

◎聚焦

# 嵩明县鲜花贸易转向人工花卉 永生花上市受追捧

永生花，也叫生态花，是将鲜切花经过脱水、脱色、烘干、染色等一系列工序加工而成。和普通干花不一样，无论是色泽、形状、手感几乎与鲜切花无异，是花艺设计、居家装饰、庆典活动最为理想的花卉深加工产品，一直深受国内一线城市，以及日本等国，欧美和南亚东南亚等地区欢迎。近年来，嵩明县围绕花卉产业，将鲜花贸易逐渐从鲜切花转向人工花卉，做深做强产业链，永生花销量增长明显。

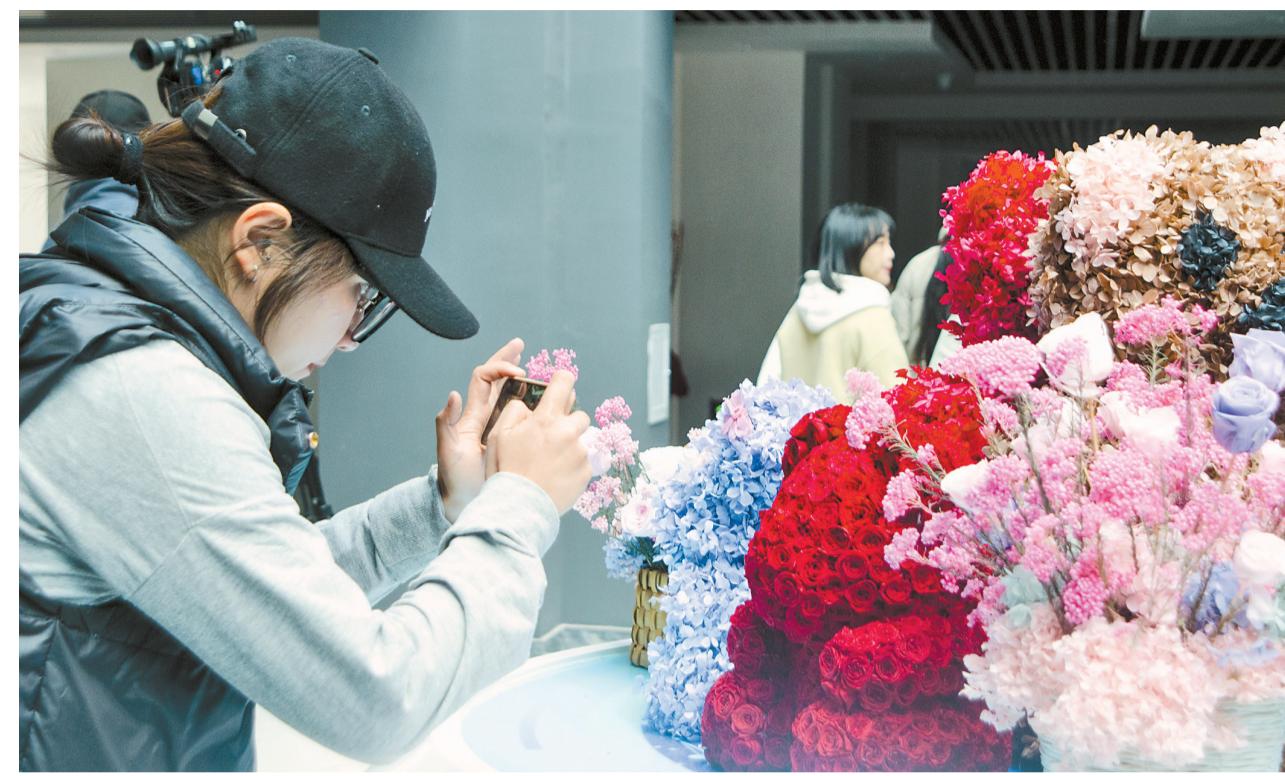
## 永生花市场潜力巨大

在嵩明县杨林镇李官营村云南古滇花部落商贸有限公司（以下简称花部落）的大棚里，散发出阵阵尤加利叶的香气。村民们正在整理刚刚采摘下来的枝叶，将枝条捆扎成束状、染色……经过一系列工序，尤加利叶在这里重生，然后搭上中欧班列，销往俄罗斯市场。

在李官营村，约七成村民从事与永生花相关的行业。这几年，村民李武的种植基地扩大到了20亩，从2020年开始，他为花部落提供订单式种植，企业需要什么品种的花，他就种什么花。去年，李武种植的水晶草就卖了13万元。2019年，同村村民李华贵根据花部落需求，改种了兔尾草、橙菠萝等花卉品种，他乐呵呵地告诉记者算起了账：“兔尾草去年卖到每公斤60元，收回回来还晒在场上就被收购了，有些品种能达到每年每亩2万元的收益。”

花部落负责人李建华介绍，公司近80%的产品销往国外，最近刚收的一批会陆续发往国外，涉及水晶花、兔尾草、满天星、羊齿叶等数十个品种。“从目前销售数据来看，永生花发展潜力巨大。”对于未来，李建华信心满满。

嵩阳街道云南傲丽花卉有限公司也是当地永生花生产销售大户。傲丽花



观展人员在永生花展品前拍照

卉负责人李双萍介绍，永生花选用优质鲜切花，颜色更为丰富，保存时间可达3年以上。公司生产的玫瑰、绣球、康乃馨等产品通过线下和线上远销各地，同时还出口澳大利亚、日本、韩国等国家和欧美、东南亚等地区，去年销售额已达500万元左右。

## 电商助力永生花“出圈”

由16朵经过处理的玫瑰组合而成的“香颂抱抱桶”永生花刚上线云南嵩明麦丰种植联合社直播间，就立刻

吸引了大量网友关注。随着电商崛起，永生花得到了越来越多的认可。主播晓晓介绍：“花材从种苗就必须精挑细选，鲜花可采摘时，花农只选取品相好的花朵，经过分级、脱水、脱色、染色，然后再次分级，才能加工成摆件或花艺成品，以‘香颂抱抱桶’为例，在直播间卖得很快。”

永生花“出圈”的背后，是嵩明县对“花经济”延链、强链的探索。不论是花部落还是傲丽花卉，选择到嵩明发展永生花，除了得天独厚的自然环境，还有政府为“花经济”所提供的发展环境。

本报记者 李桀/文 万旭/图

# 怒江州打造绿色香料产业园 精深加工延链补链

阳春三月，怒江绿色香料产业园核桃加工厂里机声隆隆，一瓶瓶金黄透亮的核桃油从现代化流水生产线“走”出来，远销全国各地。在新建的厂房内，工人们忙着搬运器材、装修车间，处处可见繁忙的生产建设场景。

“园区一期建设已进入收尾阶段，完成了信息中心、5栋标准厂房以及路网管网等园区基础设施建设，4家企业已入驻。”怒江绿色香料产业

园项目经理杨欢园介绍，位于泸水市上江镇湾桥河流域的香料产业园是怒江傈僳族自治州全力打造的重点项目，总规划为三期。一期主要建设香料加工厂区，二期规划建设商业住宅，三期主要为规划种植区域，总面积5161.95亩，重点规划建设香料博览园、香料加工区、香料商贸区、香料展示研发中心、附属产业园区、生态居住区、国家级香料育种区、特

色香料种植示范区和民族特色村落等，计划总投资35亿元。项目全部建成后，将有200多万亩核桃、114万亩草果、13.1万亩花椒、2万亩砂仁在这里进行精深加工，改变过去怒江绿色香料产业只卖原材料的状况，提供5000个工作岗位，培养一批懂市场经济、有经验的二产从业者和企业管理者，推动怒江产业结构调整，促进产业转型升级。

本报记者 李寿华

# 昭通市抓实农业生产

本报讯（记者 蔡侯友）昭通市为确保今年全市粮食种植面积760万亩、产量211万吨的目标，及时印发了稳面提质增产推进2022年粮食生产意见，并召开专题会议，对全市“三农”工作进行系统安排部署。

昭通市要求，各级各部门要把春季农业生产作为稳增长的重要抓手和基础支撑，全力以赴抓调度、强举措、增投入、推进度；要聚焦打造以昭通苹果、马铃薯、竹子、花椒、天麻、特色养殖“六大产业”为主的千亿级绿色食品特色产业集群，大力推进产业基地建设，强化新型经营主体带动作用，促进农村群众特别是脱贫人口稳定增收；要深入

落实藏粮于地、藏粮于技战略，加快推进高标准农田、农田水利等建设，不断补齐农业基础设施短板，夯实发展基础支撑；要加强耕地保护，严守耕地红线，销售关，力保群众用上放心良种。

麒麟区种子管理站坚持严字当头，加强春季种子市场监管，对样品开展水分、净度、发芽率检测，确保达到国家标准，为农户提供高产、优质良种，保障粮食生产安全，维护农民合法权益。同时，联合农业综合执法大队对种子经营门店的经营资质、种子经营依法登记备案、进货渠道是否正规、经销的种子是否存在假冒伪劣等情况进行严格监督，严厉查处坑农害农问题。目前，共扦取种子样品14份，包括玉

米、水稻、大豆、白菜、萝卜、南瓜等。经检测，14份种子样品均达国家标准。

广南县在抓好农资储备的同时，对县内多家种子经营企业进行检查和抽样检测。在县农科局种子管理站实验室，农艺师们正在对抽样来的水稻种子做出芽率实验。“每一个样品的发芽实验都要重复做，如果总和发芽率达到85%以上，这个品种就可以在市场上销售。”广南县农科局高级农艺师解志康介绍，目前，该县共开展种子质量抽检涉及种子代理经销商23户，抽取种子样品281个。

本报记者 张雯 黄鹏  
通讯员 潘俊宝 胡俊

# 力保用上放心良种



电力服务队助春耕

西双版纳勐海供电局为保障春耕春灌期间不间断供电，成立党员志愿服务队深入田间地头，开展线路安全隐患排查等工作。

# 盲盒经济点燃消费新风潮

近年来，随着盲盒日益受到消费者热捧，盲盒经济持续火爆。从热潮玩具有文创用品，从数码电器到衣食物品等，购买、分享盲盒已成为一种消费新风潮。

在各大商圈、商场，从百货店、文创用品店到独立售卖机，盲盒商品往往占据着显著的位置。在电商平台，盲盒销售也是一路上扬。数据显示，潮玩品牌泡泡玛特在2021年“双11”期间，全网销售额突破2.7亿元，同比增长超60%，连续3年位列“双11”全阶段天猫大玩具类目的销售冠军。

## 激发潜能激活市场

盲盒是指消费者不能提前得知具体产品款式的玩具盒子。这一潮流玩具，精准切入年轻消费者市场，以其限定款的饥饿营销方式，激发消费者的购买欲和回购欲。盲盒的未知能够满足消费者的猎奇心理，提升消费者的消费意愿，更好地激活消费市场，激发消费潜能。

记者采访中，多位年轻消费者表示，盲盒这一潮流形式，既满足了好奇心，还能带来惊喜感，能够释放工作生活中的压力。未知的刺激感，加上隐藏款的稀有度，使得消费者对于盲盒的购买热情高涨。

在昆明市西山区爱琴海购物中心工作的员工表示，在全店商品中盲盒的销售额不错，因此盲盒的柜台设置在了门店最显眼的位置。购买盲盒的人群主要集中在7至25岁，以女性消费者居多。从类别来看，以潮流玩具销量最佳。“我这个月已经买了4个盲盒，开启盲盒的新鲜感让人停不下来。”大二学生小林说。

从美妆盲盒、电器盲盒到食物盲盒、考古盲盒、图书盲盒等多类型盲盒，盲盒概念与行业的结合，往往带来了销售的火热，“盲盒+”的新兴经济也刺激了多种产业发展。盲盒作为营销载体，新型文

化业态得以创新发展，文化产业链也随之延长，传统文化在新消费模式的引领下焕发生机与活力。

## 行业乱象亟须监管

综观近几年来盲盒经济的发展，盲盒经济崛起的同时，也随之暴露出许多问题，行业乱象滋生。此前，中国消费者协会发布2021年全国消协组织受理投诉情况，指出盲盒经济存在产品质量、冲动消费、概率不透明等多项问题。

记者发现，盲盒经济热也造成青少年消费者的攀比和非理性心理。在各大社交平台上，都有许多盲盒拆盒、分享视频，一些极难抽到的隐藏款令青少年消费者趋之若鹜，产生冲动消费。

“盲盒的火爆离不开IP和营销两大关键词，品牌IP加上营销技巧，很容易带来大的经济效益。盲盒类似于彩票，在抽奖经济效应下，即使消费者知道自己小投资大回报的概率微乎其微，也还是愿意搏一搏。营销的创新，一方面切中消费者的从众心理；另一方面，产品的火爆则反向提高了消费者对产品的接受度。”昆明理工大学管理与经济学院副教授田亮说。

业界专家分析认为，得益于盲盒这一新的营销载体和模式的推动，带动了一系列产业链的发展。然而，盲盒经济的健康、可持续发展，需要相关部门监管到位、商家遵守规则、消费者理性消费等多方合力。从监管层面来看，相关部门应及时制定和完善监管规则，维护市场秩序和消费者权益。盲盒本身虽不透明，但产品及营销模式必须透明。从经营者层面看，经营者须承担法定的质量担保责任，确保商品质量信息真实。从消费者层面看，更要做到理性消费。充分认识盲盒具有不确定性的本质，切勿跟风与攀比，结合自身经济能力、消费需求和兴趣爱好，量力而行、理性消费。

本报记者 胡晓蓉 实习生 杨蕊仔



## ■资讯

### 重点用能行业能效“领跑者”企业名单公布 西南铜业连续3年入选

本报讯（记者 杨建华）记者近日从工业和信息化部网站获悉，云铜西南铜业分公司连续3年位列工业和信息化部、市场监督管理总局公告的重点用能行业能效“领跑者”企业名单，成为目前全国铜冶炼行业第一家、也是唯一一家获此殊荣并连续3年蝉联的企业。

近年来，西南铜业坚持节能降碳、绿色发展这一理念，在注重产量增长的同时关注能耗下降，通过内外发力夯实能源管理，逐步建立了系统化、规范化的生产流程；通过请进来节能诊断服务，对水电风气等进行全方位摸排，改进节能措施；践行“一切成本皆可降”的管理理念，开展能源管理

诊断比武竞赛活动，深入查找能源管理中的浪费点及潜在点，提升能源管理水平。

为进一步提升能源利用效率，西南铜业通过技术创新对生产系统进行了优化。在铜冶炼生产过程中加强余热回收，回收高温烟气中的余热用于产品生产，每年可节约3.8万吨标准煤，并实现蒸汽零排放。截至2021年底，余热发电量累计达1.08亿千瓦时。同时，自主研发了硫酸铜三效混流真空蒸发技术，使硫酸铜蒸气单耗下降了45%，每年可节约4600吨标准煤，减少二氧化碳排放1.5万吨。此技术入选了国家工业和信息化部公告的《国家工业节能技术推荐目录（2021）》。

# 中国石油打造新汽车消费平台

本报讯（记者 李承韩）近日，中国石油开放日暨中国石油沉浸式体验消费服务正式启动，同时，由中国石油和大搜车联合打造的5家汽车换购店投入使用，标志着中国石油云南销售公司由传统的加油站油品销售向多品牌、多渠道、多产品、多服务融合共享的服务平台转变。

活动中，中国石油云南销售公司将招募2000名加油站服务监督员，并打造

200座爱心驿站，为车主提供休息、用餐、充电、洗漱、急救等服务。在汽车换购店中，消费者不仅能进行车辆检测及评估、旧车处置，还可以选购新车，在加油站就能实现看、选、买、用、卖的一站式服务。

目前，大搜车汽车换购店正在全国各地布局落地，首批已经开进广西、云南、广东、浙江、贵州、四川、河南等省份。