在我国家庭养花者中，年轻人比例最高。从消费者人群画像来看，30岁左右的年轻人占比超六成。

日益壮大的“植友群”

作为非标准产品，如何确保自己在线上购买的热植“所见即所得”，是消费者担忧的事情。而通过直播带看的方式，让观众“在线选货”，是热植店铺常见的营销手段。一些在淘宝上排名靠前的店铺，常常在夜间开播，每晚的直播间观看人数上万，同时有一两千人在线已是常态，能抢到一盆植物全靠手速。

直播间的火热并不会随着店主的下播而消散。“浇灌植物超市”是目前淘宝 ins 热植排行榜第一位的热植店铺，其在抖音、微信等多个平台拥有共40余个“植友群”，每个群成员人数在500左右。

记者观察发现，这些“植友群”里的植友们平均年龄在25岁至35岁，居住地遍布全国。群里氛围十分活跃，话题并不仅限于植物的购买，他们会自发地分享在不同地区、不同气候情况下，如何对不同品种的热植进行养护。

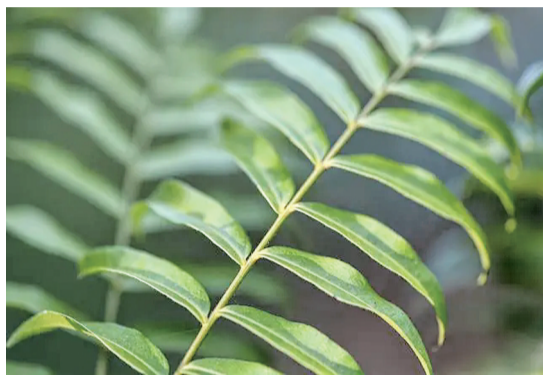
同时，店铺创始人也频频下场“传授”经验，根据客户的具体情况为他们挑选合适的绿植，这使得店铺的客户忠诚度高于其他同行。

如果说散布在各个城市老城区历史悠久的“花市”“花卉市场”是中老年人的固定打卡点，那么线上的“植友群”“植物直播”，则是互联网Z世代的“心灵栖息地”。在热植交流群里，大家除了疑难杂症提问、热植靓照分享之外，也会聊起工作的不顺心和生活里的快乐瞬间。

“以热植为媒介，我和更多的人产生了链接，这其实和打游戏、养宠物无异。”有热植爱好者向记者表示。而相比于猫狗等宠物来说，同样具有生命力，又不用时时刻刻照看的热植，更适合工作忙碌的成年人。

事实上，大部分原产自热带雨林的植物，在脱离了原生环境后的养护难度都较高，尤其是在纬度更高的中国北方城市。想要养进阶版，就得“上科技”，配置热植柜、散射灯、专属营养土等等周边，才可以维持其正常生长。

“其实中国大部分地区都是不适宜养热植的，太冷了会休眠，太热了会焦掉，太湿不透气会闷烂根，要想办法给它们模拟出热带雨林里的环境，在室内装散射灯保持每天12小时的光照。”热植爱好者向记者表示，“看到它们以肉眼可见的速度成长，我很有成就感。”



爪耳木

“90后”年赚数千万元

当下，年轻一代逐渐成为园艺花卉养护行业的主力军。2019年，某鲜花网络零售商公司营销总监石心与上海某人工智能公司高管吴家凡，两个毫无交集的“90后”年轻人，不约而同放弃了高薪，南下广州做起了“养花种草”的生意。

四年间，他们从种植基地到在平台直播，不仅打破国外热植技术和品种垄断，还自主杂交出更多稀缺花烛品类。石心当初东凑西借的100万元创业基金，已经翻了数倍，成为年赚六七千万元的头部热植商家。吴家凡的店铺也常年稳居电商平台北欧绿植品类热卖榜排名第二，并在挨着广州芳村的地方建起了近3万平方米热带植物种植基地。

业内人士指出，相对蝴蝶兰、发财树等传统园艺产业，“90后”园艺人更善于抓住电商红利，来服务年轻消费群体。据中国花卉协会《2023年全国花卉产销形势分析报告》数据显示，2022年我国花卉零售市场总规模达1986.8亿元，其中电商行业市场规模达1086.8亿元，占总规模的54.6%，2023年将达到1300亿元。

年轻园艺人更愿意投入精致的快递包装与周到的售后，来提高顾客复购率。吴家凡告诉记者，包装上采用业内最厚的纸箱，加上保护措施，每单光成本就要两三元。石心售卖的部分高端绿植的包装成本甚至贵至10元。这么做下来，让石心的店铺复购率达到55%左右。

热植市场价格波动大

“带锦热植”指的是植物由于叶绿体中叶绿素的产量不均匀导致叶片出现大片的白色、黄色或褐色的斑块，一般会更加难以自然繁殖和成活，也正可能因为这种独一无二的随机性，让它们变得格外美丽且昂贵。2021年一棵“一般锦化”的中苗2叶的白锦龟背竹，普遍能卖到1000元以上。而被称为“热植圈爱马仕”的锦化橙柄锦蔓绿绒价格更是按叶片计算价格，一片叶子要10000元左右。

那时的国内热植圈只有寥寥几位专业玩家，成规模的市场尚未形成，珍稀品种主要依赖进口，从海外进口的“桩子”在经历了长时间的海运后，发根、长叶的概率很低，爱好者要淘到一棵心仪的植物通常要在二手平台上蹲守许久，这种背景下，热植价格高昂也是必然。

而现在，同样一颗“一般锦化”的中苗2叶的白锦龟背竹市场价格在200元左右，橙柄锦蔓绿绒也降到一片叶子1000元的价

位，比起2021年巅峰时期的价格，降幅明显。“目前市面上，除非是特别稀有，或者是形状、大小特别完美的热植之外，普货卖不了多高的价钱。”热植爱好者表示。

热带植物平均价格的下降，由充裕的供给导致。一方面，是因为海外特别是东南亚的植物在源源不断地进入国内，它们中的大多已长成母本并被大量繁殖；另一方面，为了扩大繁殖，花商对植物进行成规模的选育组培，组培成功的植物品种很快就迎来断崖式掉价，越来越多的品种正在加入此行列。

“组培技术”是指从高等植物中分离一个或数个细胞或植物体的一部分进行培养的技术。简单来说，就是从植物上切一小块出来，令其生长为一个新的个体。在此背景下，最容易被组培且生长较快的秋海棠大幅降价；组培要求较高，生长较慢的种类如橙柄锦蔓绿绒、巴西火焰龟背竹，虽降价明显，但仍不便宜。

随着供给端放量，市场出现乱象。“以前很多种类都完全依靠从印尼、泰国等地的进口，现在随着我们国内植友需求的增长，热植大棚和组培公司做起来了，组培成功的品种数量一下就上去了，甚至出现国内的植物去东南亚遛一圈冒充进口再回到国内的这种乱象。”一位从业者向记者表示。

艾媒咨询分析表示，热植市场近年不同品种的价格波动是正常的市场规律，也是这个新兴市场不成熟的表现。前期渠道稀缺性和资金的炒作达到顶峰，随着规模化的生产和普及，整个市场的价格会逐渐趋于稳定，最终达到一个平衡点。同时，艾媒咨询持续看好热植风口，未来人们对绿色生态和环保理念的加深认可，热植作为最适合家居装饰的绿植，依然有非常大的市场和发展潜力。

纵深

“治愈”消费越来越热

年轻人的消费倾向，似乎越来越“治愈”了，“治愈系消费”——热植、手办、毛绒玩具等小玩意儿成了这届年轻人新宠。著名毛绒玩具品牌“Jelly cat”推出的“植物系列”玩偶，一经发出便全面售罄。而其招牌产品“龟背竹盆栽”更是难寻，社交平台上，到处是“求龟背竹”的帖子。

面临着工作、学业等方面的压力，年轻人们需要一个情绪宣泄的出口。而像宠物一样能够带来陪伴感的热植和毛绒玩具，不但不用承担较大的饲养压力，又能承接住年轻人的情绪需求。同时，将它们分享在网络上也成为当代年轻人“装点朋友圈”的社交货币，投射出了年轻人的情感需求。

“手触泥土的踏实感可以抵抗焦躁感，让人重新爱上这个世界。即便是住在出租屋里，但只要拥有一个角落的热植架，上面是自己精心养护的植物，就能带来强烈的归属感。”社交平台上，一位热植博主道出了热植大火的真谛。

与其说是爱上热植，倒不如说，植友们希望自己能够像热植一样，有着硕大的“叶片”，葳蕤生长，且充满力量。

综合广州日报、21经济网等



花烛