

<<中国花卉园林年鉴>>

图书基本信息

书名：<<中国花卉园林年鉴>>

13位ISBN编号：9787802338074

10位ISBN编号：7802338077

出版时间：2009-4

出版时间：中国农业科学技术出版社

作者：《中国花卉园林年鉴》编委会 编

页数：411

字数：740000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国花卉园林年鉴>>

内容概要

由《中国花卉报》社与绿广联（北京）国际广告有限公司共同组织编写的《中国花卉园林年鉴》正是全面记载中国花卉产业发展状况的综合性文献，本年鉴通过对全国花卉产业科研、生产及市场发展的调查、了解、分析，系统反映了我国花卉产业发展过程中的新成就、新经验、新问题、新趋势。同时将与花卉产业相关的政策法规、统计数据、花卉企业发展概况等资料收集、整理，供花卉企业及相关研究部门收藏和参考。

<<中国花卉园林年鉴>>

书籍目录

卷首 中国花卉产业发展30年回顾与展望第一部分 改革开放30年综述 花木欣逢辉煌三十年 放眼国际探求特色之路 贴近百姓丰富多彩生活 植根沃土育出参天大树 由表及里看园林“四变”第二部分 中国花卉业大事记(1981~2008) 2002年中国花卉产业发展趋势 2003年中国花卉产业发展趋势 2004年中国花卉产业发展趋势 2005年中国花卉产业发展趋势 2006年中国花卉产业发展趋势 2007年中国花卉产业发展趋势 2008年中国花卉产业发展趋势 2009年中国花卉产业发展趋势第四部分 中国花卉园林行业热点 迎接家庭园艺时代 中国年宵花的四大“当家花旦” 江浙沪花卉产业现状分析和未来展望 2008年萧山花木容器育苗态势分析 二十一世纪的中国花店业 2009年年宵花市场分析 蝴蝶兰依然高调唱主角 凤梨在价格战中寻求新出路 大花蕙兰质优量足价格不明朗 年宵市场“常客”多红红火火“闹”年宵 香港年宵花行情看淡 组合盆栽在盆器和产品形式上创新第五部分 花卉统计(1998~2007) 农业部开展花卉业统计试点工作 我国花卉业首次亮家底 1998年中国花卉统计报表 1999年中国花卉统计报表 2000年中国花卉统计报表 2001年中国花卉统计报表 2002年中国花卉统计报表 2003年中国花卉统计报表 2004年中国花卉统计报表 2005年中国花卉统计报表 2006年中国花卉统计报表 2007年中国花卉统计报表第六部分 政策法规 城市绿化条例 建设部关于“城市绿化规划建设指标”的有关规定 《城市绿化规划建设指标的规定》的说明 建设部关于印发《城市园林绿化企业资质管理办法》和《城市园林绿化企业资质标准》的通知 中华人民共和国野生植物保护条例 关于印发《建设部园林绿化企业资质申报和审批工作规程》的通知 建设部关于印发修订《建设部园林绿化一级企业资质申报和审批工作规程》和《城市园林绿化企业资质标准》的通知 中华人民共和国招标投标法 中华人民共和国森林法实施条例 中华人民共和国种子法 国务院关于加强城市绿化建设的通知 退耕还林条例 风景名胜区条例 国际植物新品种保护公约 中华人民共和国植物新品种保护条例 中华人民共和国对外贸易法 货物出口许可证管理办法 中华人民共和国农民专业合作社法 农民专业合作社登记管理条例 关于加快推进行业协会商会改革和发展的若干意见 中华人民共和国劳动合同法实施条例第七部分 花卉标准 中华人民共和国国家标准主要花卉产品等级(GB/T 18247.1-2000) 第1部分:鲜切花 第2部分:盆花 第3部分:盆栽观叶植物 第4部分:花卉种子 第5部分:花卉种苗 第6部分:花卉种球 第7部分:草坪农作物种子标签通则(GB 20464—2006) 城市园林绿化企业资质标准 中华人民共和国农业行业标准 月季切花 菊花切花 香石竹切花 唐菖蒲切花 满天星切花第八部分 中国花卉企业概况 辉煌三十年·花木产业改革开放成就展示 精典案例 “大顺”扬帆天津滨海国际花卉科技园区启航 丰富内涵扩大外延温榆河花卉有限公司用拳头产品打市场 陈村花卉世界勇于创新的品牌市场 福州声春现代园艺有限公司追求卓越永不放弃 云南英茂花卉产业有限公司事业英声茂实 十年耕耘铸就辉煌记西昌天喜园艺有限责任公司品牌创建之路 奇林风景园林努力建设特色现代园林 花木产业改革开放成就展示 北京市 上海市 天津市 河北省 河南省 山东省 浙江省 湖北省 四川省 宁夏回族自治区 甘肃省 内蒙古自治区 广东省第九部分 附录 部分地区花卉园林产业发展现状 地方花卉协会联系人及电话地址 全国花卉咨询专家库入选专家名单 企业简展 企业名录 园林绿化资质企业

章节摘录

第一部分 改革开放30年综述放眼国际探求特色之路何小唐 寇亚琴花卉业是伴随着我国改革开放发展历程一步步壮大起来的。

尽管我国有着悠久的花卉栽培历史，有着令世人羡慕的花卉品种资源，但花卉作为产业在我国兴起至今只有20多年时间。

其间，花卉产业每隔一段时间便推出一些专业词汇，如“年宵花”、“国产化”、“花农合作社”、“拍卖市场”等，不仅在业内广为人知，也让外界得以一管窥豹。

这些词汇的流行，见证了我国花卉产业的日益成熟，也反映出正在探索有中国特色的发展之路。

“年宵花”是我国花卉产业发展中一个最具代表性的关键词。

在“年宵花”的带动下，我国花卉的国产化程度逐年提高，多种形式的花卉流通体系日趋完善，拍卖市场的引入标志着我国已缩短了与国际市场之间的差距。

在国内外市场需求推动下，花卉生产格局发生了新的变化，农户从最初的一家一户分散种植走向产业联合，“花农合作社”应运而生，不仅促进了国产化生产水平的快速提升，同时也扩大了我国花卉产业在国际市场的影响力。

关键词1：年宵花回首中国盆花产业发展之路，最重要的一个关键词莫过于“年宵花”。

它不仅指销售旺季春节所销的花卉，更重要的在于为花卉销售开辟了重要渠道。

如今不少发展起来的花卉企业正是利用年宵花赚到第一桶金，而有了后续的发展动力。

多年来，年宵花内涵和外延的变迁巨大表现在：从几种传统手段生产花卉到依靠现代化技术生产高档花卉；从只有少数品种到种类越来越丰富；从只有华南等地少数城市有年宵花到全国各地大范围普及；从以进口为主到国产花卉“当家做主”；从单盆销售到艺术组合创作后出售……年宵花成为产业发展中不可缺少的重要环节。

1996年之前，只有广东市场上才能见到年宵花。

而1997年以后，在北京、上海等大城市，出现了一批专业从事花卉进口和销售的经营商，他们从荷兰等国进口凤梨、红掌、杜鹃等盆花，并集中在元旦、春节销售，这是一直延续至今的年宵花。

北京赛阳园艺公司负责人王晓辉，是第一批专业经营进口年宵花的人士之一。

他说，1997年前后刚刚出现的年宵花市场有两大特点：价格奇高，暴利“横行”；市场容量迅速扩增。

年宵花市场发展的中前期很稳定，进口商在年初就把计划报给荷兰方面，订好舱位，计划性很强；其后的几年内，进口花数量迅猛扩张，利润仍然相当可观。

值得一提的是，正是由于年宵花所带来的花卉市场繁荣和高利润，让一大批有着进出口贸易经验、了解国际市场并有资金实力的专业人士迅速成长起来，他们成为此后促进花卉产业发展的中坚力量。

经过多年的培育和发展，目前国内年宵花种类已十分丰富，新品种上市速度几乎与国际市场同步。

对于消费者来说，花卉品质的好坏将直接影响人们对它的消费欲望。

年宵市场的竞争不再是单纯的价格和新品种的竞争，而更注重产品质量的竞争。

为顺应这种市场变化，不少成品花生产企业在产品做精做细上下功夫，从追求“人无我有”，谋求品种的独特性，转向“人有我精”，依靠产品品质赢得市场。

一些专业化生产企业快速成长，通过先进的生产技术和手段，使其产品在年宵花市场具备极强的竞争力。

我国年宵花产品的整体品质有了突破性提高。

年宵花的出现不仅为众多花卉企业的发展奠定了基础，更促进了花卉产业整体水平的提升和发展。

年宵花也是引导花卉消费的领跑者。

起初的年宵花以集团消费、礼品消费为主，但时至今日，年宵花不仅走进寻常百姓家，更带动了他们的日常花卉消费。

不少年宵花已实现了周年生产，如一品红、蝴蝶兰、红掌、凤梨等。

此外，花卉销售方式的变革也是最先出现在年宵花市场上。

年宵花市场上最早出现了组合销售，使花卉更具观赏效果。组合盆栽不仅提升了花卉产品的观赏性，

<<中国花卉园林年鉴>>

同时大大刺激了消费者的购买欲，成为企业扩大市场份额、提高产品附加值的一种有效手段。

经过市场培育和摸索，组合盆栽的技巧及素材应用等方面都有了较大提高。

一盆多株的简单形式不再被消费者看好，而多种植物搭配的艺术组合造型成为主流。

同时，年宵花还带动了相关产品的发展。

人们对花卉产品的整体要求提高，对花卉配套产品的装饰性和个性也越发讲究。

传统的泥瓦盆、塑料盆在市场上已难觅踪影，取而代之的是五花八门的盆具。

装饰手段的日益提高，无疑提升了花卉产品的品味，促进了市场消费。

关键词2：国产化花卉生产的国产化进程其实就是中国花卉产业培育核心竞争力的过程。

十五六年前，随着花卉营销市场的日渐兴起以及年宵花市场形成，促进了花卉生产从传统、低水平重复向现代、高科技手段应用方向发展。

从国外引进的优良种苗和先进生产设备，为花卉产业发展注入了活力，并使国产化的产品走向国门。

中国的花卉产品逐渐在国际市场上引起重视并拓展了市场空间。

1997年，昆明满天星花卉公司与中国香港、马来西亚及新加坡等地的外商联合成立股份公司，从国外购买香石竹专利种苗进行繁殖，再卖给农民种植，然后从种植者手中将高质量的花回购，利用出口优势发往中国香港及东南亚市场。

2000年，昆明杨月季公司严格执行国际规则，支付月季品种专利费，真正跻身“国际月季俱乐部”，主动接轨国际市场从而获得国际最流行的月季品种，并从育种企业获得免费增值服务和技术支持。

如今带有“YYY”注册商标的“杨月季”牌月季切花已出口日本、澳大利亚等国。

要想进入国际市场并与其接轨，遵循规则是不二法门。

像杨月季公司这样在国际市场上有良好信誉度的企业，在中国从无到有，正越来越多地涌现。

1998年春节，广东市场进口比利时杜鹃120多万盆；1999年春节，江苏宜兴华盛杜鹃花生产场生产比利时杜鹃花80万盆，仅广东市场就销售了47万盆。

那一年，广东市场比利时杜鹃的进口量减少N50万盆；2000年之后，比利时杜鹃的进口量逐年减少。

与之对应的是国产比利时杜鹃销量在逐年增加。

1997年以后的8年间，进口盆花从在市场占据主导到逐渐萎缩甚至消失，与此同时，国产盆花日渐繁荣和丰富起来。

北京五洲翔远农业发展有限公司总经理邵远祥介绍，自2003年以后，国内生产者开始大量引进进口花卉种苗，进口花卉国产化进程加快。

2005年，年宵花中国产的比例已占据多数。

到2008年，除了大花蕙兰有少量进口以外，其他年宵花已基本实现国产化。

当花卉产品的国产化程度越来越高的时候，国际市场对中国市场的关注度也越来越高。

起初，国际著名的花卉种苗商通过代理将产品销售到中国来，而今，他们已不仅销售种苗，中国市场巨大的潜力让他们怦然心动，纷纷来中国建立种苗基地或示范基地，中国将成为国际花卉种苗的供应中心。

一位曾从事花卉进出口业务的经销商介绍，中国花卉生产的国产化速度之快让人吃惊，不仅那些市场主流花卉实现了国产化，还有很多非主流花卉也实现了国产化，使市场的花卉种类极大丰富，很多品种的国产化产品实现了与国际市场同步出现。

关键词3：合作社随着花卉产业国产化进程的加快，单个农户分散种植已经很难适应国内、国际市场的需求，花农合作组织应运而生。

农业合作社并不是什么新鲜词，早在20世纪50年代末，合作社就已经在我国农村全面推行。

然而，那个时代的合作社几乎成了“大锅饭”的代名词。

改革开放30年后的今天，当农业合作社这个专有名词再度出现时，人们对合作社的理解以及新型合作社所发挥出来的作用与过去有着天壤之别。

“统一设施、统一技术，统一品种、统一品牌、统一销售”，率先在云南省昆明市呈贡县斗南村成立的花农生产合作组织，首次提出了合作社“五统一原则”，目前已经成为我国各地新型农业合作社的基础模式，也是广大花农渴望合作社再度繁荣的内因所在。

合作社的出现，与我国花卉产业长期以来处于小户经营、分散种植、缺乏整体优势不无关系。

<<中国花卉园林年鉴>>

在我国鲜切花生产大省云南省，70%的鲜切花生产集中在农户手中，这种由一家一户小农经济组成的生产模式，根本无法适应当前规模化、标准化、市场化的发展要求。

.....

<<中国花卉园林年鉴>>

编辑推荐

《中国花卉园林年鉴:纪念改革开放30周年:1978-2008年》由中国农业科学技术出版社出版。

<<中国花卉园林年鉴>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>