

花店 创办指南

创业培训系列丛书



中国劳动社会保障出版社



Hua Dian Chuang Ban Zhi Nan

55
6

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

花店创办指南/刘振英编著. —北京:中国劳动社会保障出版社,
2001

(创业培训系列丛书)

ISBN 7-5045-3188-X

I. 花…

II. 刘…

III. 花卉—商店—商业经营—指南

IV. F724.723-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 25635 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出 版 人:唐云岐

*

中国铁道出版社印刷厂印刷 新华书店经销

850 毫米×1168 毫米 32 开本·5 印张 129 千字

2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印数:4000 册

定价:9.00 元

读者服务部电话:64929211

发行部电话:64911190

内 容 提 要

本书是创业培训系列教材之一。

本书内容包括花卉市场宏观分析、创办花店的各项准备、花店经营策略和经营管理知识。

本书融理论性、实用性和可操作性于一体,不仅适合作创业培训教材,还可作经济类一般参考书使用。

本书由雪石编写。

前 言

在改革开放进程中,涌现出大批私营企业、合资企业、个体企业,它们在国民经济中占有一定比例,发挥着积极的、不可缺少的作用。

随着国有企业改革的不断深化,企业富余职工“下岗”“分流”已成为不可避免的社会现象,这是改革和发展进程中不可逾越的阶段。

党中央、国务院对国有企业职工下岗问题高度重视,1998年5月,中共中央、国务院召开了国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作会议,发布了《关于切实做好国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作的通知》,对国有企业下岗职工基本生活保障和再就业工作进行了全面部署和安排,并号召全社会各方面予以积极支持。这体现了党和国家对下岗职工的极大关怀,体现了我国社会主义制度的无比优越性。

但是,下岗职工不可能满足于得到基本生活保障,要使自己的生活动向富裕,要真正发挥自己应有的社会作用,根本途径还是要树立适应市场经济需要的再就业观念,找准自己在社会中的位置,采取积极的态度对待生活。

也许你已有强烈的创业欲望,但还没有想好要干什么,或许还不完全知道该怎样干,在你犹豫不决的时候,我们编写了创业培训系列丛书,算是献对下岗职工和所有创业者的一份关怀和友爱。

本书从创业的角度,根据充分的市场调查和大量的资料,以及作者本人经商的实践经验,为创业者介绍了市场状况和发展趋势、创办企业需要进行的各项准备及相关的经营管理知识、技术要求

等。

本书把知识融入实际技能之中,深入浅出,只要具有初中以上文化程度均可读懂。我们奉献给读者的是一张网,而不是一条鱼,我们力求体现的是实用性、可操作性和速成性,希望能对创业者们有所帮助。

由于水平有限,书中缺点错误在所难免,欢迎读者批评、指正。

编者

目 录

第一章 花卉市场宏观分析

第一节	爱花是人类的共性	(1)
第二节	我国花卉市场的形成和发展	(4)
第三节	日益加大的市场需求	(7)
第四节	我国花卉业现状和发展的趋势	(10)
思考题		(15)

第二章 开业准备

第一节	资金筹措	(16)
第二节	选择营业地址	(22)
第三节	设计经营方案	(29)
第四节	人员准备	(34)
第五节	经验准备	(42)
第六节	店面设计与布置	(46)
第七节	投资效益测算	(53)
第八节	综合评估与筹划	(58)
第九节	办理开业手续	(66)
思考题		(76)

第三章 花店经营

第一节	经营有方,生意兴旺	(77)
第二节	特色、品牌与企业形象	(82)
第三节	市场开发	(93)

第四节 发挥文化在花店经营中的作用	(100)
思考题	(107)

第四章 花店管理

第一节 管理的系统化	(108)
第二节 教育和激励	(113)
第三节 花店的技术管理	(119)
第四节 花卉的质量管理	(128)
第五节 财务管理和成本控制	(139)
思考题	(150)

第一章 花卉市场宏观分析

时代在前进,每个立志创业的人都在思索在选择——自己在新世纪里要干些什么?怎样使自己成为创业高手?如何让自己有限的生命发挥出更大的光和热?这是当今最时髦的话题。

若是开个花店当老板,既能充分感受生活美,又能创造可观的财富,何乐而不为?正因为如此,有些创业者选择了开花店这个项目,这无疑是一个明智的选择。

要投资一个项目,办好一家店铺,首要的是研究市场需求。本章从市场需求、行业特点和发展趋势等方面,来展示花卉行业的美好前景和无限商机,以帮助创业者坚定信心,把握机会,顺利迈向成功之路。

第一节 爱花是人类的共性

鲜花是自然界馈赠给人类的最美好的礼品,而爱花是人类共同的天性。自古以来,画家画花、诗人咏花、艺人雕花、歌唱家唱花。人们采花、养花、赏花,花无处不有,无人不爱,她给人们的生活增添了许多情趣。

花的美是咏不尽、说不完的。她形美,各种花卉从花蕊、花蒂到花瓣以及她的枝叶都似精雕细刻而成,令人难以描画;她色美,或万紫千红,争芳斗艳,或洁白无瑕,一尘不染,给人以“淡妆浓抹总相宜”之感;她态美,或婀娜多姿,或亭亭玉立,千姿百态,无不显露出一动人的风采;她味美,花开时节,喷芳吐娇,香气或浓郁,或淡雅,或清新,使人怡神醒脾,沁人肺腑,催人奋进;她韵美,或高贵典

雅,或傲雪凌霜,或奇特,或平淡,或潇洒,或娇羞、神采各异、令人崇尚、招人喜爱。

从古至今,花与人类的生活密不可分。花可以供人观赏,调节空气,美化环境,装点人的生活,陶冶人的性情。花可以用于礼仪,成为人们交往中一种高雅的礼品。花可以寄托人们的情思,人们根据各种花卉的不同特点,赋予她们不同的象征意义,从而用来表达各种感情。有些花可以入药,有治病保健功效,有些花还可以食用,成为人们餐桌上的美味佳肴。

在古希腊,人们把鲜花献给战场归来的壮士,以表达对他们的敬仰和谢意。在代表东方礼仪之邦的古代中国,人们把互赠鲜花作为交往的最好方式。世界各地的青年男女,几乎都懂得用鲜花表达纯真的爱情和友谊。

古今中外,几乎所有的名人都爱花,而且有自己喜欢的花,他们以花品喻人品,以表达自己对人生理想境界的追求。东晋大诗人陶渊明,爱菊成癖,被喻为菊花神,他在诗中咏菊“芳菊开林野,青松冠岩列。怀此贞秀姿,卓为霜下杰”。这几句诗对菊花的评价,起到了一锤定音的作用,成为后人的楷模,所以《红楼梦》里《咏菊》诗中写道:“一从陶令评章后,千古高风说到今。”这一评论使菊花成为坚贞卓绝、高风亮节的精神代表,这种精神鼓舞着世代的人们积极向上,追求高雅的品质。

唐代大诗人李白酷爱牡丹,他在沉香亭咏牡丹的名句,千百年来一直为人们所传诵,其中“一枝红艳露凝香,云雨巫山枉断肠”“名花倾国两相欢,长得君王带笑看。”等诗句把牡丹花和杨贵妃的美交互写在一起,从而奠定了牡丹“国色天香”的地位。

宋代周敦颐的《爱莲说》千古流传,其中赞美莲花“出淤泥而不染,濯清涟而不妖,中通外直,不蔓不枝,香远益清,亭亭净植,可远观而不可亵玩焉”的一段,奠定了莲花可敬可爱的“花中君子”地位。

宋代大文学家苏东坡,一生爱花,对梅花、石竹、芍药、海棠等

都十分喜爱,在他的作品中诸多咏花的诗句,如赞海棠“嫣然一笑竹篱间,桃李满山总粗俗”,赞梅花“玉骨那愁瘴雾,冰姿自有仙风”,咏芍药“倚竹佳人翠袖长,天寒犹著薄罗裳。扬州近日红千叶,自足风流时世妆。”他不但咏花、赞花,而且生活中还赏花、种花,他“宁可食无肉,不可居无竹”,他曾花巨资修建“海棠园”,并为其亲手题“天远堂”匾额,可见他对花喜爱的程度。

古代诗人、画家多用赞花、画花来表现他们的审美意识和所追求的品德,如清代诗人潘韶《咏白牡丹》:“千红万紫斗芳春,羌独生成洁白身。似厌繁华存太素,甘抛富贵作清贫。”表现了生活在封建时代的知识分子追求纯净、高雅的思想品质。又如清代郑板桥,号称诗、书、画三绝,他曾在画了牡丹和梅花之后题诗曰:“人云牡丹显富贵,我赞寒梅占花魁”,表现了他傲视权贵,自甘贫寒的风骨。

当代的革命领袖朱德同志,一生酷爱兰花,他曾写过咏兰诗:“东方解冻发新芽,芳蕊迎春见物华;浅淡梳妆原国色,清芳谁得胜兰花。”他几十年中无论是在艰苦的斗争环境下,还是在社会主义建设中,都爱着兰花、养着兰花,视兰如宝。在他的建议下,1963年广州越秀公园建了兰圃,并在一块巨石上刻了朱德同志的题诗:“越秀公园花木林,百花齐放各争春。惟有兰花香正好,一时名贵五羊城。”朱德同志还在很多地方为兰题字,如在杭州花圃里题“国香室”“同赏清芬”,在上海植物园题“兰室”,在贵阳题写“兰圃”,这些都成了珍贵的纪念。人们看到兰花,便联想到朱德同志高雅的气质和高尚的品德。

我们敬爱的周总理,最喜爱海棠花,在他居住的院子里,种有10多株海棠,每当花开时,景色宛若红霞,繁荣瑰丽,绰约多姿,气势非凡。周总理常在海棠树下漫步,欣赏“花中神仙”的笑容。

正如现代著名科学家、科普作家高士其所作《花的启示》一文中所说:“自古以来,人类对花充满了无限的爱。从东方到西洋,从宫廷到民间,从乡村到城镇,虽然各个民族的历史和生活习惯迥

异,虽各个阶层的文化和知识水平高低不同,但是爱花之心却人人皆有。”

正因为爱花之心人皆有之,所以花卉作为一种商品就有了永恒的价值,人们对花卉的需求只能逐步增大而不会减小。人类对花的爱,对美的追求决定了花卉行业有着无限光明的前途,投资开办花店,出售的是花、传播的是爱。正因为人们对花卉的需求永存,所以花卉市场商机永在,且前景看好。

第二节 我国花卉市场的形成和发展

我国的花卉事业同祖国的历史一样久远,并且形成了中华民族独具特色的花文化,花卉作为一种商品在我国也自古有之,我国是世界上花卉市场形成最早的国家。

一、中国是花卉的故乡

中国被誉为世界“园林之母”,原产花卉最多,品种最全,在许多方面荣居世界榜首。

1. 世界上最早的花开在中国 最近,我国科学家在辽宁省北票地区发现了距今约 1.41 亿年的被子植物化石,这是一株与现今木兰花有些相似的果枝,叫辽宁古果。国际古植物学家认定,这是迄今首次发现的有确切证据的世界上最早的花。这一发现证明了我们今天居住的这片土地是最早养育花卉的沃土。

2. 花卉种类最多 据有关人士统计,中国花卉的种类最多。在当今中国的花卉中,可以列为传统名花的大的种类有 200 多种,而每种中又有诸多品种,如杜鹃花我国有 650 余种,占全球杜鹃花种类(共 850 多种)的 80% 以上;报春花有 390 余种,占全球报春花种类的 80%;龙胆花有 330 余种,占全球龙胆花种类的 82%;世界上许多国家都盛赞说:“没有中国的花卉,便不成花园”。

3. 许多名花原产于中国 考古工作者曾在山东临朐县发现玫

瑰化石,该化石距今已有 1200 万年,证明玫瑰原产于中国。秦汉以前,玫瑰花已在帝王宫苑里栽种。另外,海棠、芍药、玉兰、菊花、芭蕉、葡萄、桃花、杏树、栀子花等均原产于我国。中国名花之多,为世界之冠,我们美丽的国土,是名花佳卉的故乡。

4. 花卉栽种最早,产量最多 如牡丹被人们看做是群芳之首,花中之王。据记载我国唐代唐玄宗最喜欢牡丹,他曾命人在骊山种植各色牡丹万株,说明我国人工栽培牡丹为时最早。现在,牡丹种植遍及全国各地,据植物学家统计,我国是世界上产牡丹最多的国家。

二、早期花卉市场的形成

由于我国花卉生长最早,品种繁多,爱花的人众多,花卉和人们的生活密不可分,是人们生活中的一种需要,所以花卉早已成为一种商品,花卉市场随着我国商品经济的形成而形成,随着我国市场经济的发展而发展起来。

在唐代,我国已有了以育花、卖花为生的花农、花户,有了专门从事花卉经营的卖花翁、卖花郎。唐代文学家陆龟蒙曾写过《阖闾城北有卖花翁》一诗,其中叙述卖花翁“十亩芳菲为旧业”,说明当时花卉经营的规模已不算小了。

宋代著名诗人陆游在《天彭牡丹谱·风俗记》中也记载:“惟花户则多植花以牟利”,说明当时花卉经营已是获取利润的行业。

从花农、花户把自己种植的花拿到街市上摆摊出售,或由卖花翁、卖花郎推车叫卖,就形成了早期的花卉市场。随着我国城市的发展,逐渐出现了花店,花卉市场进一步成熟,花卉经营逐渐成了一种独立的行业。到了近代,花店已遍及全国。1900 年,英国人罗埃斯在上海开了“大英花店”,这是外国人在中国开的第一家花店,中外花店竞争势态已初步形成。

三、新中国的花卉业

虽然我国有着极为丰富的园林植物资源,有着悠久的历史花卉栽培历史,有着出色的东方园林艺术传统,在世界园艺史上占有重要地位,但我国花卉业的发展却走过了一条曲折的道路。这主要是封建、落后的社会制度严重阻碍了花卉业的发展。近百年来,西欧、北美等由于工业革命的成功,生产力大大提高,花卉业有了迅速的发展,把我国的花卉业甩在了后面。

新中国的成立,极大地解放了生产力。建国初期,在老一辈国家领导人的亲切关怀下,花卉事业蓬勃发展,特别是大城市花事繁多,盛况空前。陈毅元帅曾写诗赞美羊城花市的繁荣景象。其诗曰:“华灯照不夜,欧声喜欲狂,人人争买花,忙煞卖花郎。”当时全国各省市都建立了许多花园、植物园,供人们观赏,游览。在大城市里已有不少花店。花卉业的发展为祖国的绿化美化,为丰富人民生活起到了重要作用。但正当花卉刚刚出现蓬勃发展的局面时,我们的国家经受了文化大革命的袭击,祖国大地出现了“万花纷谢一时稀”的不正常局面。在极左思潮的干扰下,花店被列为“封资修”而惨遭破坏,花卉事业遭到了严重摧残,以致花卉业陷入了低谷。

粉碎“四人帮”,使祖国大地春回地暖,鲜花再度盛开。党的十一届三中全会以后,我国实行了改革开放的政策,国民经济飞速发展,人民生活有了很大提高。国运兴而花业隆,近20年来,花卉业作为一种支柱产业在华夏大地迅速崛起,随着市场经济的发展,花卉业正以前所未有的速度发展,各地的花卉生产基地、花卉批发市场、零售店铺如雨后春笋般悄然兴起,呈现出欣欣向荣的局面。据统计,从1982年到1999年这17年间,花卉种植面积由8000公顷猛增到12万公顷,增长了15倍;花卉生产面积已居世界第一位。产值由3亿元增到540亿元,增长了180倍;创汇也由1982年的830万美元增至1999年的2.6亿美元,增长了30多倍。花卉再不是少

数人孤芳自赏的消遣品而成为市场经济中的一种重要的商品。目前,我国已成为世界上最具有花卉生产和消费潜力的国家。

近几年来,我国花卉热之兴起,也是史无前例的。“盆景热”“根雕热”“观叶热”“插花热”一浪接一浪,“牡丹节”“菊花节”“荷花节”等接连不断,各地举办的花展此起彼伏,评比“市花”“省花”“国花”活动把花事推向了更高的层次。各地植物园林的建立,特别是昆明世博园的建立,使我国成为世界醒目的花卉大国,花卉正成为国家文明建设和人民生活不可缺少的点缀和必需品,花卉事业的发展,标志着我国城市建设的飞速发展和人民生活水平的大大提升。

第三节 日益加大的市场需求

改革开放以来,我国进入了现代化建设的新时期,城市建设发展迅速,人们生活水平有了较大的提升,人们的政治经济文化娱乐活动大大增多,从而对花卉的需求日益增长,据统计,全国花卉市场需求每年都以 30% 以上的速度增长,这就为花卉生产经营的发展提供了新的契机。

一、城市建设需要大量的花木

改革开放以来,我国城市建设突飞猛进,日新月异,新马路、立交桥、新建筑群像雨后春笋般涌现,对花木的需求与日俱增。

我国的数百座城市,都有其建设规划,都有自己的绿化美化目标,如北京市提出街道要向着一年四季有花、四季常青的方向发展,大规模的环境整治和目前正进行的申奥行动对花木的需求量是巨大的。石家庄市提出努力目标是“黄土不露天,有墙皆绿,四季有花,四季长青”。小城市如湖北沙市市已经建成美化风景点 3800 多个,庭园 45 处,葛洲坝以绿树成荫、果木满山、花无断时、四季如春作为自己的努力方向。这些绿化美化目标,莫不与花木相

关,对花木所需数量之多是相当惊人的,也是喜人的,仅此则可以
看出,花卉行业的发展是前途无量的。

二、改善劳动环境需要花木

随着两个文明建设的发展,许多工厂、院校都在改善职工劳动
环境方面下了不少功夫,尤其是过去劳动条件差的企业、有害作业
的企业,在这方面更是下了大力气,如北京市煤炭总公司,过去的
劳动条件是“黑脏累”,20世纪80年代以后,他们狠抓了环境的改
善,硬是建成了几个“花园式煤厂”,使工厂处处鲜花盛开,花木盆
景到处可见。再如湖北沙市热电厂和排污站,通过绿化美化使劳
动环境得到了根本的改变,原来是污水汇流,杂草丛生,现在是以
名花、亭台、盆景、佳木、楼阁、瀑布吸引着中外游客,职工的精神面
貌也大大改观,对自己所从事的工作产生了爱,充满了自豪感。现
在我国已有越来越多的工厂的领导都认识到了改善劳动条件的必
要性,而改善劳动条件需要大量的花草树木,这就为花卉行业发展
提供了广阔的市场需求。

三、人们的家庭生活需要花卉

人们的生活水平提高了,交往也多了,对花卉的需求也越来越
多了。

1. 用花来美化家庭环境 党的十一届三中全会确定了“以经
济建设为中心”的宏伟目标,从此,我国人民的生活水平逐年提高,
人们的居住条件也大大改善,从而越来越追求良好的家庭环境,对
花卉的需求也越来越多,许多平房的住户喜欢在院子里种花,在工
作之余观赏自己养的花,会有一种赏心悦目之感。住楼房的人们
更需要用花来美化居室,如在卧室养几盆吊兰,既能欣赏兰花之
美,又能调节室内空气,对身体有很多益处,在书房放上一些文竹
之类的花,衬托高雅的气氛,客厅摆放一些大叶花,格调明朗,气氛
典雅,阳台更是养花、摆花的好地方,人们根据自己的爱好,在阳台

上养花,使家里的阳台鲜花盛开,显得生机盎然。另外,在茶几上、餐桌上、窗台上摆上自己喜欢的花,让花时时装点 and 美化生活,会使居室各个角落都别有一番风味,给人们增添无尽的舒适和欢乐。

近年来,楼房和住宅小区像雨后春笋般建立起来,大多数小区内都有绿地和活动场所,有的还建立了花坛喷泉等,小区环境的变化需要大量的花卉。

2. 人们社交礼仪出游等活动需要花卉 随着我国的改革开放及人们生活水平的提升,人们的社交活动及各项礼仪活动大大增加了,这些活动也都需要用花来装点,新郎新娘要戴胸花,新娘要戴头花,送给新娘、新郎的最好礼物也是鲜花。丧礼对花的需要也很多,被送丧的死者要用花草覆盖,追悼会要摆花,人们要送花圈、戴胸花等。会见恋人,给朋友过生日,庆祝情人节、母亲节、父亲节等送花也已成为时尚,有的商家还把购物送花,作为新的促销手段。近年来,利用假日出游的人越来越多,为满足人们的旅游观赏需求,各地都修建了许多景点,这些景点的建立需要大量的花草。

3. 吃花、喝花成为时尚 近年来,干花饮品悄然兴起,几乎所有茶店、茶庄都摆上了能冲饮的干花,由于干花饮品鲜艳的色泽和独特的造型,吸引着众多消费者,虽价格偏高但很抢手,这些花直接饮用,起到了很好的保健作用。还有不少种花能直接入药,如芍药、首乌及多数姜科花卉,这在“本草纲目”中已早有论述,有些经营者看到了人们在这方面的需求,投入此行,生意很有起色。随着医疗制度的改革,人们更重视自我保健,花成为“绿色药品”受到人们的青睐。此外,百姓的餐桌上也摆上了花制成的菜肴,如“西芹百合”,这说明吃花、喝花已成为时尚。

四、人民群众政治生活的需要

在我们伟大的国家,人民群众是主人,他们以极大的热情投身到各项政治活动中,如庆祝节日、迎接外宾、参加文艺体育盛会等,而这些活动都需要大量的花卉,而且对花卉的需要量是逐年增长

的。无论是政府还是民间,都会投入大量资金购买他们所需要的花。如每年国庆节前,天安门广场的花坛都成为首都的一个大景观,而且越办越好,越来越壮观。节日期间街头店面要摆花,买花的人也越来越多,这是商家的良机。

随着改革开放的进程,我国花卉出口逐年增加,作为“园林之母”的祖国大地,正在成为花木出口国之一,同时通过举办世界博览会,吸引了世界各国的朋友,使我国同世界其他国家的花卉贸易额有了较快的增长,此外,中外民间自由贸易中花卉也占了越来越大的市场份额。

凡此种种,洋洋大观,说明花卉经营中存在着广泛的、多方面的市场需求,投资花卉行业商机无限,有着广阔的发展空间。

第四节 我国花卉业现状和发展的趋势

一、迅速崛起,突飞猛进

20世纪80年代以来,我国花卉业迅速崛起,得到了长足的发展。这主要得力于国家政策的推动和国内外市场需求的拉动。国家重视对花卉业的管理和指导,全国各省市除西藏外,都成立了花卉协会,组织、指导了花卉生产,科研和销售。许多有识之士投资花卉业,兴建生产基地,开办市场和花店,使花卉业出现了“百舸争流”的繁荣场面。花卉业的发展主要体现在以下几个方面:

1. 生产规模的扩大 花卉生产已由传统的小农式的生产方式转向产业化的现代生产方式,并逐步形成了独立的产业体系,全国形成了数百个花卉生产基地,产量和销售额都呈直线上升的势态。

如云南省是我国最大的鲜切花生产基地,1994年鲜切花种植面积600公顷,年生产鲜切花2.1亿支,占全国市场份额的40%,1997年种植面积增至3300公顷,年产鲜切花6亿支,占全国鲜切花产量的一半左右。