



新手创新创业  
开店指南系列

# 开家赚钱的花店

## 花店经营管理从入门到精通

新手创新创业项目组 编写

一本书囊括开家花店必备的11个模块内容，通过实体店+互联网的方式展现给读者



开家鲜花店  
投资小  
见效快

全国百佳图书出版单位



化学工业出版社

新手创新创业  
开店指南系列

# 开家赚钱的花店

花店经营管理从入门到精通

新手创新创业项目组 编写



化学工业出版社

·北京·

开家鲜花店，投资小，见效快！

《开家赚钱的花店——花店经营管理从入门到精通》一书就是在投资小、见效快的基础上，把开花店涉及的方方面面系统整理出来，通过实体店+互联网的方式展现给读者，给读者一个抛砖引玉的指引和参考。

本书内容涵盖面广，实用性强，实例与图表并重，可供对开花店感兴趣的有识之士以及想要创业的人士借鉴与参考。

## 图书在版编目 (CIP) 数据

开家赚钱的花店：花店经营管理从入门到精通 / 新手创新创业项目组编写. —北京：化学工业出版社，2018.4  
(新手创新创业开店指南系列)  
ISBN 978-7-122-31643-1

I. ①开… II. ①新… III. ①花卉-专业商店-商业经营 IV. ①F717.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第041321号

---

责任编辑：陈 蕾

装帧设计：尹琳琳

责任校对：王素芹

---

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印 刷：大厂聚鑫印刷有限责任公司

装 订：三河市宇新装订厂

710mm×1000mm 1/16 印张13<sup>1</sup>/<sub>4</sub> 字数219千字 2018年6月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

---

定 价：49.80元

版权所有 违者必究



# 前言

## Preface

随着经济的发展，投身创业的人越来越多。创业是许多朝九晚五的上班族的梦想，也是许多尚未投身职场的大学毕业生、准毕业生的就业之路。

创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程，是一个人发现了一个商机并加以实际行动转化为具体的社会形态，获得利益，实现价值的方式。

俗话说，男怕入错行，尤其是新毕业的大中专学生，在创业前期一定要考察市场，结合自己所在地区的情况来选择一个最合适的创业项目，这样，才能在未来的发展中日益壮大。

如果想创业，首先选择自己熟悉的行业进行创业。俗话说，隔行如隔山，如果选择自己不熟悉的或者从来没有做过的行业，风险很大，失败的可能性也很大。创业本身就是以收益为主要目的，如果对一个行业熟悉，遇到问题就能自己解决，能够控制成本，并能很好地预测以后的市场行情走势。选择熟悉的行业创业，可以有效规避风险，节省时间，有利于横向发展。其次，选择创业项目时，必须根据自己的资金、优势、地理位置、人脉关系、兴趣爱好，进行综合分析，如选择有前景、行业市场空间大、竞争对手较少、市场需求量大的行业，要考虑尽可能合理的投资、利润和回报。

创业项目选对了，接下来就是如何经营，如何起步做生意了。如果您是创业新手，第一次开店做生意，那就一定要好好用心了。有人说：创业是件很痛苦的事，并且会让创业者不得安宁。而得安宁的唯一办法就是掌握正确的开店技巧，快速进入市场运营，拥有红火不间断的好生意。

基于此，“新手创新创业项目组”挑选了市场上门槛不高、容易上手、市

场成熟度比较高的行业，组织编写了新手创业开店赚钱系列，具体包括《开家赚钱的花店——花店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的餐馆——餐馆经营管理从入门到精通》《开家赚钱的咖啡奶茶店——咖啡奶茶店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的便利店——便利店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的宠物美容店——宠物店经营管理从入门到精通》，本系列图书去理论化，图文并茂，模块化编写，通过实体店+互联网的方式展现给读者，给读者做个抛砖引玉的推广和参考。

开家鲜花店，投资小，见效快。首先投资小，就是在市场上租一个店铺，无须太大，费用一季度一交，配上必需的设施，维持正常的进出货即可；其次周转快，鲜花周转期短，勤进快出，十分灵活；再次符合花费趋势，鲜花花费与人们生活水平及文化品位紧密相干，随着社会不断进步人们文化素质不断进步，鲜花市场也会越来越大。《开家赚钱的花店——花店经营管理从入门到精通》一书就是在这个投资小、见效快的基础上，把开家花店涉及的方方面面系统整理出来给新手创业者提供参考，具体包括以下几大模块内容：

- ◇开店筹备
- ◇货源采购
- ◇花材养护
- ◇布局陈列
- ◇价格制定
- ◇礼仪插花
- ◇花语导购
- ◇销售服务
- ◇营销推广
- ◇网上开店
- ◇配送服务

本书编辑整理过程中，获得了许多创业培训机构培训导师、职业院校老师和行业一线从业人员的帮助与支持，其中参与编写和提供资料的有王玲、王高翔、文伟坚、刘少文、陈世群、李超明、李景吉、李景安、匡五寿、吴日荣、何志阳、张燕、张杰、张众宽、张立冬、郭华伟、郭梅、秦广、黄河、董超、姚根兴、靳玉良、鲁海波、鞠晴江、杨婧，全书由匡仲潇统稿、审核完成。在此对他们一并表示感谢！

由于编者水平所限，书中不妥之处敬请广大读者指正。

编者

## 第一章——开店筹备

导语：创业不是一件简单的事，要想开好一家店，前期需要准备的东西有很多，没有计划好就匆匆开店的风险是很大的。其中开店选址、店铺装修、证件办理等环节往往对日后的店面经营状况起到关键性作用。

一、店铺定位	3
相关链接：花店定位的影响	6
二、店铺选址	7
相关链接：开花店的忌地	10
三、店铺起名	11
相关链接：常见花店起名法	13
四、店铺装修	14
五、相关证件办理	19

## 第二章——货源采购

导语：有了可靠、稳定的货源，就像是有了最坚强的后盾，花店经营者接下来就可以集中精力提高自身的插花、包装、花艺设计水平，为消费者提供更满意的服务，以争取赢得更多的客户，赢得更多的销售利润。

一、获取货源信息的途径	23
二、鲜花的进货渠道	24
相关链接：中国主要鲜花产地	26
三、鲜花采购要点	27
四、鲜花采购需考虑的因素	29
五、鲜花采购的注意事项	31

六、花器及辅助品的采购	33
相关链接：花店必备的花艺工具	34
七、进货成本控制	35
八、网络采购	38

## 第三章 — 花材养护

导语：不同于家庭，花店有大量的鲜切花需要处理，而这些花材的养护与处理方法息息相关。鲜花养护的好与不好直接影响花期的长短，特别是对于一些新开的花店，如果不能很好地养护，那么高价进的花材，只能亏本处理。

一、花材进店后的常规处理	45
相关链接：常见鲜花的处理	46
二、花材的保鲜	47
相关链接：怎样抢救因失水过多而快萎蔫的花材	49
三、花材的护理	50
相关链接：部分叶材养护方法	50
相关链接：常见切花养护方法	51
四、花桶的清洁	52
五、鲜花的储藏	53
相关链接：储藏鲜切花应注意的问题	56

## 第四章 — 布局陈列

导语：精巧、美丽的陈列与布置，不但能吸引消费者的视线，引领其走进花店，而且巧妙的布置能营造出良好的氛围，可以刺激顾客的购买欲。因此，经营者要有意识地经常对花店的陈列布置做适时的改变，既要让花店给顾客一种比较既定的印象，又要不断营造新鲜感。

一、花店布局分类	59
----------	----



相关链接：店面如何分区	59
二、花店布局设计	61
三、花店灯光设计	64
四、花材陈列的原则	67
五、花材陈列的方式	68
六、花材陈列的要求	69

## 第五章——价格制定

导语：花店经营者对顾客不能漫天要价，不能因人定价，更不能一日多价，要有一定的浮动价格给顾客谈价的余地。同时，鲜花店还要不断地根据市场的变化、竞争对手策略的变化、顾客消费心理的变化、本店的经营状况变化来调整自己的定价策略。

一、定价的程序	77
二、定价的方法	78
三、定价的策略	81
四、定价的技巧	83

## 第六章——礼仪插花

导语：花店经营中最常制作的的就是礼仪插花，它广泛地用于各种庆典仪式、婚丧嫁娶、探亲访友等社交活动中。礼仪插花艺术不是凭空想象，而是按照欣赏对象的要求，遵循一定美学原理，借助某些技术手段制作而成。

一、礼仪插花的分类	87
二、礼仪插花的原则	87
三、花材的搭配	88
相关链接：如何为顾客搭配鲜花	91
四、花色的搭配	92



五、花束的制作	95
六、花篮插花的制作	101
七、婚庆插花的制作	103
八、花器的选择	110
九、鲜花的包装	111
相关链接：花束包装纸大全	113

## 第七章——花语导购

导语：每一种花都有它的花语，花语代表着送花者的祝福。花是最经典、最浪漫的礼物之一，而不同的花也有不一样的含义，到底什么样的花适合什么样的人？作为花店经营者，要具备相关知识，才能为顾客指点迷津。

一、常见鲜花花语	123
二、花语组合的含义	129
三、如何按用途送花	130
四、如何按对象送花	133
相关链接：不适合送给另一半的花	136
五、如何按节日送花	138

## 第八章——销售服务

导语：对于花店经营者来说，再美的鲜花，摆在店里，也无济于事。只有花销售出去，花店才能生存。而有些顾客并不明确自己需要什么样的花，他们往往带着问题来花店或只是随便逛逛，这时花店经营者的销售服务技巧就显得非常重要。

一、了解顾客的需求	143
二、接待顾客	145
相关链接：不同类型顾客的接待	146

三、询问顾客	148
四、判断成交时机	149
相关链接：如何面对不同能力的顾客	151

## 第九章——营销推广

导语：花店的营销推广是指花店经营者围绕市场销售所从事的产品设计、包装、定价、分销、促销、销售服务等一系列活动。目的是满足顾客需要，激发购买热情，促进购买行为，实现商品的最终销售。

一、花店常用的营销方式	155
二、开设店外服务	157
三、发展社区业务	159
四、实行会员制服务	160
相关链接：花店如何积累客源	160
五、利用赠品促销	161
六、做好淡季营销	163
七、实行跨界营销	163
八、抓住节假日做促销	165
九、利用微信进行推广	166
相关链接：微信推广的技巧	169

## 第十章——网上开店

导语：当鲜花遇上互联网，不仅改变了这个传统行业，更影响了市民的消费习惯，鲜花也可以成为快消品，融入网购大潮。随着鲜花电商的崛起，不少本地实体花店也按捺不住，纷纷开起了“网上花店”。

一、建立鲜花网站	173
二、注册个人网店	175
相关链接：淘宝店铺如何装修	182

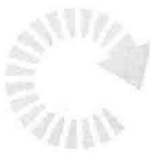

三、微信小程序开店	183
相关链接：开发鲜花微信小程序的意义	186
四、网上店铺的推广	186
五、网店销售服务	188
相关链接：网店售后服务诀窍	189

## 第十一章 — 配送服务

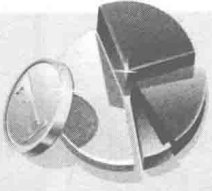
导语：对于花店来说，配送是一个非常重要的环节。从长远的角度来看，销售并不仅仅是赚当下的钱，而是为了长久的利益。销售每一个环节都是关键，配送是最后的环节，做到完美服务留住客户，从而培养忠实的客户是至关重要的一个环节。

一、送货订单的填写要点	193
二、给顾客送花的技巧	194
相关链接：送花过程中的异常处理	197
三、送花结束后的工作	198
四、送花服务的细节	199

## 参考文献



# 第一章 开店筹备



开家赚钱的花店

——花店经营管理从入门到精通



## 第一章 开店筹备

---

### 导语

---

创业不是一件简单的事，要想开好一家店，前期需要准备的东西有很多，没有计划好就匆匆开店的风险是很大的。其中开店选址、店铺装修、证件办理等环节往往对日后的店面经营状况起到关键性作用。

---

## 一、店铺定位

开花店前，除了要掂量手中的资金外，还必须花费心思来考虑花店的定位。

### 1. 了解消费群体

既然要开花店，那么对于花店的消费群体就必须有所了解。

比如，花店将要面对的消费群体是哪些人，他们有着什么样共性的特征，购买力及购买习性如何，这一群体是正在增加还是减少等，这些都是花店经营者要从宏观上对花店的消费群体进行把握的。

目前，中国鲜花消费群体的特点可以形象地用如图1-1所示的三角形来表示。

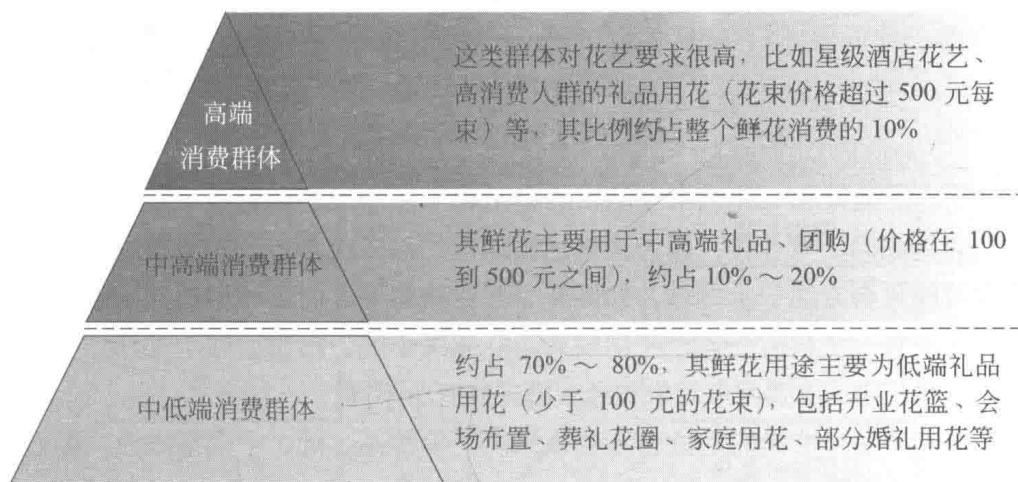


图1-1 中国鲜花消费群体特点

图1-1三角形最高端的部分，是极其个性化的一部分，整个市场的发展潜力相对有限。因此，花店可以把三角形中间的这部分群体作为培养市场的主要目标。这类群体以中高端鲜花礼品消费为主，具备较好的花卉消费意识和消费能力，最有可能转变为家庭用花消费人群，这一部分份额的扩大也代表着整个花卉消费产业的升级。

随着大众的消费能力及学历水平的提高，花卉消费不再仅仅限制于一般的节假日性，而逐步进入经常性和日常化。只有形成家庭用花消费习惯，才是鲜花消费走向成熟的表现。



## 开店锦囊

花店可以通过对鲜花礼品市场的进一步发掘，带动家庭鲜花消费，从而实现整体产业升级。

### 2. 目标市场定位

一家花店开得成功与否，市场定位是很重要的。定位包括如图1-2所示的三个层次。

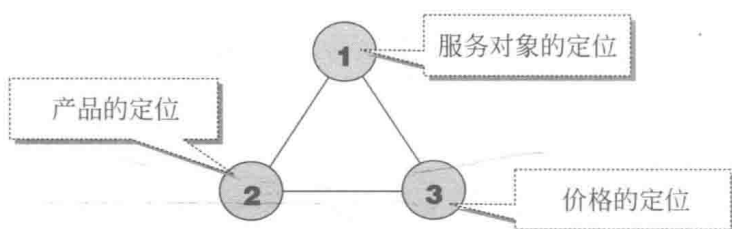


图1-2 花店定位的层次

花店的选择和与花店所在城市的类型和所在的地理位置关系很大，大城市的花店更倾向于专业化，因为未来这些城市的很多服务市场都会被细分，一个花店可能只会专注一个领域，如婚礼、开业庆典等。而小城市的花店比较适于多元化经营。更具体而言，在学校周边、居民小区、超市、写字楼周边等不同的地方开花店，主要服务对象和经营模式也有所不同。

花店产品和价格的定位也不应该只以简单的高、低、中端来划分，即便是定位高端的花店，也要再细分出高、中、低来。

比如，同样是99朵玫瑰，要有高、中、低价位，可分为1299元、999元、699元。也许，选择1299元的可能只会有四五个，选择699元的占10%，大部分的人会选择中间价位的，但价位设定要有层次。

### 3. 目标市场细分

(1) 个人消费。一般来说，花卉的主要目标市场中，个人消费者主要是中产阶级和高收入者。他们的花卉消费能力和购买欲望较大，其日常花卉消费明显多于其他收入较低者，且这种消费群体的数量正随着中国目前经济的增长而增长，市场消费潜力也处于增长趋势。





## 开店锦囊

当前我国鲜花市场的消费潜力巨大，越来越多的人注重精神和文化消费，人们的消费层次在不断地提高。花卉作为美化环境、愉悦心情的产品也逐渐成为人们的日常消费品。

(2) 团体消费。对于花店来说，除了个人消费者，大单生意还是依靠于团体消费。而且从目前来看，花卉消费在很大程度上仍然侧重于团体消费，个人消费很零散，所占市场份额不大，主要集中在节庆日和其他一些特殊日子，日常需求仍然偏少。团体性花卉消费在过去、现在乃至将来的一段时间内都处于主要地位并且呈增长趋势。

### 4. 经营风格定位

开花店之前，经营者要想清楚自己花店的风格定位，以及要面向的客户群是什么，这决定了花店的大小、装修风格和业务渠道。

花店的经营业务可以多方面发展，涵盖图1-3所示的范围。

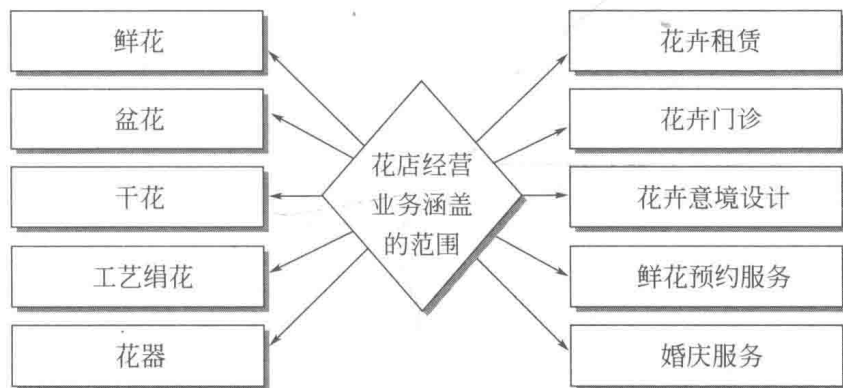


图1-3 花店经营业务涵盖的范围

具体选择要根据不同的消费群体与消费特点来确定经营范围，可单一经营某一方面或综合经营，也可只兼顾其中2~3种项目。

比如，花店以经营商业礼仪花艺为主，则主营礼仪花篮、花束、花车、婚礼场景布置等为最好；以经营家居装饰用花为主，则可以综合经营与家居饰品有关的其他项目，如干花、盆花、绢花以及花器工艺品等。



## 开店锦囊

花店经营范围的确定非常灵活，经营者应根据定位的不同来选择经营范围，力求精致。



## 相关链接

### 花店定位的影响

1. 定位直接决定着顾客群体，而顾客决定着花店的一切收益

在开店之前需要做一个充分的市场调研，包括现实消费者的层次、消费习惯和已有花店的分布、经营特色等，对市场充分了解分析后，结合自身的条件，定位自己在市场上的位置和目标消费群体。

2. 定位影响选址

消费者在哪儿我们的服务就应该在哪儿。如果我们的目标顾客是白领阶层，那么，选址就应该在写字楼、商圈附近；如果是家庭妇女，那么可以考虑在大超市、菜市场附近。

3. 定位影响定价

不同的顾客群体的消费诉求不同。同样的花束，你88元卖给高端消费群体，人家不一定会要，但是普通顾客就会十分喜欢。

4. 定位影响装修风格与运营

如果你的目标顾客是小资主义者，而你的花店却装修简陋，跟路边摊式的花店没有区别，你认为会有人进去吗？高品质的花店必须在花材的质量和插花的水平上都有十分严格的要求，保证顾客拿到手的都是精品。

5. 定位影响发展方向

花店的定位决定了花店的发展方向。越是具体的定位越有针对性，业务板块就会越精细化、专业化，就能有的放矢地开展经营活动。比如专门的结婚用花花店、开业用花花店、丧礼用花花店等。