

# 中国花卉协会文件

中花协字〔2017〕11号

## 关于印发《2017 全国花卉产销形势分析报告》 的通知

各省、自治区、直辖市花卉协会，中国花卉协会各分支机构，各重点花卉产区、重点花卉市场、花卉龙头企业：

为及时掌握全国花卉产销动态，研判 2017 全国花卉产销形势，引导和推动中国花卉产业健康持续发展，2017 年 2 月 27 日，中国花卉协会在四川西昌召开 2017 全国花卉产销形势分析会，在对盆栽、鲜切花、盆景、绿化观赏苗木产销形势分析的基础上，结合国家统计局发布的花卉统计信息和从江苏、河南、宁夏等 17 个省（区、市）报送的《2015、2016 年花卉产销情况及 2017 年花卉销售情况调查表》（中花协字〔2017〕1 号），进行汇总、归纳和综合分析，形成了《2017 全国花卉产销形势分析报告》，现印发给你们，供参考。

附件：2017 全国花卉产销形势分析报告



## 2017 全国花卉产销形势分析报告

2016 年，全国花卉种植面积 132.91 万公顷，比上年增长 1.81%，销售额 1616.49 亿元，比上年增长 24.10%，出口额 5.94 亿美元，比上年减少 4.20%。本报告对盆栽植物、鲜切花、盆景和绿化观赏苗木四大类进行了分析。总体上说，2016 年我国盆栽植物总产量稳步增长，品类日益丰富，品质提高，市场供应充足，产销基本平衡；鲜切花总体产销形势发展良好；盆景产业制约因素较多，行情喜忧参半；绿化观赏苗木产业经过了近几年持续低迷后，产销形势有所好转，但整体形势依然严峻。

### 一、盆栽植物

#### （一）盆栽植物产销情况

盆栽植物主要以大宗盆花、传统名花、多肉植物、小型盆栽等为主。其中，大宗盆花中，大花蕙兰、蝴蝶兰、红掌产量均有一定增长，价格除红掌外，相比去年都有一定幅度提高，凤梨全年产量基本保持平稳，价格变化不大，高品质货源较为紧俏；传统名花中，国兰市场行情看好，品质不错，产销量和价格均稳中有增；杂交兰成品率低，价格有所上涨；杜鹃、牡丹产量增加，价格平稳；君子兰上市量有所下降，但价格较为平稳，同时种子、种苗产销量均增；茶花产量稳定，价格变化不大。开花类小盆栽总量增加，产品价格相对稳定；多肉类增长迅速，种类繁多，需求发展旺盛，价格不断优化调整；草花暨花坛花卉产量基本稳定，需求有一定增

加，价格止跌回升。

## 1. 大宗盆花产销情况

### (1) 大花蕙兰

2016年全国大花蕙兰总产量约560万盆，云南省产量达到500万盆，占全国的90%，是全国大花蕙兰的产销中心和世界最重要的生产基地。另外四川约占7%，辽宁、山东、贵州、浙江、江苏等地也有少量生产，总产量多于2015年。品种以‘红霞’、‘黄金岁月’、‘金光’等红、黄色系为核心。

批发价格方面，根据品种和质量从30元-120元不等，均价保持在75元左右，较2015年增长7.14%（图1-1）。

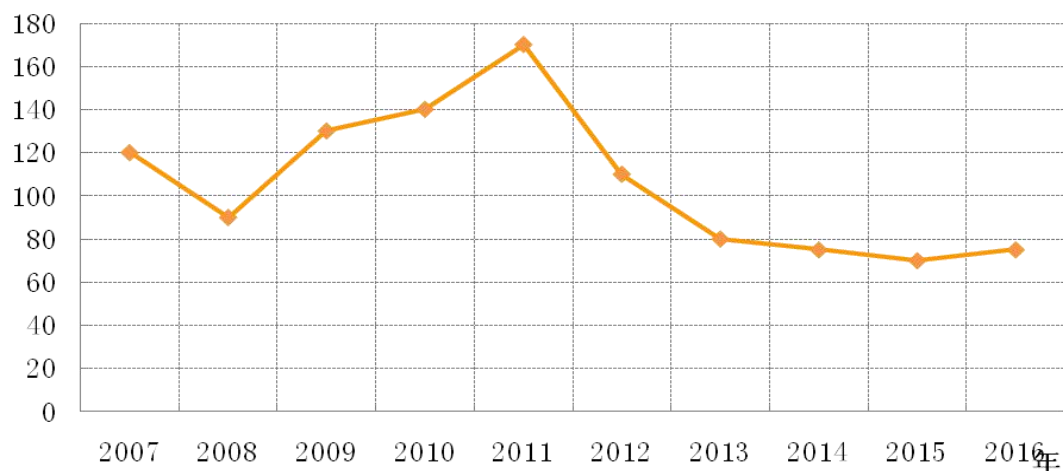


图 1-1 2007-2016 年云南大花蕙兰综合均价

从销售地看，浙江（传化生物）、江苏（溧阳）等地产销量及平均单价均有增长，浙江产量由2015年5.5万增到6万盆，销量由5.13万增加到5.9万，平均单价由2015年72.8元增长到92.3元，同比增长27%；江苏产量由4.3万增至

4.5 万，销量由 4.2 万增至 4.45 万，平均单价由 100 元增至 120 元。青州地区的年销量约 50 万盆，是除广州外的第二大中转市场，销量增长 4.2%，价格增长 8%左右，市场消化中低档产品能力强。北京地区销售情况良好，后期略有缺货。2017 年 1 月份，各地花卉市场还出现了价格先抑后扬情况，主要由于受去年年宵影响，前期经销商信心不足，低价出货，但后期零售市场启动后需求增加，价格上涨。

2016 年云南的大花蕙兰对越南、缅甸、泰国等地的出口开始增长，出口量约 60 万盆，同时韩国大花蕙兰进口量逐年减少，全年不超过 10 万盆。由于二三线城市消费潮还未启动，很多市场上并不多见，随着经济增长和品质提升，国内需求量估计将达到 1000 万盆以上，大花蕙兰前景趋好。随着越来越多大花蕙兰生产商和个体户花农的介入，2017 年产量还会有所增加，估计云南省在 520-540 万盆左右，高品质、新品种、鲜切花、小型盆花及造型类、垂吊类将会受到更大关注。

## （2）蝴蝶兰

蝴蝶兰量价齐增，杂色花比例增加，年宵期间红花供不应求，价格上涨。

2017 年宵期间全国上市量达 4000 万株，其中广东省销量 1800 万株，同比增长 20%左右，上海地区约 200 万株，增量 11%左右，青州约 600 万株，增加 15%左右，北京 300 万株，增加 10%左右，浙江、河南等地产量也有不同程度的增

加。销售价格同比也略增长，各产区蝴蝶兰单价普遍在 20-25 元之间，红花价格高于杂色花价格。溧阳（幸福兰业）的迷你蝴蝶兰产销量也在稳步增长，产量由 2015 年 5 万增加到 6 万，增幅 16.7%，销量由 4.5 万增至 5.6 万，增长 19.6%，价格基本稳定在 40 元左右。

红花量少，价格上涨是 2017 年宵期间蝴蝶兰销售的突出特点。由于前两年日常消费对于杂色花品种需求增加，种苗商和生产商增大了杂色花品种生产量，导致红花品种无法满足年宵期间传统消费需求。主流品种与往年相同，红花主要以‘大辣椒’、‘火凤凰’为主，杂色花品种较为丰富，周年消费不断增加。从去年开始，许多组培种苗生产商就注意到红花紧缺现象，开始增加红花生产量，预计 2017 年红花品种产量将明显增加，其中‘大辣椒’中苗量可能会供大于求，总产量会保持增长趋势，同时周年生产供应也会相应增加。

区域不同，蝴蝶兰的花期受到一定的影响，北方地区由于夏季气温较高，催花受到影响，开花时间推迟，而南方受暖冬影响，有一部分花期提前，但总体销售情况乐观，销售稳定。

### （3）红掌

2016 年，红掌量增价跌。受前两年红掌市场行情较好及一些扶持项目新建温室填充需求影响，导致生产量迅速扩大。2016 年估计全国总产量达 4000 万盆，相比 2015 年产量

大增。从五一开始，红掌市场销量和价格均开始出现滑坡，主流盆径 15 厘米的大花‘特伦萨’‘火焰’等品种批发价 17-21 元，小株型品种 7-10 元，价格比 2015 年下滑 5 元左右，10 月份才稍有反弹，但年宵期间上市货源依旧较多，价格变化不明显。从掌握的情况看，广东地区作为主产地，有的企业产品未按预期出货，造成积压，导致低价甩货。由于从种苗到成品的生长周期长，去年上半年的种苗已经产出，预计今年产量与去年持平，价格基本触底。

#### （4）凤梨

全年凤梨供需平稳，价格略有上涨。今年年宵期间，全国上市量约 800 万盆，相比去年变化不大。从品种上看，‘丹尼斯’、‘红星’依然占据主流，‘平头红’上市量最大。年宵期间价格小幅上涨，高品质货源一直供不应求。价格方面，无论是出货价还是市场批发价格都比较可观，北方地区中档货单品价格 20 元左右，高品质货源可达 30 元。南方地区品质差异明显，价格两级分化明显，大批中低端品质产品冲击市场，但整体售价并未受到太大影响。受环境污染，燃煤加温控制等因素影响，北方地区凤梨上市量在逐渐减少，已有北京、天津等一些花卉生产商放弃凤梨生产，广东地区小规模凤梨种植企业和个体户数量一直在增加，生产面积也在不断扩大，南增北减局面会继续扩大。

#### （5）竹芋

竹芋生产地主要集中在北京、天津、青州、广州等地。

竹芋是周年生产的观叶盆栽，由于对生产环境和管理技术水平要求较严，准入门槛高，使一些农户望而却步，产量和价格相对平稳，没有大幅变化。青州地区产量在 50 万盆左右，产量和价格与去年基本持平。价格方面，冠幅 40 厘米，高度 40 厘米的‘青苹果’、‘美丽’、‘彩虹’等批发价在 20-22 元左右，大盆径、高品质竹芋单价 30-35 元，年宵期间成为抢手货，而一些小盆径产品主打周年市场，全年销售均较理想，二三线城市需求也在稳步增长。从品种上看，生产依旧以‘苹果’、‘紫背’、‘猫眼’、‘天鹅绒’、‘飞羽’等为主，市场对新品种认知度低，品种更新速度慢。

## 2. 传统名花

### (1) 杜鹃

杜鹃全年产量增加，价格平稳。比利时杜鹃产地主要集中在福建、江西、江苏、四川、山东及云南等地，福建、江西、青州等地产量均有所增加，中小规格较为畅销；丹东杜鹃主要集中在辽宁丹东，2017 年货源紧缺，价格稳中有升。造型杜鹃很少，适合家庭消费的小型造型杜鹃行情较好，需求量大，产品紧俏。高山杜鹃生产商主要集中在山东威海七彩生物科技有限公司、河北石家庄农林科学研究所、昆明金科艺花卉有限公司、山东红梅园艺四家企业。其中，山东威海七彩生物科技有限公司、河北石家庄农林科学研究所年产量基本稳定在 1 万盆左右；昆明金科艺花卉有限公司、山东红梅园艺四家企业盆栽约 7 万盆，但都有向景观、绿化、展

览等转型趋势，总体产量较为稳定，价格与去年基本持平。

### （1）国兰

国兰行情较好，规模在持续扩张，产量和价格均稳中有增。年宵期间总量估计约 3000 万苗，品种依旧以墨兰为主。由于国兰可以裸根销售，通过网络渠道销售大大提高了市场消费量。

### （3）君子兰

君子兰由于近两年在年宵市场中表现低迷，年宵期间上市量减少，价格平稳。近年各地兴建君子兰种植基地，种子、种苗需求量大，价格保持了较高的水平，总产量会有所增加。

### （4）水仙

水仙近两年行情低迷。主产地在漳州，占全国市场的 95% 以上，2016 年上市约 2000 万粒，受天气影响，总体长势欠佳，销售不理想。大球较少，还算畅销；小球受到 2015 年累积的数量影响，产量达到高峰，供大于求，价格下跌严重。

### （5）牡丹

牡丹年宵期间供应量增加。洛阳及菏泽除在原产地生产外，还分别到上海和广东进行消费地催花，价格相对稳定。市场主要以着花 8-10 朵的单株盆栽为主，小规格受冷落。

### （6）茶花

茶花产地依然是福建、云南、浙江为主，产量较为稳定，价格变化不大，株高五六十厘米的中型盆栽茶花广受欢迎。

### （7）杂交兰



杂交兰主要产地在云南、广东、福建等地。虽然种植量在增加，但由于受气候影响，年宵期间成品率降低，上市量明显减少，销售平稳，价格比去年上涨 5 元左右。

### 3. 多肉植物

多肉植物种类繁多，产业自 2010 年开始萌动，到 2014 年开始爆发，借助电商推广，持续增长，发展迅速，需求愈发旺盛，尤其是高品质产品供不应求，市场广阔。保守估计 2016 年比 2015 年市场需求增加 40-50%，多地展销活跃，产量一直处于增长态势，但从 2016 年开始价格逐渐回落，预计增速会逐渐放缓，扩张会非常谨慎。全国多肉植物规模引种已经结束，产业格局基本形成云南（气候优势）—青州（市场与地理优势）—漳州（信息与产业优势）三足鼎立局面。云南地区的生产量由 2015 年的 2000 万株增加到 3300 万株，越来越多的专业种植者选择云南从事高品质多肉的生产；青州地区已经成为全国最大的多肉基地，产品丰富多样，既有普货，又有高品质产品，同时又是重要的多肉育种及新品种育推基地；漳州地区多肉种苗占有优势，三地各有特色。未来的多肉盆栽将以更丰富的品种、更高的品质、更加多元化的应用在盆栽植物占据一席之地。

### 4. 小型盆栽

近年来，小型盆栽需求量不断攀升，生产量也在逐年递增。产品丰富、色彩多样、价格亲民、容易管理等特点适应了家庭日常花卉消费需求。仙客来、丽格海棠、长寿花、盆

栽菊、微型月季等观花小型盆栽增量明显，价格受市场调控，涨跌不一，总体较为平稳。部分企业由生产红掌转型白掌，产量增加，销售依然较好。球根类中盆栽百合在逐年增长，销售平稳，价格平稳。彩色马蹄莲全年种球总量 150 万粒左右，主要集中在云南省和天津（大顺）等地，云南省的产量由 2015 年的 50 万盆增加到 70 万盆，批发价格同比下滑 5 元，年宵期间价格略有涨动。由于彩马种植难度较大，设施条件要求高，所以发展较慢。郁金香盆栽萎缩，产量减少，价格相比去年略好。风信子从 2010 年以来，进口种球量一路从 500 万粒攀升到 2500 万粒，上市量的急剧增长导致 2016 年年宵惨败局面，虽然 2016 年进口量减少了 20%，但种球依然滞销。青州地区作为最大的风信子集散地，销售量由 2014 年的 700 万粒，增加到 2015 年 1500 万粒，2016 年又下降到 500 万粒，价格也如同坐过山车般，成为球根市场年度热门。今年经销商对购买种球会更加谨慎。

## 5. 观果盆栽类

观果盆栽中，朱砂根（富贵籽）上市量稳定，福建武平和江西大余两个主产区一增一减，价格略跌，受价格及大余金边瑞香种植冲击影响，估计明年产量会减少。北美冬青盆栽主产企业威海七彩公司规模更加多元化，数量大增，销售理想，价格与去年持平，市场认可程度越来越高。年橘是广东地区的特色观果盆栽，近年由于成本增加，利润减少，导致产量在缩减。年宵期间广东产的年橘仍以四季桔、朱砂橘、

金弹果、金橘等品种为主，质量较高，适合家庭摆放的中小型年橘产量增加，价格较去年略有上涨。其余地区佛手、柠檬等结果类盆栽产量也有小幅减少，价格有 10%左右跌幅。甘肃、山西等地盆栽果树量少，产量稳定，价格亦有所降低。

## **(二) 盆栽植物产销特点**

### **1. 产品种类不断丰富，品质不断提高**

随着消费群体不断扩大，产品也在不断丰富，满足个性化需求，像各种多肉、迷你类盆栽、精品草花盆栽等品种越来越多，销售活跃，市场份额逐步提高。同时，我国与国际最新盆栽品种和技术对接完成，国内部分花卉生产品质已经可以与国外相媲美，如多肉产品、大花蕙兰等，进口花卉减少，出口不断增加。

### **2. 高品质产品供不应求，价格优势明显**

花卉产品本身作为精神消费品，品质始终是第一追求。从市场上看也是优质优价不愁销，比如大花蕙兰品质差的三四十元，品质好的上百元；普通凤梨二十元，高品质凤梨三十元。提高花卉产品品质将始终是从业者不断努力的方向。

### **3. 年宵市场淡化，日常消费发力**

随着市场转型，节庆消费特别是年宵花消费占全年花卉消费量的比重逐步降低。许多生产企业的销售重心也开始由年宵市场向日常销售转移，做到周年供应。

### **4. 盆栽生产结构不断优化，适应个体消费产品增量明显**

生产企业在面对市场消费模式转型中，不断研究迎合个

体消费要求，产品越来越个性化、多元化。小型盆栽，小规格的蝴蝶兰、红掌、凤梨等崛起正是迎合了家庭和个人的消费需求，产销量在逐年增加。传统名花生产者也在增加中小型产品生产量，如杜鹃、茶花、年橘等。

## **5. 产品求新求异，营销模式不断创新**

组合盆栽持续升温，艺术水平不断提高，各地相关赛事活动不断，尤其是年宵期间组合盆栽需求旺盛，多肉组合礼盒也在年宵中广受欢迎，产品组合更加多样，盆器也越来越个性化、多元化。营销模式也在不断的创新：花园店式的体验式营销，互联网+花卉、合作众筹等，年初，北京中花怡家与北京花到家、管家帮及一微集团新能源电车签约合作，从产品供应、组合设计、配送到家的串联，解决了花卉进入家庭的最后一公里问题。

## **6. 销售渠道更加多元化**

如今盆栽花卉越来越多的走进超市、农贸市场、社区店、便利店等，与群众生活更加贴近，尤其是电商的发展更是直接拉近了产品与消费者的距离，不仅小型盆栽，多肉植物，像大花蕙兰、蝴蝶兰、红掌、凤梨等也都在探索完善包装物流体系，开展网店、微信等销售，专业化的电商生产企业蓬勃发展。

### **（三）对策和建议**

#### **1. 合理定位，长远规划**

一些大宗盆花生产周期长，市场反映滞后，或者信息不

准确，极容易造成市场较大波动。生产者要敏锐把握市场变化，合理调整生产结构和计划。

## **2. 开展多领域的合作共赢**

花卉产业作为朝阳产业，开始受到行业以外领域的广泛关注，花卉企业也开始谋求与产业链外尤其是资本的融合，对于打破产业发展格局，刷新思维，整合资源，变中谋求新发展将起到积极的助推作用。

## **3. 创新营销策略，推动花卉消费**

企业一方面要进一步挖掘和丰富产品内涵，扩大花卉文化普及宣传，引导家庭园艺消费，吸引更多的非专业人士参与花事活动；二是开展多元化组合营销，整合物流、旅游、餐饮、休闲等多方面资源，做好服务，实现花卉产业与一二三产深度融合。

## **4. 打造核心竞争力，发扬工匠精神**

当前社会经济下行，市场形势错综复杂，自主知识产权产品（新品种、新包装、新工艺、新设计等）对于企业发展越来越重要，也是企业真正的优势和核心竞争能力所在。政府应积极保护和鼓励企业进行创新及成果转化，花卉从业者也要沉住气，稳住心，生产者专注于提高产品品质、种苗育种商专注于品种的繁育和推广、经销商专注产品组合加工、包装及营销创新。

# **二、鲜切花**

## **（一）2016 年鲜切花产销情况**

2016年，全国鲜切花行情整体趋好。鲜切花生产面积有不同程度增长，交易额稳步上升，出口额增幅扩大，进口额逐渐增长。

云南是全国鲜切花的生产中心，也是交易集散中心，产销增长较为显著。2016年，云南省鲜切花生产面积1.39万公顷，交易量100.6亿枝，比2015年分别增长12.4%和15.6%。2016年，昆明国际花卉拍卖交易中心（KIFA）全年鲜切花交易量9.6亿枝，较2015年增长14.8%，交易均价上浮12.68%。其中，除康乃馨生产面积、产量略有缩减，价格呈小幅回落外，非洲菊交易量同比增长15.6%，满天星增长同比72.8%，洋桔梗、补血草、绣球等其他草本类切花的交易量均有不同程度的增长，百合保持相对稳定的态势。

从全国各区域情况来看，生产区域相互之间的季节互补性在增强，如切花菊已初步形成了从海南、广东、云南、浙江等不同气候条件下的种植带，实现了一年的均衡上市，而云南省鲜切花生产区域也从过去以滇中为主现向更远的地区扩展（图2-1）。



图2-1 云南省鲜切花生产区域示意

2016年，鲜切花出口呈恢复性增长，进口量也大幅增长。据海关统计数据，2016年我国鲜切花出口额2.83亿美元，同比增长10.85%，进口额2.15亿美元，同比增长0.2%。我国花卉主要出口到日本、韩国、荷兰、美国和中国香港等国家和地区，主要从泰国进口切花洋兰，从厄瓜多尔进口玫瑰和染色满天星，从智利进口球根类，从新西兰进口绣球、芍药等花卉种类。

## **（二）鲜切花产销特点**

### **1. 投资加大，设施改善；品种增多，品质回升**

2016年花卉业已成为业外资本关注的重点。一方面，资本开始从花卉流通（电商）向生产环节倾斜，高标准、现代化的基地开始涌现，花农开始重视生产设施的提升改造，特别是一些生产新区，整体设施水平均有明显提升；另一方面，各类新品种被不断的引进，市场对新品种的需求也在增大，传统玫瑰品种，如‘卡罗拉’、‘影星’、‘黑魔术’的种植面积在减少，而草花类的新品种大量出现。在设施改善、技术提升、新品种不断引进和市场对高品质鲜花需求旺盛的带动下，生产者的生产理念发生了积极的变化，种好花、种出高品质的花正在成为行业共识。

### **2. 消费增加，市场扩容；行情攀升，规律打破**

中国鲜花消费正在经历从礼仪、婚庆、节庆消费向日常消费的扩展，在花卉电商的推动下，市场扩展的速度在加快。从2016年产地行情变化来看，玫瑰、非洲菊、满天星、洋

桔梗、多头菊、绣球等一些草本类切花行情均呈现了不同程度的上涨，其中尤以玫瑰（特别是多头玫瑰）、满天星、洋桔梗、绣球和草本类切花上涨幅度最大。在上市量增长的前提下，市场行情也保持着一个小幅上涨，说明市场需求在增大。另一方面，生活用花市场的增加使得市场消费结构发生了微妙的变化，从而也导致过去形成的产地行情的规律被打破，2016年3月、11月、12月云南主产地各类鲜切花行情异常高涨就是由此带来的，而且这种变化在未来还将持续。

### **3. 进口加速，热点转化；出口回升，优势加强**

从2016年我国鲜切花出口情况就可看出，整个行业发展处于一个快速发展阶段。一方面与人民币汇率变化有关，也和我国东南亚周边国家，如越南、缅甸、泰国、新加坡等东南亚国家国内花卉消费强劲增速密不可分，这些传统出口市场国内花卉消费市场活力在增强。

同时，我国鲜花进口在经历了2014、2015年高速增长下，速度已有所放缓。进口花的热点也从玫瑰转向了更多目前国内没有的“新、奇、特”品种。2016年，菊花进口保持60%的增幅，主要从越南进口，虽然该品类占整体进口花比例不大，但从另一方面也反映出地域互补性在加强，中国花卉市场在世界花卉流通格局中的重要性在增强。

### **（三）2017年鲜切花产销趋势判断**

2017年，鲜切花产地市场行情稳中有升，行情波动继续加剧，市场对品种、品质、品牌的关注继续将成为花卉消费



的一大特征。社会资本加速流入，生产面积快速增长，园区建设步入正轨；品种结构进入深度调整，新品种继续独领风骚，新品种范围扩大。玫瑰、洋桔梗、满天星、绣球及草花的产能进一步释放，阶段性风险开始聚集；花卉电商数量将继续增加，电商分化将加速市场细分；出口将会加速，而进口则由于国内生产的替代性增强呈缓慢增长，一些国内无法生产、或阶段性补充的品种会增多。

### **三、盆景**

2016年盆景产业行情喜忧参半，制约因素较多，但市场前景广阔。

#### **（一）产销情况**

据农业部统计数据，2016年，盆景种植面积1.84万公顷，比2015年增长3.45%，盆景栽培面积略有增长，销售总量下降明显，销售额62.07亿元，比2015年增长19.16%，出口额0.42亿美元，比2015年下降21.17%。销售额增长，可能与近几年大中型盆景单价有所提升，货源价格较高，人工成本上涨幅度较大因素有关，同时受欧洲经济形势影响，对盆景出口的门槛相应提高，盆景出口减少。

通过对河北、河南、江苏、四川、重庆5个省区市共67个盆景企业调查，结果显示，2016年盆景销售量151.06万盆，销售额1.78亿元；其中，注册资本1000万以上企业共16家，江苏省占13家；67家企业职工数量总计2085人，职工数量100-300人的企业6家，60-20人的企业19家，15-3

人企业 42 家；其中盆景专业人员 600 余人，约占职工数的 28%，部分盆景公司没有专职技术人员。从侧面说明，目前盆景产业大型企业少，中小型企业多，专业技术人少。

对河北、河南、江苏、四川、重庆 5 个省区市共 80 个盆景企业调查数据显示，目前用于制作盆景的植物有 60 多种，排名前 10 的植物种类分别为：松类、柏树类、罗汉松、榆树、石榴、紫薇、金弹子、银杏、杜鹃、黄杨。其中，松类以黑松、五针松为主，柏树类以圆柏、侧柏、铺地柏为主。对比河南省与江苏省盆景植物种类，除罗汉松、黑松、榆树、柏树类、紫薇等 5 种主流盆景树种外，江苏省盆景使用的植物材料与河南省差别较大，江苏省盆景主要有五针松、黄杨、银杏、红枫、杜鹃、茶花等，河南省应用石榴、黄荆、对节白蜡、木瓜、腊梅、柿子、山楂、金弹子、三角枫等植物比较多，说明盆景素材来源存在一定区域特性。主要由于各地自然环境、气候土壤的差异，盆景需遵循“适地适品”原则，盆景的流动、消费存在着有限的半径，不能盲目跨地区种植和经营。

## **（二）产销特点及问题**

一是盆景生产周期长，制作工艺繁杂，有较高的艺术价值，价格不菲，普通老百姓消费不起；二是由于盆景制作工艺繁杂，对盆景制作者技术和艺术造诣要求高，导致当前盆景行业专业人才出现年龄断层、文化断层、技术断层问题；三是盆景营销渠道单一，传统的盆景经营模式基本上都是阵

地战，国内纯盆景专业市场极少，盆景交易基本上都是在门口经营；四是盆景种植栽培标准化困难。由于盆景加工费时费工，绝大部分盆景生产基地和盆景园规模小、品种多、造型杂，标准化生产较困难，而商品盆景，尤其是盆景出口需要低价位、小型化、标准化，对标准化生产提出了很高的要求。

### **（三）对策和建议**

#### **1. 规划引导，优化产业结构**

各级地方政府应认真研究本地区盆景产业发展战略，把盆景产业发展规划列入政府经济发展总体规划，业务主管部门要强化业务指导，帮助盆景企业理清发展思路。要通过政策引导，解决盆景企业“小而散”“小而全”的问题。推动盆景规模化生产、标准化栽培、集约化经营。

#### **2. 细化分工，拉长产业链条**

行业细分是盆景产业化发展的一个方向。产业链最怕出现断档，盆景产业最明显的断档就是售后服务。对盆景尤其是精品盆景的跟踪服务是拉长盆景产业链的一个着力点。

#### **3. 多措并举，拓宽市场**

一是由单一实体市场向虚拟+实体的经营空间发展。二是由国内市场向国际市场拓展。三是由单纯的买卖向多种经营延伸。

#### **4. 注入科技，把产业做强**

要想激发盆景行业持续发展的动力与活力，必须加强对

盆景从业队伍的改造和提升，各地要充分利用本地区高校和科研单位进行盆景专业相关技艺的研究及人才的培养，加快形成老、中、青结合，科研含量高的人才梯队。吸收优秀科技成果、科技手段、科技发明，应用到盆景栽培、加工、管护、经营等环节中去，借助科技的翅膀，使盆景产业腾飞起来。

#### **四、绿化观赏苗木**

2016年，苗木产业经过了多年持续低迷后，产销形势有所好转，但整体形势依然严峻，喜忧参半。一方面市场复苏缓慢，产销经营成本攀升、资金紧张，苗木销售价格总体呈下行趋势，量增价跌、毛利下降，结构性矛盾形成的产能过剩，供过于求的状况未发生根本改变。全国苗木产销率只有50%左右，过剩苗木存圃量达两三百亿株，去库存压力巨大。另一方面，尽管苗木价格下滑，但销量上比上年有一定程度的上升，大规格优质乔木和花灌木、部分绿篱和色块苗新优特色品种需求强劲，价格上扬。苗木经营者尝到了差异化经营带动销售增长的“甜头”，也吃够了同质竞争苗木滞销的“苦头”，产销经营上有得有失。

##### **（一）苗木产业现状**

宏观经济下行和园林市场萎缩，使近两年苗木生产经营非常艰难，苗农种植户和从业人员都有所减少。目前，我国观赏苗木种植总面积达80余万公顷，占全国花卉种植总面积60%左右。

从2016年各苗木主产区的状况看，山东、江苏、浙江、河南仍处于第一梯队阵营，四省苗圃种植面积和苗木产量分别为20.29万公顷，82.23亿株；18.44万公顷，43.50亿株；15.56万公顷，33.67亿株；12.80万公顷，20多亿株。面积和产量分别占到全国花卉种植总面积的一半以上和总产量的三分之一。

2016年，山东省实际用苗量14.31亿株，其中容器苗1.1亿株。苗木品种主要为白蜡、悬铃木、国槐、银杏、海棠、柳树、樱花、柏树等城镇绿化树种。江苏省实际用苗量为18亿株，容器苗占4.3%，可供下年度用苗量为12.6亿株，下年度预计需苗量为9.5亿株，产能依然过剩。榉树、红叶石楠、紫薇、桂花、女贞和银杏等用苗量均超过1000万株。品种结构方面，种植面积在0.67万公顷以上的树种分别为女贞、榉树、香樟和栎树。育苗面积前20位的小乔花灌木有紫薇、红叶石楠、海棠、樱花、黄杨等。香橿、楸树等乡土树种及红枫、火焰南天竹、北美欧洲红栎和沼生栎等优良彩色树种种植面积也呈现上升趋势。

浙江省在稳定种植面积的同时，种植结构进一步优化。浙江省年度产苗量(包括出圃量和存圃量)从2015年的46.86亿株减少到2016年的33.67亿株，减幅28%；同比苗木存圃量从32.88亿株减少到18亿株，降幅达45%。桂花、香樟、红枫、樱花、海棠、广玉兰等主要树种中，量大质低、规格雷同的生产面积大幅缩减。如桂花生产面积从2015年的2.13

万公顷减少到 2016 年底的 1.4 万公顷，香樟生产面积从近 2 万公顷降到了 1.67 万公顷。取而代之的是符合当下绿化需求的高端精品大苗、生态苗、果苗、珍贵树种苗以及家庭园艺产品和花海项目用苗等。

河南省苗圃面积近 13.3 万公顷，当年新增 1.33 万公顷，销售额达 170 亿元。最大产区河南鄢陵花木种植面积 4 万公顷，其中苗木面积 2.57 万公顷，苗木销售 2.18 亿株，销售额 53.98 亿元。

第二梯队的河北省 2016 年苗圃面积 8.55 万公顷，苗木产量 42.53 亿株，其中容器苗 6.79 亿株，实际用苗量 12.69 亿株。

第三梯队的甘肃省 2016 年苗圃面积 4.75 万公顷，新增面积 0.73 万公顷，苗木产量 64.47 亿株，其中一年及以下生苗木 15.90 亿株，2-3 年生苗木 29.81 亿株。主要品种为油松、华山松、云杉、白皮松、国槐、刺槐、樟子松等。大规格绿化苗木主要有油松（18.28 亿株）和国槐（1.25 亿株）。

四川温江，湖南浏阳、株洲，江西南昌、九江，安徽肥西、芜湖，湖北江夏、荆门，陕西周至、汉中，辽宁开原，福建漳州、三明，广东中山，广西桂林等苗木产区苗圃面积和存圃量有增有减，但各地苗圃面积增减和品种结构变化不大，整体上苗木存圃量增加，出圃量和销售各有千秋、参差不齐。去库存、调结构成为各地当前共同目标。

## **（二）苗木产销特点**

2016年，苗圃产销经营分化严重，经营者普遍感受到了压力，大的苗企抗性较强，但因价格下降、成本上升经营艰难；中小苗企、个体苗农生意难做，随时面临资金断裂崩盘；个体苗农日子难熬，苦苦支撑。

随着园林市场和项目承接的变化，PPP与EPC项目成为工程承接的主要模式，尤其是大的生态景观和特色小镇项目，所签协议动辄十几、几十亿，园林上市公司与大型企业一马当先，跑马圈地，原来凭一级资质投标围标和最低价中标的工程项目承接方式不复存在，这对苗木的销售方式、规格质量和产品流向也产生很大影响。

## 1. 园林市场一冷一热

东中部市场除杭州G20峰会景观改造提升工程带动苗木销售50个亿和厦门生态建设对苗木销售起到较大提振作用，其余市场相对冷清；而西部市场却非常火热，贵州1500多亿的大生态环保项目，陕西上万亿的生态建设和公园改造项目，内蒙古的“十个全覆盖”工程建设热火朝天，苗木需求旺盛，以致江浙桂鄂产区以及东北的苗木翻山越水，“一路向西”；此外，得益于冬奥会、世园会项目和北京副中心城市建设，华北地区园林市场和苗木销售也是一片兴旺。

## 2. 苗木需求一增一减

大规格优质苗需求量大，尤其是适用于行道树的彩叶和大规格乔木、规格较大的花灌木需求比上年明显增加；而一、二年生的常规小苗需求量大大减少，速生树种小苗严重滞

销，去库存主要也是此类苗木。

### 3. 苗木价格一高一低

高端优质苗木以及原冠苗、二次移植或断根苗价格走高，各种新优花灌木及绿篱苗价格上扬，如胸径 15 厘米的香樟，低的 400 元能买到，高的则需要 1000 元以上；嵊州胸径 12 厘米的美国红枫一般品种只需 2000 元左右，而‘红点’、‘十月光辉’等表现好的优势品种价格要 6000 多元。不符合工程用苗标准、商品性差的低端普通苗木价格走低，部分常规苗木价格腰斩，有的甚至跌破成本价。

整体而言，2016 年苗木销售是冰火两重天。差异化经营的苗圃销售红火，高端大规格苗木供不应求，而同质化苗木严重滞销，小规格低端苗木无人问津。从江浙沪苏、云贵川渝、京津冀地区以及山东、河南、陕西、湖北等市场反应，大规格优质乔木，尤其是径级 12-20 厘米的香樟、栾树、无患子、三角枫、大叶女贞、国槐、老白蜡、油松、白皮松等行道树苗走俏，价格坚挺上扬；一些差异化培育的原冠苗和高分枝樱花、法桐、白蜡、榉树都是抢手货；丛生乔木朴树、榆树、大叶女贞、紫薇，大规格彩叶和观花乔木美国红枫、金叶水杉，红樱花等量价齐升，能净化环境、生态功能突出的黄连木、元宝枫、中山杉、桤柳以及造型苗等市场表现都很好。大连燕园的美国红枫、欧洲椴树、美国鹅耳枥，山东奥孚的高干樱花、法桐，青岛信诺的染井吉野早樱，河南四季春的巨紫荆，嵊州的红白玉兰，杭州闰土的北美冬青、温



江的造型桂花和紫薇花瓶等都很畅销，价格也高于一般苗木 20-50%以上。有的规格供不应求，出现断货。浙江滕头苗木公司 2016 年销售乔木和花灌木 30 多万株，销售额 1.5 亿元，比 2015 年增长 60%。

小灌木色块地被苗销售稳定，浙江萧山、北仑，湖南浏阳，河北定州，河南鄢陵、南阳，陕西周至、江苏沭阳等产区色块花灌木、球类、绿篱苗销售情况都平稳增长，价格略升。金叶女贞、大叶黄杨、小叶黄杨、金边胡颓子、红叶石楠、杜鹃、红花檉木、无刺枸骨、卫矛等保持畅销势头，价格稳中有升。北方地区的丁香、连翘、迎春、红瑞木、锦带等价格涨了 20-30%。常州沃野公司积极拓展产品应用功能，将作种苗的‘天鹅绒’紫薇转为色块和木本花海应用，年销售几千万元，单笔销售上百万株，从困境中成功突围。

2016 年苗木产业结构性矛盾凸显、去库存和转型升级非常痛苦，代价高昂。那些生产存圃量过大，同质化严重的桂花、速生白蜡、樱花、法桐、银杏、北美海棠、红枫、樱花等产品和小苗销售不畅、量价齐跌；内蒙古产苗区的樟子松、云杉、油松等小苗库存达数十亿株，本地市场“20 年都消化不掉”。温江、浏阳等地径级 10 厘米、冠幅 3 米左右的桂花，从两三千元一株跌三四百元一株都销不出去；前几年火爆的银杏价格如今一落千丈；广东、福建的棕榈科苗木、山东等产区的速生白蜡和速生柳更是遭遇了“滑铁卢”，陷入抛售清盘和砍苗烧苗的境地，湖北、广东一些跨界投资苗圃

的经营者干脆“金盆洗手”，将苗圃处理掉转行。

在苗木产业转型和去库存中，不少产区从供给侧结构改革入手，转变观念，创新思路，利用自身条件和资源禀赋，对苗旅结合进行了有益的探索，重庆、四川、湖北、湖南、江西、河南等苗木产区通过苗旅结合做花海和旅游观光，依托苗圃花木营造的生态优势，增加观光休闲业态功能，从单纯卖苗木向卖景观、卖生态延伸，走出了一条苗木产销的新路子。

#### 4. 几个典型事件

2016年，园林苗木界发生的几个事件，引起了业界的广泛关注和反思。

##### (1) 两个亮点事件

一是植物新品种权和盆景商业拍卖。4月萧山花木节植物新品种权拍卖会和9月如皋盆景拍卖会，分别拍出3900万元和325.70万元的落槌总价。与泥巴为伍的苗木和盆景竟然登上了商业拍卖的大雅之堂，令人对苗木界刮目相看。

二是成都苗木陆路出口。成都温江花木产业结合供给侧结构性改革，去库存、促转型，推动花木出口。12月9日，温江花木企业货值约4.3万美元的19140株榕树，搭乘蓉欧快铁出口荷兰，实现了温江花木通过“一带一路”铁路运输出口零的突破，并成为全国苗木通过蓉欧铁路出口欧洲的首例，是中国苗木走出去和去库存的开拓之举。温江苗木陆路出口欧洲迈出的小小一步，或许是今后中国苗木外贸走向全球

的一大步。

## (2) 两个灾害事件

一个风灾、一个冻害，对厦门和昆明两个城市的园林树木造成严重破坏。

9月，“莫兰蒂”强台风对厦门城市树木造成毁灭性打击，使厦门损失了35万株园林绿化树木。据专家估计，从清理受灾树木到重新种植替换，需3.5亿元人民币。

3月，一场春寒重创昆明主城的绿化树木，冻伤乔木15万株、灌木球11万株、地被160余万平方米，数十条街道行道树遭严重冻伤全部焦叶，致使“春城”春意全无。专家认为，昆明这些街区三年内无法恢复原有景观效果。

自然灾害造成的惨重后果，引起了业界的反思，再次警醒园林以及政府有关部门尊重科学、尊重自然规律，使大家对乡土树种和适地适树原则有了新的认识和理解。厦门、昆明两市在景观恢复补种中，都组织专家精心论证，科学调整树种结构，把抗风能力强的棕榈科植物，原冠苗和经过历史考验的耐寒乡土树种作为首选，其景观恢复和树种整改工程，一定程度上也拉动了福建和云南的园林市场和苗木销售。

## (三) 苗木产业存在的主要问题

### 1. 苗木产业结构性矛盾突出

供给端方面，苗木“结构性矛盾”突出，产品高度同质化，供需严重脱节，低端普通苗木大量过剩，工程适用的

新优大规格苗木、彩叶乔木，尤其是行道树等高端苗木资源稀缺，这是供需矛盾的一大症结。当前苗木产业的主要矛盾表现为：市场和用户日益增长的多样性个性化需求与落后低端的产品和服务之间的矛盾。化解过剩苗木产能、增加有效供给任务艰巨。

需求端方面，西北、华北等地虽有亮点，但市场总体需求乏力。东中部园林市场工程量比以往减少 20-30%，东北地区甚至锐减了 50%以上。需求动能严重不足、对苗木产销影响很大，消化库存非常困难。

## **2. 苗木企业融资难，经营负担重**

苗木经营者资金来源大多为银行借贷间接融资，“融资难、融资贵”的问题十分突出。这几年市场低迷，苗木销售减少、价格下降，再加上土地成本、劳动力成本、管理成本和运营成本上升等多重挤压，使得不少苗木生产者，尤其是规模化苗圃经营不堪重负，经营非常艰难。

## **3. 产业集中度低，缺少旗舰引领**

中国虽为世界最大的苗木产销国，但苗木经营主体大多小型分散，业内没有出现研发创新能力强、技术领先、经营管理先进、市场份额占比大的旗舰式龙头企业，成为产业发展的风向标与压舱石，引领和带动产业提升和发展。

### **（四）2017 年苗木产销形势展望**

2017 年，尽管世界政治经济仍存在不确定性，中国经济下行压力依然较大，但园林苗木产业发展态势应属审慎乐

观。苗木市场复苏的态势，价格回升的走势比较明朗，苗木产业机遇与挑战并存，前景向好。

## 1. 机遇

(1) 第一个百年目标临近。2020年是“两个百年目标”第一个目标实现的期限，中央和地方基础建设投资力度很大，从公开资料提供的数据看，今后3-5年投资产生的商业机会在百万亿以上，园林苗木产业发展的空间与市场前景非常广阔。

(2) 政策红利释放。2017年中央一号文件明确把“花卉苗木”做大做强优势特色产业”范畴，为花木产业发展指明了方向，提供了有力的政策支持，是促导产业发展升级的极大利好。

(3) 国家战略与基础建设带动。“一带一路”、长江经济带、京津冀协同发展、生态建设与环境治理、新型城镇化和特色小镇建设等战略实施，投入资金大，持续时间长，带动的生态景观建设和环境改造提升均可与园林苗木产业对接。

(4) “十三五规划”实施和PPP项目发力。今明两年是“十三五规划”大力实施和PPP入库项目密集释放和爆发的节点，这对园林市场复苏和苗木销售极为有利。如《京津冀生态协同圈森林和自然生态保护与修复规划》，其中绿化投入预算高达473.51亿元，重点生态区域生态建设工程、水源涵养林和防风固沙林建设、沿海基干生态带建设、国家

储备林建设工程以及绿色产业发展等项目均涉及大量的苗木需求。

(5) 地产和休闲度假产业刺激效应。房地产业年投资超过 10 万亿，还有新的发展空间（如“第四代住房”概念）；旅游及休闲度假产业的兴起大大刺激了景区园林建设和旅游城市的园林绿化建设。

居于上述判断，园林苗木市场有望在今明年逐渐回暖复苏。苗木产业面临着新的机遇。分析苗木的需求和走势，经过此轮大调整和供给侧结构改革，尤其是通过这几年去库存，淘汰落后产能，大部分低端垃圾苗将基本出清，高端优质和新优特色苗木的应用将成为市场主流。今后苗圃建设和产品定位更趋于理性，更注重产品品质，从以往贪图规模数量向注重质量效益转变，由同质化的低端产品向差异化中高端品牌产品提升，从而形成更趋健康、可持续的产销供需格局。

## 2. 挑战

(1) 宏观经济尚未筑底，经济增长预期依然下行，不确定因素引起的经济波动风险并未消除；

(2) 供给侧结构性改革还在深化，苗木结构调整要打攻坚战。苗木去库存、降成本、扩销售、增效益压力很大，任务艰巨，保障运营资金和现金流，做好应收账款的管控，需要管理智慧。

(3) 苗木产业进入下半场（转型提质增效），难度高

于上半场（规模数量扩张），苗木经营者要有定力、耐力和判断力，尤其是发现、把握机会的能力和风险防控能力。

（4）在机遇和挑战面前，苗木经营者要调整心态，作好中长期布局。经营中抓好“重新布局定位，降产能去库存，调结构降成本，产品创新升级”四个关键点，实现“三高三少”，即：高品质、高标准、高效益和低成本、低库存、低风险。系好“安全带”（防控风险），勒紧“裤腰带”（节省成本费用），好好存活下来，为即将到来的经济全面复苏做好发力准备。

### 3. 市场趋势和产品走势

观察分析市场趋势，未来西部和华北仍是园林苗木产销的主战场，园林市场空间大，需求旺盛；中部地区生态景观建设，东南地区生态环境治理、公园和森林城市建设、景观绿化改造提升以及特色小镇建设的需求量也非常可观，地产庭院景观和屋顶立体绿化的需求潜力尚未完全释放，商机依然很大。

经过 2012 年以来五年的调整，苗木产销将逐渐恢复正常，市场对苗木产品的需求将由低端普通产品向优质、特色、高端产品升级，从而带动苗木销售和价格回升。产品需求方向为：大规格高颜值、能做行道树的观叶观花观果乔木和中层花灌木，多干丛生乔木，窄冠乔木；景观造型树和垂枝苗木；具有生态功能；适应屋顶立体绿化的矮生乔木和藤本苗木；适宜做花海和花境的木本花灌木；能冬季观花的苗木。

总之，在新经济时代，苗木产业必须在重新定位的基础上转变生产方式，加强科技研发和中长期投入，在产品结构优化和产销模式创新上取得突破。要摒弃重规模数量，轻产品质量的产销经营模式，通过供给侧结构改革提质增效，像设计工业产品一样设计苗木产品，用“工匠精神”将产品做到极致，由传统低端产品向新优中高端产品跨越，实现产品与消费同步升级，满足市场和用户多样性与个性化需求。要用工业思维、互联网思维、跨界思维、品牌思维和共享思维助推产业转型升级，促进苗木产业可持续健康发展。

**（本报告盆栽部分由中国花卉协会盆栽分会秘书长庄新江撰写，鲜切花部分由昆明国际花卉拍卖交易中心总经理张力撰写，盆景部分由中国花卉协会盆景分会执行会长施勇如撰写，绿化观赏苗木部分由中国花卉协会绿化观赏苗木分会副秘书长吴世光撰写，中国花卉协会统稿发布。）**