

# “樱花经济”如何常开不谢?

□本报记者 张辉 通讯员 黄海 文/图

穿透



福州鲤鱼洲樱花园

学思想 强党性 重实践 建新功  
——党报记者八闽调研行

## “爆改”福建山樱花

位于福州西郊的鲤鱼洲樱花园,是16个网红打卡点之一。180亩土地上遍植中国红、牡丹樱、香水樱、红粉佳人等主流樱花品种,花期从春节前持续至3月底。这个春节,游客纷至沓来。樱花树下,既能赏樱品茗、拍照打卡,还能体验网红“白兰阿姨”簪花围手艺。

鲤鱼洲樱花园项目的操盘人,是省樱花协会会长黄勇军。他与樱花的缘分,始于2011年。

这一年,在“回归经济”的号召下,乡贤黄勇军回到老家邵武市大竹镇。当时,绿化苗木产业正当风口。瞄准了商机的黄勇军决定试水苗木生意,在众多树种中选择了初露头角的樱花。

在社交媒体刚刚兴起的年代,樱花虽是苗木界新秀,但已显露出网红潜质。

2000年,云南无量山——《天龙八部》里段誉初识神仙姐姐的地方,台商在茶园套种樱花树以遮阴,却意外打造出了樱花谷景观。经摄影师之手,无量山樱花谷走红全国,成为国内樱花景点中的“初代网红”。此后,赏樱的风吹向全国。各地相继引种樱花树,策划文旅活动,引爆一波又一波流量。

浪漫的事,也在福建发生。

“福建樱花野生资源丰富。”省林木种苗站原一级调研员、教授级高级工程师陈璋说,福建山樱花、浙闽樱、华中樱等樱花原种在福建广泛分布。其中,最具代表性的当数福建山樱花。它花形呈钟状,因此又名钟花樱;有别于日本白色系樱花,花色绯红,多于冬末早春时节开放,因此又名绯寒樱。不过,野生状态下的福建山樱花着花量少,花形小,花朵开放程度低,长势参差不齐,观赏性差,难入爱花之人法眼。

“爆改”后的福建山樱花,实现了华丽蜕变。

2000年前后,台商将产自台湾阿里山、阳明山的樱花种源带到福建。其中大部分都是福建山樱花经选优、杂交改良的后代。它们不仅克服了祖先的缺陷,还拥有了更加多元的花色、花形、花期变化,观赏价值倍增。

闽台合作为福建带来了关于樱花良种化的启发。很快,本土研究者开始系统研究福建山樱花资源。2002年起,省林业厅、省花卉研究中心、福州快乐园艺有限公司等联合南京林业大学开始调查收集福建山樱花种质资源,研究其种群分布与遗传多样性,并攻克了福建山樱花嫁接、组培等繁殖技术,让种苗木量产成为可能。商业嗅觉敏锐的企业家则广泛引种,发展苗木基地。

黄勇军家的“花田喜事”,就是从这个时候开始的。

2012年,他在邵武市大竹镇流转1000亩山地种植樱花苗木,此后基地又开拓至邵武市大埠岗镇、福州等地,总面积超过4000亩。那几年是樱花苗木市场最红火的时候,甚至出现了“按厘米论价”现象。

“主流品种红粉佳人,地径10厘米以下的小苗,一厘米上百元;超过10厘米的中苗,一厘米三五百元;超过15厘米的大苗,一厘米要数千。”黄勇军说,当时一株10年树龄的樱花苗,市场报价动辄三四万元。闻风而动的农户随之跟进,全省各地掀起了一阵樱花苗木种植热。

随着樱花种植渐成规模,花海景观呼之欲出,发展赏樱经济水到渠成。

2015年,由黄勇军经营的、位于大埠岗镇道峰山脚下的2000亩樱花基地,变身樱花小镇。这是一个以樱花为主题,集观光游乐、休闲采摘、餐饮民宿、露营野炊等业态于一体的旅游综合体。市面上常见的樱花品种,都能够在这里一睹其风采。春节前的中国红、春节期间的牡丹樱、元宵节的香水樱、妇女节前的红粉佳人……在邵武樱花小镇赏花期可从1月底持续至3月底,每年樱花季吸引游客近10万人次。周边村民也因赏花游有了更多在家门口增收的机会。邵武小镇的“烧饼大妈”在景区卖烧饼,春节前后20多天就能增收2万余元。

樱花也逐渐走向景区、城市公园、植物园、国有林场,甚至酒店,逐渐成为各地文旅经济的引流利器。来自省樱花协会的数据显示,目前全省樱花种植面积约10万亩。去年举办的“福建省2023年樱花文化旅游节”,发布了全省十大樱花打卡点,带动游客173万人次进入各地樱花园赏樱。

核心提示

春节前,省樱花协会、休闲农业协会联合发布樱花网红打卡点名单。这份春天赏樱地图,收入了全省16个不同类型的樱花景点。

提到樱花,很多人首先会想到日本国花。其实,樱花的根在中国。越来越多的研究表明,它可能发源于喜马拉雅山脉,而后扩散至北温带其他地区,包括日韩等地。

作为樱花的故乡,中国樱花野生资源丰富。樱花植物约150个种,其中三分之一在中国有分布记录。但历史上,樱花

在百花斗艳中从未拔得头筹。近年来,文旅经济方兴未艾,这一古老树种开始进入大众视线。那些散落于山野的野生资源经过改良之后,逐渐成为赏樱经济的浪漫担当。

福建是四大樱花观赏种之一——福建山樱花的原产地。得益于育种家的精心培育,福建山樱花延伸出了丰富的品种体系。目前,全省樱花种植面积约10万亩。相约赏樱花,已成为与春天最浪漫的约定。

本期《深读》走近这一浪漫树种,以及转型中的樱花产业。

樱花产业不仅要去库存,还需要创新增量。

“樱花苗木行业面临的是结构性问题。”福建丹樱生态农业发展有限公司董事长王琳说,尽管苗木行情整体低迷,但好品种、好树形在市场上依然是不愁卖的稀缺产品。

10多年前,在台湾林业专家胡大维的启发下,丹樱公司开始大量收集樱花种质资源,开展选优、杂交等新品种选育。其位于连江县的樱花基地,樱花种质资源数量超过100份,在全国居于前列。目前,其团队选育的40多个樱花新品种已获得植物新品种权,数量为全省之最。

重瓣型樱花新品种红粉佳人,是全国首个获得植物新品种权的樱花品种;选育出全国第一个获得植物新品种权的浙闽樱变异品种东韵;在全国率先选育出垂枝类型的樱花品种丝丝粉蝶;丹妃、丹霞、丹红等品种获得福建省林木品种认定,并实现了知识产权转化……这些新品种不仅有更强的适应性,还有效延长了福建赏樱期,最早12月,最迟可到来年4月份。不同的花色、花形,则带来了更加丰富的视觉效果,打破了大众对于樱花非白即红的印象。

目前,丹樱公司选育的樱花新品种已经在省内外大量应用。与此同时,该公司正帮助各大樱花种苗基地,对库存苗木进行高接换种,改善栽培技术,建立产品标准,为卖不动的库存苗开展新一轮“爆改”。

## 延伸产业链

赏樱,只能去景区吗?并非如此。你还可以“把春天带回家”。

在王琳看来,樱花产业的另一个问题,是产品模式单一。她的团队正致力于推动樱花家庭消费,主要抓手是樱花鲜切花和小盆栽两款产品。

其实,樱花树生长过程中,每年都需要修剪掉大量内膛枝、杂枝等多余枝条,以优化树形,保证树体整体长势。王琳团队将这些废弃物物尽其用,开发出了专用营养配方,让樱花在瓶中盛开成为可能。其观赏期可维持在1周以上。多年来,年宵花市场被蝴蝶兰、水仙花、红掌、北美冬青等传统花卉所占据。更具浪漫气息的樱花,花期恰逢春节,能够为年宵花消费提供更多选择。

樱花小盆栽,同样是家庭赏樱的重要载体。可是,让乔木植物屈身于小小的花盆,并不是一件容易事。最重要的是选育出适宜盆栽与居家观赏的品种,树体生长要相对缓慢,具备小而美的情调;花头不能像园林品种那样朝下,以便于近距离观赏。同时,盆栽樱花对用土、管护、造型等都有要求。经过多年试验摸索,王琳团队已逐步破解了技术难题。未来,小盆栽樱花有望真正成为常态化产品进入家庭消费场景。

樱花只能看吗?答案也是否定的。它能吃,也能用。樱花进入寻常百姓家的另一个方向是精深加工。

黄勇军提及了行业先行者的实践。广东省的一个日化品牌,主打真鲜花护理产品。其拳头产品樱花沐浴露,不仅含有肉眼可见的花瓣碎末,还添加了从樱花中提取的天然成分。目前,这款产品已出口至全世界50多个国家和地区。

日化产品,仅仅是樱花产品开发的一个方向。陈璋认为,在食品领域,樱花可用于制作茶饮、甜点、菜肴调味品。同时,有研究表明,樱花中含有多种维生素、樱花素、樱花酸、樱花苷等成分。这些成分具有抗氧化、促进糖分代谢、镇痛、调节血糖水平等功效。在充分摸清樱花成分及其功能的基础上,选育专用品种,应用于生物医药领域前景可期。

更多的问题正在樱花行业内被提出。赏樱就只是赏樱吗?不,赏樱还可以与茶会、地方传统文化体验等结合在一起;种樱就只能卖樱吗?不,樱花是一个潜在的大IP,国际奢侈品牌樱花系列包包、李宁樱花系列国潮服装的流行,都证明其在文创开发方面大有可为……这些问题都指向了樱花产业转型的新方向——创新产品形态,革新产业模式,更新消费场景,不断拓展一朵花的想象空间,玩转花样经济新花样。

福建农林大学校长兰思仁建议,借鉴“三茶”统筹理念,统筹做好樱花产业、樱花科技、樱花文化。

他认为,应加强科技引领,推进我国樱花种质资源保护与科学利用,加快培育抗性强、花期相错、花形花色丰富、适应不同应用场景的新品种;加强产业模式创新,推进一二三产融合,延伸樱花产业链,创造更加多元的樱花消费场景,提高樱花产业附加值;加强文化培育,深入挖掘提炼具有中华民族特色的樱花文化内涵,推进樱花文化与福文化深度融合。



大田仙居山樱花园



樱花小盆栽和鲜切花



福州国家森林公园福寿岭石林山樱园



漳平合品樱花茶园

## 艰难“去库存”

从引种、种苗、卖苗,再到卖门票,樱花产业走上了发展快车道。但随着近年来苗木市场退热,樱花苗木供不应求的局面发生了逆转。苗农发现,库存苗越来越难卖,甚至出现了相互压价的现象。

“一株地径10厘米的绯寒樱,需要栽培四五年,但有时候只能卖两三百元。”黄勇军说,不少樱花苗木基地陷入两难境地——卖,只能贱卖,售价不足以覆盖成本;不卖,每年依然需要源源不断地投入土地租金、人工管护等成本。

樱花苗木市场的低迷,与大环境有关,但更多源自早期无序发展。一个直观的表现是,行业规范与产品标准缺失。

“许多苗农一哄而上种樱花苗木,却不知道选什么樱花品种、市场在哪里、客户需求是什么。”黄勇军说,不同的应用场景,对苗木产品有不同要

求。比如,景区、庭院、公路等场合,对樱花树形的要求截然不同。在主干道旁栽种樱花树,不仅要考虑景观效果,还要确保树冠足够高,不能影响来往车辆通行,不能遮挡司机视线。这就需要苗木种植过程中,科学定杆,合理控制树体分枝点的高度。但现实情况是,不少苗农缺乏产品意识,品种混乱,管理粗放,苗木质量参差不齐。市场上好苗不愁卖,缺少标准的苗只能沦为库存。

去库存,是樱花行业不得不面对的现实问题。不久前,省樱花协会发起倡议,鼓励各地樱花苗木基地与景区结对子。“基地前期为景区免费提供苗木,负责景观营造与日常管护,日后产生门票等旅游收益,双方按照约定共享分成。”省樱花协会秘书长林福光说,此举意在通过资源共享、优势互补,既为库存苗找出路,又能加快打造更多具有标杆意义的樱花文旅产品。

樱花景点多了,客从何处来?林福光正推动“全国相约春天赏樱”活动。他的设想是,聚合

全省樱花旅游资源,自南向北打通全国赏樱路线。到时候,游客可通过统一的票务系统,实时掌握全国各地樱花景点信息,并实现一键购票,共赴春天之约。

深耕苗木行业多年的黄勇军,则将数字化理念植入樱花产业,从苗木商向服务商转型。

为此,他围绕苗木产业开发了3个数字平台——苗木宝、苗客、树联网。苗木宝,为苗木供需双方提供信息撮合服务;苗客,为消费者提供苗木在线认种认养及观光休闲等体验式服务;正在建设中的树联网,则借助物联网、大数据、区块链及人工智能等技术,为每一株苗木绘制专属“信息图谱”——什么品种,种在哪里,如何管护,如何产生商业效益及生态价值,增值预期等信息一目了然。未来,3个平台将共同构成一个商业闭环,对每一株树苗进行数字化确权,实现苗木种植、苗木交易、投资等多种功能,逐步实现苗木产业数字化,以全新商业模式赋能樱花苗木产销。