

文章编号: 1000-3142(2000)03-0277-07

# 我国花卉产业现状及其发展前景探讨

黄素梅, 蓝福生, 姚军, 张燕玲

(广西壮族自治区广西植物研究所, 广西桂林 541006)  
中国科学院

**摘要:** 通过对国内花卉市场的调查, 基本了解我国花卉生产的面积分布、种类布局及花卉市场行情。指出花卉生产的区域性、专业性及花卉品种的高档化是当前花卉业的主要特点, 同时分析了我国花卉市场发展趋势, 并对我国花卉业发展提出建议。

**关键词:** 花卉市场; 花卉产业; 产业现状; 发展前景

**中图分类号:** S68 **文献标识码:** A

## The present situation and prospect discussion of flower industry in China

HUANG Su-mei, LAN Fu-sheng, YAO Jun, ZHANG Yan-ling

(Guangxi Institute of Botany, Guangxi Zhuangzu Autonomous Region and Academia Sinica, Guilin 541006, China)

**Abstract:** The distribution of flower growing area, species layout and market situation were learned from the investigation of civil flower markets in China. It pointed out that the present flower market was characterized by regionalism, specialization and high grade species. The developing tendency of the flower market was analyzed and the suggestions for the development of flower industry in China were given.

**Key words:** Flower market; flower industry; present situation; developing prospect

二战后, 国际花卉业迅速发展, 花卉已成为国际大宗商品, 世界市场销售额每年以 10%~13% 的速度递增, 预计 2000 年将达到 2 000 亿美元<sup>[1]</sup>。一些发展中国家如墨西哥、肯尼亚等正在积极参与国际花卉市场竞争。在我国, 花卉消费已成为大中城市的一种主要时尚, 带动城郊经济的发展, 花卉业逐渐成为许多城郊农业的支柱产业之一。有人预言在二十一世纪, 花卉业将成为仅次于房地产业的一个新兴产业。

### 1 我国花卉产业的发展历史及现状

#### 1.1 发展历史

80 年代以来, 经历十几年的恢复、调整和发展, 我国花卉业取得了喜人成绩。1992 年,

收稿日期: 1999-01-21

作者简介: 黄素梅 (1974-), 女, 研究实习员, 从事植物组织培养工作。

基金项目: 广西科学院科技基金项目

我国花卉生产面积仅 8 000  $\text{hm}^2$ ，花卉总产值仅 3 亿元。到 1995 年全国花卉生产面积、总产值、出口创汇分别达 75 000  $\text{hm}^2$ 、40 亿元、6 700 万美元。1996 年花卉生产面积仍为 75 000  $\text{hm}^2$ ，而产值却达 48 亿元，出口创汇达 1.3 亿美元，仅 1 年就分别增长了 1.2 和 1.8 倍。1986 年我国切花产量为零，到 1996 年生产切花 11 亿支，盆花 5 000 万盆，新建花店 8 000 多个，大中型批发市场 20 多家<sup>[2]</sup>。

## 1.2 现状

1.2.1 产地分布 全国花卉业起步稍早一些的省市如北京、天津、上海、广东等，经过十几年的发展，已初具规模并成为一些花卉品种相对集中的产地，如广东已成为全国最大的观叶植物生产及供应中心；云南则是目前我国最大的鲜切花生产基地，主要生产香石竹、非洲菊、月季、兰花等；上海是仅次于云南的鲜切花生产基地，主要生产香石竹；辽宁、甘肃则是唐菖蒲的主产地；有些省份已形成多样化、区域化趋势的花卉产地，如山东省的曹州主产牡丹、莱州主产月季、平阴主产玫瑰、平邑主产忍冬、德州主产菊花、泰安主产盆景；而江西、辽宁的杜鹃、天津仙客来、四川兰花、福建漳州的水仙、海南的观叶植物、贵州的高山杜鹃、江西大余的金边瑞香、山东菏泽地区及河南的牡丹在全国乃至国际上都享有盛名；盆景的产地主要集中在江苏、河北、安徽、河南、新疆、宁夏、广东、上海等地；山西、陕西、云南、内蒙古、黑龙江、北京等地则大力发展干花、工艺品等。

1.2.2 种类布局 虽然不断引进及培育新的花卉品种，但总的说来，我国花卉结构及种类变化并不大，花卉结构仍是由鲜切花（60%左右）、盆花（30%左右）、其他观赏植物（10%左右）3 大部分组成。鲜切花品种主要是月季、香石竹、唐菖蒲、菊花、百合、马蹄莲、鹤望兰、红掌等；盆花则以菊花类、瓜叶菊、比利时杜鹃、一串红、仙客来等为主；观果类盆栽植物有葡萄、苹果、石榴、金橘、佛手等；观叶类植物品种繁多，如绿萝、巴西木、发财树、散尾葵、棕竹、绿宝石、绿巨人等。

1.2.3 面积分布、产量及产值 我国花卉种植面积主要分布在沿海及经济发达地区，据调查，1996 年底山东省花卉种植面积高达 66 700  $\text{hm}^2$ ，花木总产值达 10 亿元，而近年花卉业发展较快的地区如福建、浙江、天津、大连、辽宁等，到 1997 年止，花卉种植面积分别达 51 000、69 000、200、930、13 000  $\text{hm}^2$ 。起步较晚的河北省，到 1996 年底，花卉种植面积也达 37 000  $\text{hm}^2$ 。作为经济发达的沿海地区，广东省无论在面积、产值和产量上在全国都居于前列，到 1995 年，广东省花卉种植面积为 4 667  $\text{hm}^2$ ，实现产值 5 亿元，出口创汇 5 000 万美元。云南以其得天独厚的自然条件，在全国花卉业中遥遥领先，1994 年，云南省花卉种植面积达 1 000  $\text{hm}^2$ ，其中鲜切花种植面积 600  $\text{hm}^2$ ，年产鲜切花 2.1 亿支，占同年全国鲜切花总产量 40%，实现销售收入 6 800 多万元，出口创汇 400 万美元，1995 年其销往各地鲜切花总量达 2 147 t，销售额约为 4 000 万元，分别比 1994 年增长 96% 和 100%。与蒸蒸日上的沿海地区相比，内地花卉业发展略显缓慢，但也不乏花卉生产大省，如四川省 1997 年花卉种植面积达 8 600  $\text{hm}^2$ ，产值达 8.2 亿元，销售额达 5.83 亿元。而一些边远地区如广西、贵州、内蒙古等省份在整个蓬勃发展的花卉业中，就略显后劲不足。

1.2.4 价格 随着花卉业的迅速发展，种植面积不断扩大，近几年花卉价格总的说来呈一种下降趋势，特别是常见鲜切花，如月季、香石竹、唐菖蒲等。

分析多年花卉价格不难发现，每年度花卉价格均处于一个不稳的体系中，价格随供求关系、气候、节日变化，特别是国庆、元旦、春节等传统节日，花卉价格往往有时急升，如平

时卖 0.4 元/支的玫瑰在情人节常被炒到 4~5 元/支；另因我国花卉生产条件相对较差，花卉生产的季节性明显，同一花卉淡季价格要远高于旺季价格，如 1998 年 7 月，云南斗南花卉市场茎长 0.6 m 的东方百合售价为 3.0~4.2 元/支，而 10 月份则上升到 10.1~12.1 元/支；由于我国各地区花卉业发展不平衡和运输、信息跟不上，因而同一时间，相同规格的花卉，在不同的地方售价存在较大差异，1997 年 10 月，茎长 0.4 m 的月季在广州售价为 0.15 元/支，而在北京却高达 2 元/支。

据 1997 年全国 7 个主要花卉批发市场反馈的信息，鲜切花价格从 1997 年第二季度开始，降价幅度均在 50% 以上，这主要是由于近年鲜切花发展过快，品种结构不合理，质量未达要求及消费者的消费心理造成；相对而言，盆花价格总体上还算稳定，并且销售量有逐渐回升的趋势，特别是价格在 8~20 元左右的中小型盆花在大中城市尤受欢迎；而南方生产的袖珍椰子、发财树、喜林芋、花叶芋等观叶植物，尽管价格不菲，在北方市场也颇受欢迎，虽然如此，从 1997 年第二季度起，全国观叶植物价格仍有所下降，降幅约在 10% 以下。

1.2.5 销量及供需求状况 与 80 年代相比，近几年鲜切花消费迅速增长，销售额逐年上升。上海、北京、四川、天津、广州、南京、大连、武汉、杭州等城市鲜切花消费在全国居于前列。云南作为全国最大的鲜切花生产基地，供应全国 40 多个城市的鲜切花，1995 年经空运销往全国各地的鲜切花总量为 21 470 t，销售额达 4 000 万元，1997 年云南鲜切花产量 6 亿支，占全国鲜切花生产的一半左右，云南最大的花卉交易市场斗南花卉交易市场，1997 年平均每天鲜切花上市量为 120~150 万支，每天成交额达 100 多万元。据统计 1996 年上海市共销鲜切花 3 亿支，比 1995 年增加 5 000 万支，1997 年上海市供应全国市场的香石竹等鲜切花种苗达 800 多万支，但产品仍供不应求。1995 年北京亮马河花卉市场日鲜花交易量达十几万支，1996 年上升至 18 万支，1996 年春节期间，日鲜花交易量达 20~25 万支，1996 年北京市日平均售鲜花 23 万支。天津市年产鲜切花 300 多万支，仍需从南方大量购进。大连市 1996 年全市销售鲜切花 1 500 万支。武汉太阳花市场 1996 年平均每天批发鲜切花 5 万支，而四川省 1997 年消费鲜切花达 2.8 亿支，其中自产只有 1.8 亿支，由此可看出，一些大城市鲜切花年销量均上亿支，若以此计算，我国鲜切花市场将大有潜力可挖。

从 1996 年开始，我国花卉业存在的“盆花冷，切花热”的现象已有明显改变。而且盆花开始走俏市场。1997 年举行的第一届华东花卉展销会表明：春节前开花的植物，如江西的金边瑞香，山东的郁金香、仙客来、杜鹃、水仙十分抢手。1998 年春节，昆明当地产的高档盆花香水穗兰、蝴蝶兰几乎脱销。北京市场 1998 年春节期间共销盆花 30 余万盆，销售额达 1 350 万元。据调查，目前国内市场对蝴蝶兰等热带兰的需求正不断增加，1998 年春节期间热带兰在北京就十分俏销。

从 1997 年大连国际园林花卉博览会、中国北方花城首届博览会、第一届花木花卉展销会、第四届花卉博览会等各级展销会、博览会反馈回的信息均表明：巴西木、发财树、苏铁、散尾葵、袖珍椰子、富贵竹、天南星科观叶植物如喜林芋等室内荫生观叶植物订货量在幅增长。因观叶植物产地主要集中在广州、东莞等地，生产面积有限，很难满足市场需求。随着道路房屋建筑业的发展，必然需求大量绿化苗木，因而绿化苗木类植物销路逐年看好。1997 年上海雪松、香樟、水杉、广玉兰、悬铃木，浙江萧山市的彩叶树种如火棘、金叶女贞、金边水蜡、洒金珊瑚畅销全国。据 1998 年春节统计，截至 1998 年 3 月中旬，江苏如皋县销售各种优质苗木就达 50 多万株，主要销往天津、上海、山东、河南、北京等省份。

## 2 我国花卉产业的特点及存在问题

### 2.1 特点

2.1.1 花卉生产出现地区性专业化分工趋势 全国各地正逐步形成自己独特的花卉优势。如天津仙客来、江苏宜兴的比利时杜鹃、广东观叶植物、江西金边瑞香、漳州水仙、广州凤梨科植物、上海蝴蝶兰、甘肃及河南的牡丹、甘肃和辽宁的唐菖蒲等在全国乃至国际上均已成为花卉市场的名牌产品。

2.1.2 花卉品种向高档化发展 1997年1月份在日本举行的华东花卉博览会上,我国特别是沿海一带经济发达地区对高档花卉的需求量大。如漳州水仙,尽管价格比1996年涨了1/3,但生产场家带去的100多箱还是被一抢而空,江西大余县的金边瑞香,订货量达40万元。

2.1.3 盆景业步入低谷 中国盆景大约在80年代初曾风靡于整个欧洲市场,但近几年中国盆景在欧美市场一直滞销;在国内,盆景市场发展不平衡,一些国营盆景逐渐萎缩,私人企业不断发展,地区发展也不平衡,如南昌盆景市场相当景气,而北京盆景市场销量却不大。总之,盆景价格偏高,品种单调,造型相对呆板,质量不过关,加上宣传不力,消费者欣赏、管护水平不高等诸多因素,使得盆景销量有限。

2.1.4 草坪业方兴未艾 在鲜花业迅速发展的同时,草坪业也迅速崛起,城市草坪覆盖率逐年递增,草坪类型向多元化发展,一些大中城市草坪覆盖率正以每年30%的速度递增<sup>[3]</sup>。据统计“八五”期间全国人工种草700万hm<sup>2</sup>,1990年至1994年城市绿地面积由217600hm<sup>2</sup>增加到483700hm<sup>2</sup>,草皮草种需求量以每年20%的速度增长。

2.1.5 水生花卉、干花业兴起 水生花卉睡莲、碗莲、荷莲等以其清新淡雅的风姿博得人们的喜爱。江苏江浦县“艺莲苑”1997年生产的1.7万碗莲不到几个月就全部销售一空。干花在艺术上具有反朴归真的格调,也越来越受到人们的亲睐,据统计,美国每年干花销售总额约为130亿美元,而美国基本靠进口满足市场需要。现在我国山西省种子分公司生产的干花产品全部外销,开始进入国际市场。

2.1.6 中小城市跻身花卉业 前几年,我国花卉生产主要集中在北京、上海、广州、昆明等一些大中城市,而近两年相当多的中小城市已发展成具有一定规模和档次的花卉产地。如河南鄢陵县、南阳县、江苏沐阳县、如皋县、江西太余县、山东潍坊县等在全国均享有盛名。

2.1.7 消费以传统花卉为主,其他花卉为辅 目前,国内市场所经营的高档花卉大多依赖进口,如六出花、红掌、洋桔梗、郁金香、紫罗兰、勿忘我等都是从荷兰、日本引进的种苗或种球。由于进口鲜花价格昂贵,消费面难以扩展,因而在消费结构上,目前仍以传统花卉为主,如月季、香石竹、唐菖蒲、满天星等。高档花如百合、郁金香、鹤望兰、红掌、泰国兰所占比重小,月季约占花卉总销量的40%,香石竹约占30%,唐菖蒲约占20%,其他花卉及配叶共占10%左右。

### 2.2 存在问题

2.2.1 面积大,产出低,效益差 1992年日本花卉生产面积仅33000hm<sup>2</sup>,创汇高达72亿美元,而1995年我国花卉生产面积达75000hm<sup>2</sup>,产值仅为40亿元。我国花卉业投入与产出比在1:1.5~4之间,如四川省1994年投入与产出比约为1:1.5,一些经济发达的省份如福建、广东、浙江等地投入与产出比则为1:3(或4),而一些发达国家的花卉生产投入与产出比则高达1:7至1:8。

2.2.2 质量差 与国外及港澳台等地区相比,无论是鲜切花,还是盆花、盆景,我国内地的质量都相对较差,一些鲜切花颜色、大小、花径均达不到应有的标准,保鲜包装技术不过关,使得内地的一些花卉经销商宁愿花高价从香港等地购进,而不愿就近购买,一些盆景出口到国外后则往往不能保证成活率,并且基质也达不到出口要求。

2.2.3 科研与生产脱节 我国现有科研单位 200 多个和教学单位 100 多个。但在花卉良种繁育、鲜花保鲜等方面成绩不显著,在良种、机具、花泥等方面仍需进口。而且科研机构未能与生产企业很好联合,科研单位拥有的新技术、研制的新品种,不能及时提供给生产企业,而生产企业也并不十分重视科技的投入,从而导致我国花卉生产具有很大盲目性,短期行为严重。

2.2.4 经营管理不善 首先从生产企业外部看,全国花卉生产缺乏宏观指导及合理布局,信息网络也不健全;其次从生产企业内部看,由于花卉产业是一种新型的不成熟产业,其经营管理体制也尚未健全,主要表现在经营模式和方式上较为单一,我国花卉企业目前主要有国营、集体、个体等几种模式,经营方式除了直接购买外,象刚兴起的租花业、鲜花快递业等新的经营方式则较为少见。而且我国花卉企业规模化、专业化生产差,“小而全”的现象比较突出,没有优势产品。

2.2.5 消费心理偏向 首先,在我国个人消费占比例相当低,人们从观念上对个人消费鲜花的必要性没有足够的重视,多数人买花仅是为了送人;其次,花卉消费特别是鲜切花的消费多集中在节日、婚假日等喜庆日子,大部分人并不认为鲜花消费应纳入日常生活消费之中;再者一些消费者因对花卉的管护水平不高,担心管护不好而不敢买花;当然我国居民消费水平偏低也是引起个人消费花卉比例低的一个原因,相当一部分人根本无能力消费价值数十元至数千元的花卉。

### 3 我国花卉产业的前景及方向

#### 3.1 前景分析

3.1.1 花卉类型 在所售花卉品种中,大约 70% 花卉以草本为主,而木本占 30% 左右,由此推测,木本及棕榈科园林观赏树种仍颇具市场潜力;近几年较为流行的是阴生观叶植物,估计阳生观叶植物极有可能走俏市场;随着鲜切花业的发展,切叶、配叶植物的需求必然大增,另外木本切花及反季节花上市极少,仍属有待开发的领域。

3.1.2 消费状况及市场前景 世界花卉消费总额以每年 25% 的速度递增,目前消费总额已超过 400 亿美元。在欧洲、美国、日本等发达国家和地区,花卉已成为日用商品。相比之下,我国目前鲜花消费水平还相当低,1994 年全国鲜切花产量 10.9 亿支,平均每人未到 1 支,而荷兰人均 150 支,法国人均 80 支;1995 年调查北京市鲜花消费,社团消费占 70%~80%,个人和家庭消费只占 20%~30%;日常消费(主要是宾馆、会议、社会交际、大型庆典活动用花)正呈上升趋势。随着我国经济的持续稳定发展,个人花卉消费所占比例必然上升,人均鲜花消费量必然会提高,因而国内市场是一个具有非常大潜力的花卉市场。

分析国际销售市场,我国应把重点放在亚洲地区如日本、韩国及周边国家。国际花卉市场中,亚洲将是花卉消费最大的潜在市场,尤其是在日本和中国。作为世界上最大的花卉消费国之一,日本 1993 年平均每个家庭鲜花消费额达 129 美元,1993 年鲜切花进口总额达 1.88 亿美元,由于日本国内不可避免的生产高成本,导致今后日本输入花卉将大幅度增加,据日

本国会预计,到2000年,日本花卉输入额将超过消费的15%以上。因日本离花卉出口大国荷兰、哥伦比亚等比较远,所以中国极有可能成为日本花卉的主要输入国<sup>[4]</sup>。

港、澳、台等地区经济较内地发达,人民的消费水平相对较高,而花卉消费也较大。据统计,1995年香港从世界各地进口花卉金额为1.85亿港元,普通市民每月买鲜花的钱占工资总收入的1/25,1年约合为3~4千港币。大陆向港澳台地区卖花距离短,条件优越,因而港澳台地区是一个很具潜力的大市场。

3.1.3 发展花卉业的优势 我国地域辽阔,气候多样,因而花卉品种繁多,具有十分丰富的种质资源。如全世界共有800种杜鹃,而我国就有600种<sup>[1]</sup>;虎耳草科的落新妇属植物,全世界共有20种,我国就有14种。因此,要发展我国花卉业,必须开发利用我国的资源,发挥地区优势,建立育种基地和种质资源库,培育出我国原产的特有的新品种。

我国现已形成不同层次的、结构合理的花卉科教体系。目前已有科研单位200多个和教学单位100多个,其中包括中科院、农科院等中央与地方的科教单位,并在野生资源的调查、新品种的培育、新产品的开发上均取得较显著成果。因此关键在于如何充分调动花卉科技人才的积极主动性,使其多出科技成果并尽快转化为生产力。

各级政府开始重视花卉业,并从政策、资金等方面扶持花卉业。1995年农业部农垦局根据《全国农垦经济与社会发展“九五”计划和到2010年规划设想》制定了《农垦系统花卉产业“九五”发展计划》,提出花卉产业是今后农垦经济发展的重点工作之一,并制定花卉发展的宏伟目标:到2000年,农垦系统花卉生产面积667 000 hm<sup>2</sup>,生产切花100亿支,产值70亿元,出口鲜花30亿支;各地政府也出台了各种方案措施,加大资金投入,扶持花卉产业。如河南省鄱陵县财政每年以3%,乡财政每年以5%,花卉重镇每年以10%用于发展花卉生产。

众所周知,与国外比我国有大量廉价劳动力和辽阔的土地资源;并且我国早在一千年前有关谈花、赏花、论花的书籍和专著已有数十本,我国人民早有爱花、种花、赏花的传统,随着经济的发展,人民生活水平的提高,花卉生产和消费必将逐年兴旺。

### 3.2 发展方向

3.2.1 生产发展方向 今后生产发展的方向主要是:1、生产布局上强调区域化发展的同时,大中城市与中小城市同时上,形成“城市带动农村,农村包围城市”的格局。2、品种布局上公共事业用的切花盆花应趋向高档品味品种的花卉,同时注意重视开发生活空间和环境美化用花。依靠技术进步,将周年性生产代替季节性生产。

3.2.2 技术发展方向 走适度规模的集约化,花卉生产要温室化、工厂化、专业化。注重普及下列技术:(1)生物技术;(2)容器育苗;(3)设施栽培,即大棚及其管理机械自动化;(4)保鲜技术。使科研与生产相配套,改变目前我国花卉科研机构与生产相脱节的现象,使科研为生产服务。

3.2.3 经营方向 资金的来源可以从国家、集体、个体、外资等多渠道筹集;经营模式采取外资、个体、集体、国营等多种形式以及不同形式的合作;经营方式可采取直接购销、分期付款、租赁等多种灵活形式。

3.2.4 销售市场方向 以国内市场为主,瞄准日本、韩国、俄罗斯等周边国家花卉市场,使我国的各种花卉产品逐步打入国际市场,最后占领欧洲、美洲市场,并充分利用现代信息网络,促进产品的流通、贸易。

#### 4 几点建议

(1) 加强宏观调控, 增加投入。首先, 在生产布局上应根据各地实际情况和现有基础, 因地制宜地发展花卉业, 通过宏观调控最大限度地减少地域价格差异; 其次通过多种形式的宣传活动, 改变人们的消费心理, 普及各种管护技术, 提高消费者的欣赏水平; 第三, 加大技术投入, 提高生产技术, 将周年性生产代替季节性生产, 逐步减少淡旺季节价格差异。我国发展花卉目前缺少经验和资金, 建议借鉴经济特区的经验, 在全国搞几个“花卉特区”试点, 加大资金和技术投入, 并制定一系列的优惠政策, 大力发展花卉业, 生产出高质量的花卉品种, 并力争在短时期内与国际花卉市场接轨, 缩短我国与花卉业发达国家差距, 并总结经验, 在全国推广, 从“点一面一全国”, 带动我国花卉业的发展。

(2) 重视国内新品种的研究开发、国外优良品种的引进, 加强栽培技术研究。目前我国市场上销售的花卉品种, 大部分来自国外, 由于我国花卉企业没有建立自己的花卉育种体系和种质资源库, 经营上必然受制于人, 因而建立我国自己的育种基地和种质资源库是发展我国花卉的当务之急, 可收集国内各种野生花卉品种, 并进行引种、驯化、选育开发出新的优良品种, 引进国外优良品种, 由研究部门试种、筛选后, 进行推广。目前我国引进的许多国外品种由于栽培技术跟不上, 导致花卉产品质量下降, 因此, 必须加强栽培技术的研究, 用科学的方法进行花卉生产和繁育, 必须加强国家对花卉科研力量的支持, 加强基础性研究, 否则我国的花卉业便将成为无源之水。

(3) 走集约化、规模化、专业化道路。组建几个全性花卉集团公司, 实行产、供、销、咨询、服务一条龙, 同时以公司为龙头, 带动当地花农联合生产, 形成“公司+农户”的生产经营模式, 根据气候、地理环境等因地制宜地建立专业性的花卉生产基地, 发展优势产品, 形成自身的特色和实力, 积极参与市场竞争, 同时注意提高生产中的科技含量, 提高产品品质, 做到“上档次, 上规模”。

(4) 加强科研与生产的联系。在科研单位与生产单位之间寻求一种互利互惠的合作方式。可采取多种途径, 如生产单位委托科研单位进行新产品的研究, 形成“企业出资一科研新成果一再创新效益”的良性循环; 也可采取生产单位聘用科研人员等形式, 让科研走出缺乏资金的困境, 使企业享用技术革新的成果。

(5) 加强社会服务系的建设。广泛开展信息交流和推广服务, 促进花卉产业的发展, 建立花卉研究信息系统, 搞好软科学研究, 对花卉品质的商品性、流行趋势及发展方向进行必要的预测和评估, 并反馈市场信息, 指导花卉生产; 向花卉生产者提供先进的技术、农药、机具、肥料等多种服务发挥花卉组织的协调和服务作用。

(6) 引进国外资金和技术, 促进我国花卉的发展。我国花卉生产还处于初级发展阶段, 设备落后, 要提高技术水平需要很长一段时间和大量的资金投入。建议引进国外先进技术, 并与国外一些投资商合作, 共同从高起点, 开发花卉新产品, 打开销路。

#### 参考文献:

- [1] 邵莉媚. 迎接花卉产业的春天 [N]. 中国科学报大众科学周刊, 1998, 5月18日
- [2] 王海存, 马友俊. 从世界发展分析我国花卉的现状与发展对策 [J]. 花木盆景, 1997, 4: 6~7
- [3] 刘洪. 草坪业姗姗来迟的新兴产业 [J]. 花木盆景, 1997, 4: 16~17
- [4] 王开荣, 周忠辉. 日本花卉业纵览 [J]. 园林, 1997, 3: 30~31