

北京都市型现代农业“221行动计划” 市场调查报告系列之三



北京市农村工作委员会

北京花卉市场需求 与产业发展调查

委托单位：
北京市农村工作委员会

承担单位：
北京市农村经济研究中心

二〇〇五年八月

课题主持人

赵五一 北京市林业局花卉处处长
刘 树 北京市农村经济研究中心副研究员

课题组成员

北京林业大学经济管理学院	副院长	黄国华		
	讲 师	房 薇	盛双庆	
	硕 士	李鹏恒	苏 娟	李 歆
		刘丽萍	单丽君	赵 威
		吴振雷	刘艳美	李琳琳
中国人民大学农业与农村发展学院	副教授	王志刚		
	博 士	崔国胜		
	硕 士	苑会娜	邱 琼	李 燕
		李 艳	冯 伟	王 珊
		邵萍萍		
北京市农村经济研究中心	助 研	纪绍军		

报告执笔人

北京林业大学经济管理学院	黄国华	李鹏恒	苏 娟
	李琳琳	刘丽萍	盛双庆
北京市农村经济研究中心	刘 树		
中国人民大学农业与农村发展学院	王志刚	苑会娜	崔国胜
	李 燕		

编委会顾问：牛有成

主	任：	李进山		
副 主	任：	雷德才	张贵忠	
主	编：	任 荣		
编	委：	寇文杰	曹四发	葛继新
		庄蓓薇	刘军萍	刘 树
		陈水乡	王淑存	吴连江
				徐占明

序

■ 在今天的北京郊区工作会议上，都市型现代农业被确定为北京农业的主要发展方向。自去年开始实施的以市场为导向的“221 行动计划”是实现这一目标的重要举措。今年，北京市农村工作委员会组织开展了农产品市场调查活动，针对郊区农业发展的需要，确定了以摸清观光休闲农业市场规律为主要内容的《北京观光休闲农业产业市场调查》、以北京高消费群体对农产品消费规律为主要调查内容的《北京高消费群体（高端）农产品市场需求调查》、《北京知识女性都市型农业需求调查》以及以北京花卉市场需求为主要研究内容的《北京花卉市场需求与产业发展调查》共四个调研题目。本次调研采取课题负责人制，组织了来自北京大学、中国社会科学院、中国人民大学、北京林业大学、北京市农村经济研究中心等单位的专家、教授等富有经验的市场研究人员 40 多人共同参与调查研究。为确保调研工作的质量，各课题组通过调查问卷、座谈会、实地调查、实证分析等不同形式和手段收集数据资料，参考了大量相关国内外文献，获取了数万个基础数据。

■ 如此深入、集中地对农产品市场进行研究在郊区农业发展历史上还是第一次。希望这次调查成果能够为各级领导决策、指导农民调整产业结构、促进农民增收提供帮助。

北京市农村工作委员会

二〇〇五年十一月

序 言

一、课题背景

■ 花卉作为城市园林建设的材料和美化人民生活的精神消费品，在全国各地悄然兴起，迅速扩大。花卉消费逐渐成为一种时尚，并成为一项快速发展的产业。北京的花卉产业经过近二十年的发展，由一家一户的小农经济发展成目前初具市场经济形态的产业。京郊农业结构的调整和城市化进程的加快，带动了花卉产业的不断发展。随着2008年奥运会的即将来临、城市化进程的加快以及城市居民生活水平的进一步提高，花卉市场必然存在巨大的增长空间。

■ 但是，面对新的发展趋势和机遇，需要进一步深化花卉产业内部结构调整，规避发展盲目、竞争无序、管理不善等问题，引导和促进花卉产业健康有序地发展，真正发挥花卉产业对改善环境、美化生活、促进经济发展、调整农业结构等方面的重要作用。因此，摸清花卉市场需求状况和企业的生产经营状况，把握花卉产业结构调整的方向和重点，建立以市场为导向的花卉生产和流通的良好运行机制成为花卉产业进一步发展的要求。

二、研究目标

■ 为了掌握北京市花卉的市场需求和生产状况，大力推进今后北京花卉产业的发展，并为政府制定相关政策提供决策依据，根据北京现代农业“221行动计划”市场需求调研的安排，我们开展了本次北京花卉产业调研。

三、调查内容

■ 为了实现上述目的，课题组进行了北京花卉市场的访谈、消费市场问卷调研和分析、生产企业调研等。通过调研，我们获得了关于北京花卉产业的翔实资料。

四、研究方法

1. 采用实证分析为主的研究方法，并配以案例研究和比较研究。进行大量的针对消费者、经销商、生产者的实地调研、座谈和数据采集。
2. 采用定量与定性分析相结合的方法。
3. 同相关部门座谈与定点深入剖析相结合。

五、课题成果

■ 本课题分为总报告和附件两大部分。总报告包括四大部分，主要介绍了北京花卉市场的需求状况、花卉产业的发展现状和前景、花卉生产企业案例分析以及相应的政策建议等。附件部分有六个方面，包括了花卉消费市场总体情况的分析结果和花卉消费情况调研问卷等资料。这些附件为本课题的研究提供了第一手的调研材料，是对课题研究结果有力的实证支持。

目 录

CONTENTS

序言·····	2
 第一部分 北京花卉市场需求调研·····	7
(一) 北京鲜切花市场需求状况概述·····	8
(二) 北京居民花卉需求状况概述·····	10
(三) 北京社会集团花卉需求状况概述·····	25
(四) 北京绿化工程花卉需求概述·····	27
(五) 北京花卉需求特征分析·····	28
 第二部分 北京花卉生产经营状况·····	31
(一) 生产方面·····	32
(二) 流通方面·····	33
(三) 出口方面·····	34

第三部分 北京花卉生产企业案例分析 35

(一) 案例一: A 花卉种植基地 35

(二) 案例二: B 园林工程有限公司 39

(三) 案例三: C 花卉生产基地 41

(四) 案例四: 北京 D 公司 48

第四部分 北京花卉产业发展前景及对策建议 51

(一) 北京花卉产业发展前景 51

(二) 2008 年奥运会和北京城市化进程加快花卉产业发展的推动 52

(三) 对北京花卉产业发展的建议 53

附录一: 北京花卉市场鲜切花需求调查分析报告 59

附录二: 北京花卉市场需求调查——居民调查分析报告 66

附录三: 北京花卉市场需求调查——社会集团调查分析报告 92

附录四: 北京花卉需求调查——宾馆、饭店调查分析报告 98

附录五: 北京花卉市场需求调查——绿化工程调查分析报告 102

附录六: 北京花卉市场需求调查问卷 104

第一部分 北京花卉市场需求调研

■ 为了掌握北京花卉的需求情况，我们开展了本次“北京花卉市场需求调研”。此次调研的花卉主要包括：作为商品生产和销售的切花、盆栽植物、种苗（球）、花灌木和草坪草。

■ 北京花卉市场需求情况的调查从三个消费群体调查和一个专项调查两个角度四个方面进行。消费群体调查包括居民调查、社会集团调查和绿化工程调查三个不同方面，一个专项调查是指鲜切花市场调查。调查采取随机抽样和典型抽样相结合的方式，通过直接访谈、问卷调查、统计资料收集等手段，获得2004年北京花卉市场供给与需求的相关信息。从调查的结果来看，基本可以了解北京对花卉的总量需求和对不同种类花卉的结构性需求，也可以了解到不同消费群体对花卉的需求和结构特点，调查的有效性和准确性还是比较好的。

■ 对调查所得的2004年北京花卉市场供给与需求的相关信息进行了统计、分析，整理得出2004年北京花卉需求的基本情况，并在此基础上参照相关因子对2005年北京花卉市场的需求情况进行了相关预测。

■ 2004年全市花卉消费38.12亿元，其中居民花卉消费11.15亿元；社会集团消费21.83亿元（平均每个单位消费1.203万元，全市社会集团单位数以2003年底191048计算）；绿化工程用花卉直接消费5.14亿元。其中2004年鲜切花销售4亿支，批发价销售额2.44亿元，折合零售价销售额约7.3亿元。

■ 预计2005年全市花卉消费43.44亿元，居民花卉消费12.51亿元；社会集团花卉消费24.31亿元（平均每个单位消费1.312万元，全市社会集团单位数仍以2003年底191048计算）；绿化工程用花卉直接消费6.62亿元。预计2005年鲜切花销售4.5亿支，批发价销售额2.76亿元，折合零售价销售额约8.28亿元。具体内容包括五大部分：

（一）北京鲜切花市场需求状况概述

1. 鲜切花需求的基本状况

■ 通过对北京主要花卉市场进行实地调查，得到 2004 年北京鲜切花一级市场主要品种的基本情况，结合商户数量、不同品种鲜切花的日均销售情况，计算得到销售数量和 16 个不同调查期的平均价格。经过统计、计算，并考虑到调查统计中其它影响因子，2004 年北京鲜切花销售量为 4 亿支。根据一级批发市场提供的销售价格，按照年均价法和等日期法分别计算得到 2004 年北京鲜切花市场的销售总额都为 2.44 亿元，折合零售价销售额约 7.3 亿元。

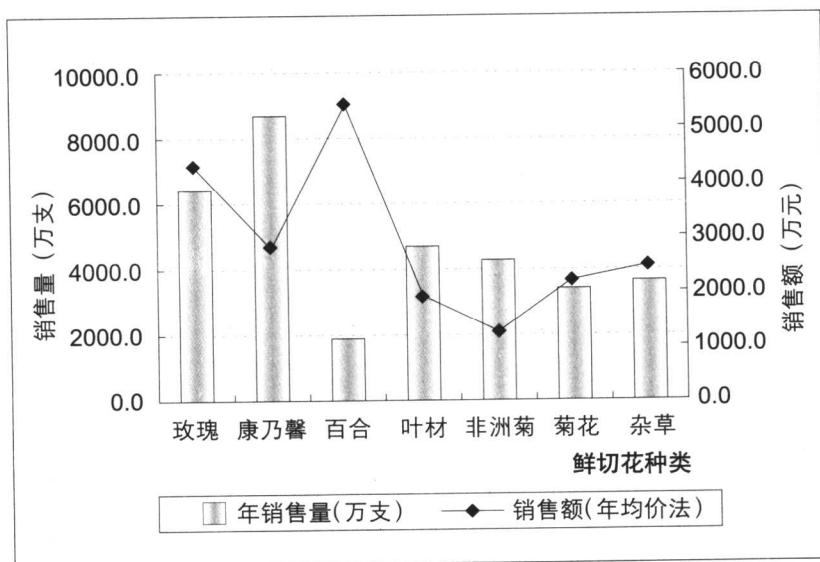
■ 考虑到经济增长、人口变化等因素对于鲜切花消费情况的影响，预测 2005 年北京鲜切花销售量将为 45158.7 万支。预测鲜切花的销售额将为 2.76 亿元，折合零售价销售额约 8.28 亿元。

2. 鲜切花需求的基本特征

（1）鲜切花需求品种集中

■ 从调查情况来看，鲜切花主要集中在玫瑰、康乃馨、叶材等品种，详细情况见图 1-1。

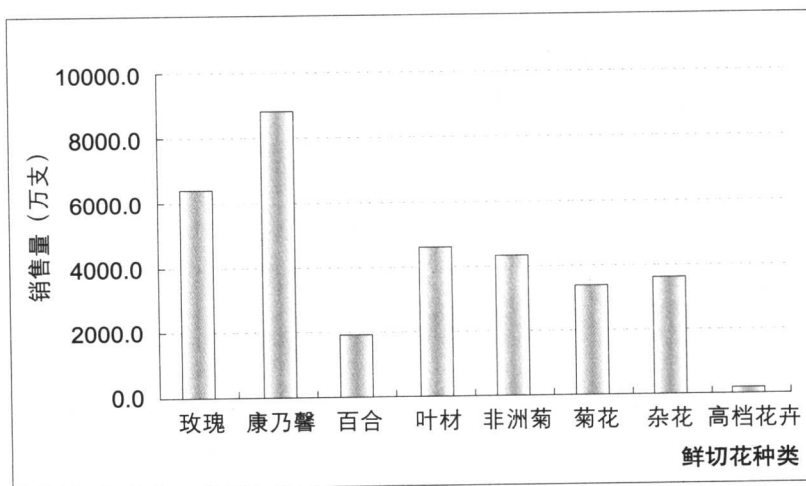
图 1-1 2004 年北京鲜切花销售量与销售额



(2) 切花需求量大

■ 从调查来看，各类鲜切花的需求量较大，大部分品种在 2000 万支以上，详细情况见图 1-2。

图 1-2 2004 年鲜切花年销售量



(3) 高档鲜切花供求滞后

■ 从调查来看，高档鲜切花的供求状况较差。一方面，高档花卉供应品种不足，数量少；一方面，高档花卉需求量小，需求群体小且不稳定。

(二) 北京居民花卉需求状况概述

1. 居民花卉需求调查的基本情况

■ 对于居民花卉需求情况的调查主要以问卷调查的形式进行。居民问卷共分为 3 类地点发放，包括花卉市场类、各区典型商场等繁华地段类和居民小区类。其中，花卉市场涉及到北京比较出名的 7 个花卉市场，包括莱太花卉市场、中疏大森林花卉市场、航天桥花卉市场、花乡花卉市场、玉泉营花卉市场、亮马河花卉市场以及城东南都市芳群花卉市场。商场等繁华地段类和居民小区类把调查范围集中在北京城八区（东城区、西城区、海淀区、崇文区、宣武区、朝阳区、丰台区和石景山区），通过随机抽取的方式，确定了 20 个商场调查地点和 150 个调查小区。调查共发放问卷 2014 份。调查共收回问卷 2004 份，其中购花样本 1726 个，占 86.13%。样本分布情况为，小区居民问卷 964 份，占 55.85%；花卉市场居民问卷 323 份，占 18.71%；商业区随机居民问卷 439 份，占 25.44%。

2. 调查的基本结果

(1) 居民购花意愿强烈

■ 从调查情况来看，有 86.13% 的居民愿意购花，并基本都付诸实践，可见购花意愿比较强烈。

(2) 居民购花费用较大，且逐年有所增加

■ 调查显示：过去一年居民人均购花支出为 310 元，未来一年为 348 元，在居民人均可支配收入中所占比重较为明显（2004 年人均可支配收入为 15637.80 元），详细情况请看图 2-1、图 2-2。

图 2-1 过去一年内购花的支出

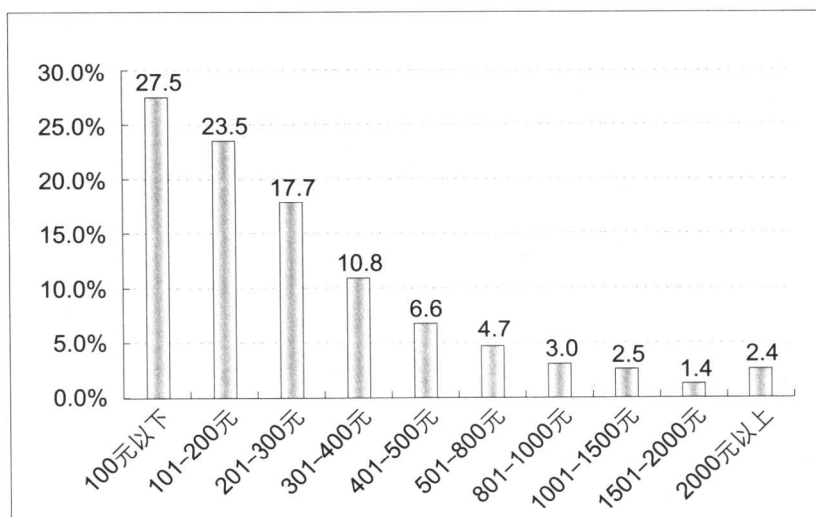
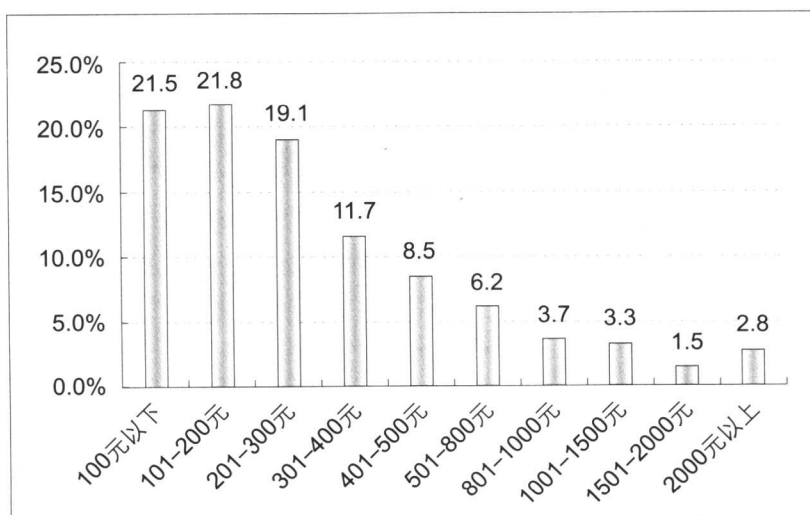


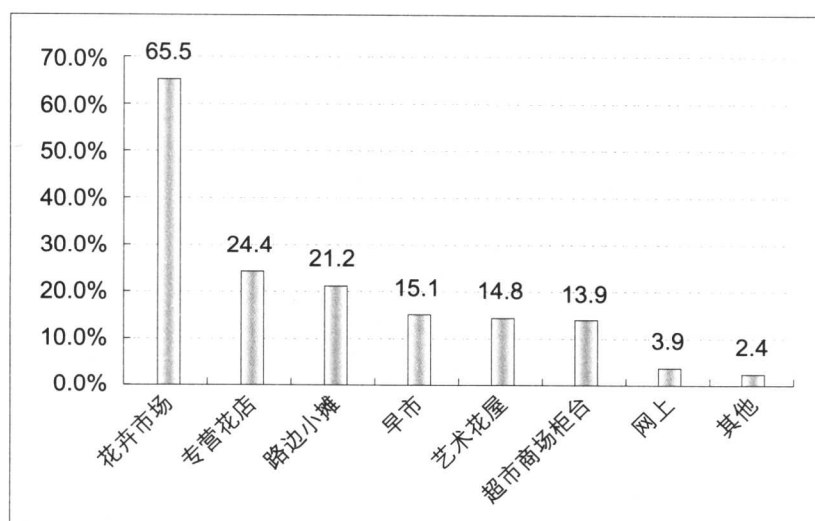
图 2-2 未来一年购花的预计支出



(3) 花卉市场成为居民购花的主要渠道，但各市场知名度和销售状况相差较大

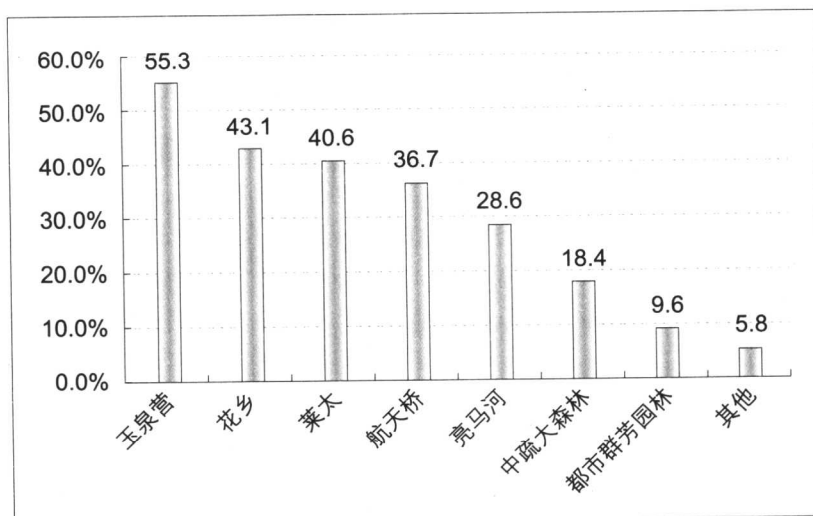
■ 从调查情况来看，购花最多的三个地点依次为：花卉市场、专营花店、路边小摊，花卉市场已经成为居民购花的主要渠道，各花卉销售渠道所占比重情况如图 2-3。

图 2-3 购花主要地点



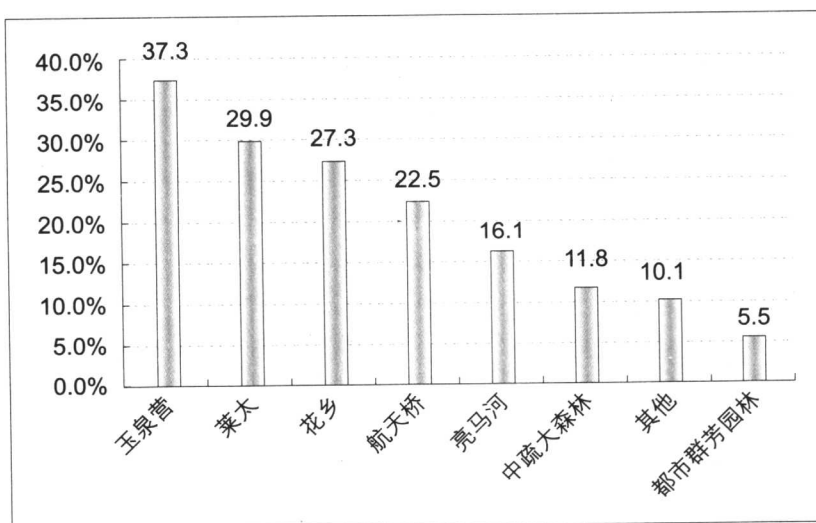
■ 从调查来看，各花卉市场在居民心目中的知名度也有所不同，知名度较高的是玉泉营、花乡、莱太、航天桥花卉市场，各花卉市场知名度见图 2-4。

图 2-4 听说过花卉市场



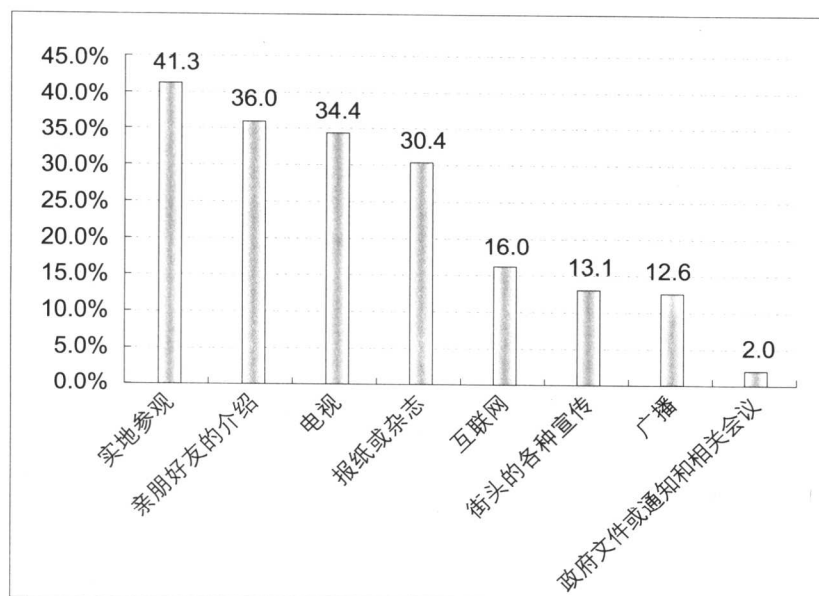
■ 从调查来看，各花卉市场的销售情况也有所不同，居民购花选择频率较高的花卉市场依次为玉泉营、莱太、花乡、航天桥，比重均在 20% 以上。各花卉市场的详细情况见图 2-5。

图 2-5 过去一年内曾购买过花的花卉市场



■ 从调查来看，居民认识和了解花卉市场的方式和渠道多种多样，最广泛的三种途径为：实地参观花卉市场、亲朋好友的介绍和电视、报纸或杂志。详细情况见图 2-6。

图 2-6 了解北京花卉市场的途径



(4) 居民花卉消费类别集中，品种差异明显

■ 从调查来看，过去一年内购买的花卉鲜花占 71.53%；盆花占 68.04%；绿色植物占 52.98%；其他花卉占 5.20%。由此可见，居民花卉消费类别较为集中（参看图 2-7）。