

我国花卉产业发展问题及对策

陈卫元 (扬州环境资源职业技术学院, 江苏扬州 225127)

摘要 分析了我国花卉产业存在的问题, 并提出了发展对策。

关键词 花卉产业; 问题; 对策

中图分类号 F326.13 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2007)31-10119-02

随着花卉生产的扩大以及需求量不断增加, 我国花卉销售额不断增长。1986年全国花卉销售额为7.0亿元, 1990年为11.0亿元, 2000年为158.16亿元, 2003年已上升为353.1亿元。2003年全国花卉销售额分别是1986年的50.44倍、1990年的29.43倍、2000年的2.23倍。近年来, 全国各种主要花卉的销售额都有较大的提高。据有关统计资料显示, 观赏苗木2003年达175.49亿元, 比2000年的65.25亿元增长128.21%; 盆栽植物由2000年的52.53亿元增长到2003年的84.96亿元, 增长了61.74%; 鲜切花2003年达44.57亿元, 比2000年的19.53亿元增长168.95%。观赏苗木的销售占主导地位, 其次是盆栽植物、鲜切花。北京、上海、广东等省市因经济较发达, 花卉消费一直居于前列, 已成为全国三大花卉消费中心。上海是全国最大的消费城市之一, 鲜切花的消费量一直居全国首位, 超过了4.5亿枝。但是, 由于多种因素的影响, 我国花卉产业在蓬勃发展的同时也存在诸多问题。

1 存在的问题

1.1 人才缺乏, 难以推广高科技 花卉产业科技含量较高, 但我国目前专业技术人才严重短缺。据中国花协统计, 2000年我国花农从业人员146万人中, 专业技术员为4.6万名, 占从业人数的3%。到2002年, 分别为247万人、8.2万名和3%。技术力量如此薄弱, 难以推广知识密集型高新生产技术。所以, 郁金香等高档花卉由于种球养殖技术落后, 只能从荷兰进口。

1.2 技术陈旧, 难以实行材料化生产 国外园艺生产已实行标准化技术管制, 否则产品难获市场准入。但我国尚未制定标准化花卉生产法规, 花农还没标准化生产概念, 配土施肥、病虫害防治、包装保鲜等仍采用落后传统的管理方式。产品出口时常因不合国际贸易标准而遭遇“绿色壁垒”。如, 美、日等国家规定进口盆景只允许用无土栽培技术生产, 从而将我国天然土栽培的盆景拒之门外。

1.3 流通渠道不畅, 行销网络不完善 花卉的流通远不如其他商品, 部分花卉产区仍然存在卖难的局面, 大生产和大流通的格局尚未形成, 国内外市场开拓不足。据中国花卉协会统计, 我国东北地区、西北地区、华北地区的流通体系建设较薄弱, 不仅大型花卉批发市场少, 三个地区的花卉零售店加起来也只占全国的6.2%。从我国花卉交易市场建设情况看, 也存在两个方面的突出问题。重“批发”市场, 轻“零售”。在我国, 仅香港的鲜花批发商店与零售商店的比例是1:33.3, 而1997年内陆“批发”市场与“零售”市场的比率仅为1:11.7; 重市场“硬件”, 轻市场“软件”建设。我国大部

分花卉批发市场将有限的资金投入到市场的硬件建设方面, 而在市场软件建设方面力度却不够, 具体表现为缺乏管理, 法规不完善, 管理人员很少经过从业培训, 市场信息网络不畅通, 市场服务功能普遍不够完善, 许多花市基本形成“有场无市”的状况。此外, 在我国花卉交易中, 仍一直沿用落后的面对面的议价交易方式(对手交易)。

2 对策

2.1 实行一体化产销制度 花卉产业涉及领域广泛, 需要健全严密的体制体系保驾护航。大产业体系应包括科研、生产、销售及服务等4个亚体系。其中, 科研体系应包括研发、鉴定、推广等支体系, 生产体系应包括规划、繁育、监管等支体系, 销售体系应包括机构、联络、流通、监控等支体系, 服务体系应包括供材、培训、法律、政策、金融、信息等支体系。我国局部地区的“公司+农户”形式仅能实现部分产销业务的合作, 还不是一体化监控体制, 更无法整合科研和服务体系, 因此, 需要研究吸收荷兰农业合作社和日本农业协作组合的管理体制经验。

2.2 发展专业合作社 目前, 我国的花卉从业者中农民占了很大的比例, 生产组织形式散乱, 低水平重复生产现象突出, 缺少技术指导、销售渠道和具体规划, 从而导致花卉质量整体提升不快。国外花卉专业合作社不失为我国花卉业发展的一个方向, 其经验值得借鉴。如, 日本冲绳县花卉园艺农业协同组合以生产菊花切花为主, 加入的农户每年要上缴年销售额的1%基本资金和6%运作基金, 1%基本资金作为合作社生存资金不断滚大, 6%运作资金作为合作社开展日常工作的活动经费, 如日常办公费用、召开会议、组织考察、提供技术和信息服务, 合作社负责人中的管理者和纯技术指导者根据市场行情, 对每年的种植品种、数量等作出详细的计划, 一旦确定, 将不再更改。在这一年农耕计划中, 由合作社出面向政府寻求贷款, 并承担农户的担保, 提供种苗、园艺资材、技术、销售等生产一条龙服务, 农户只负责生产。

我国的花卉专业合作社仅处于起步阶段, 其组织形式主要有两种, 一是像上海大地公司那样, 主要依托大公司, 以种植大户为核心来带动农户; 另一种是家族制, 在云南较多见, 由家族中一人负责合作社经营, 带有很强的血缘关系。这两种经营方式, 共同特点是分散种植, 统一技术指导、信息服务、销售乃至出口, 其局限性在于, 一旦出现滞销, 种植大户肯定以自己利益为先, 先出售自己的产品, 而家族制会缺少整体的把握性, 包括市场信息、技术、产品发展等, 最终会以压价的方式进行市场竞争。这两种形式均不利于整个花卉业的健康发展。虽然政府有关部门对农民专业合作社推出一系列包括提供开办费、信贷支持、保险服务等在内的支持举措, 但专业合作社的良性发展归根结底还是靠其自身, 这就需要协会发挥宏观调控作用。云南作为中国花卉的集中产地, 又有现代化的花卉拍卖中心, 可尝试通过协会协调分

作者简介 陈卫元(1958-), 男, 江苏丹阳人, 副教授, 从事观赏植物教学和科研工作。

收稿日期 2007-04-29

别成立单一产品合作社进行品种分配、制订生产规划、提升质量,通过拍卖销售逐渐垄断市场价格。农民整体种植技术的提升和发展意识的提高将会从根本上推进我国花卉业的前进步伐。

2.3 提高组织化程度 我国花卉业的发展方向是走向区域化、规模化、专业化,因此,只有提高其组织化程度,才能驾驭瞬息万变的市场、规避风险,从而取得较好的经济效益。根据我国土地使用现状,以公司为龙头、带动基地花农、优势互补、互利互惠,既提高了我国花卉的市场竞争力,杜绝恶性无序的竞争,又为花农扩大了融资渠道,加大了资金投入,有利于实现花卉工厂化和产业化,加强花卉产品的包装、贮藏、运输等环节的质量管理,提高产品竞争力,增加花卉业产品品种,迎合市场多种需求。花卉消费属于典型的喜新厌旧,近年来,花卉主流产品价格每年下降3%,因此今后除普通的绿化、美化环境的花卉品种外,还要适当规模地发展具有特殊功效的花卉产品,如杀菌灭菌的医用药用品种、养颜美容品种、赏食兼用品种,以满足人们对身体健康状况日益关注的特殊需求。

2.4 利用我国已加入 WTO 的机遇,扩大出口 加入 WTO

无疑会给我国花卉产业带来巨大的机会和发展空间。主要表现在:我国花卉业的产品质量不断提高,有的品种已达到较高水平,逐渐引起亚洲地区某些花卉需求国的青睐,这将使我国花卉出口贸易额大幅增加。由于一些发达国家花卉生产成本高,他们正在寻求与生产成本低的国家合作经营,而我国的花卉品种丰富,气候、土壤等自然条件优厚,劳动力低廉,这些都有利于吸引发达国家与我国合作。我国部分花卉企业已初具规模,其产品质量尽管与国外优质产品相比有差距,但在国内市场仍有较强的市场竞争力。因此,我国花卉生产企业应抓住机遇,利用自由宽松的花卉贸易环境,发挥优势,通过多种途径促使我国花卉产业朝标准化、规模化、集约化、精品化的方向发展,增加花卉产量,扩大出口,进而促进我国花卉产业的发展。

参考文献

- [1] 陈振东.我国花卉产业存在的若干问题与分机[J].福建热作科技,2006,31(1):34-36.
- [2] 杨晓益.我国花卉产业面临的瓶颈问题与出路对策[J].生产力研究,2006(4):182-183.
- [3] 杨波.我国花卉产业发展的几个关键[J].农产品市场周刊,2006(19):19-20.