

关于第十一届中国国际花卉园艺展览会

情况汇报

由中国花卉协会主办，上海国际展览中心有限公司和长城国际展览有限责任公司共同承办的“第十一届中国国际花卉园艺展览会”（以下称 Hortifloorexpo China）已于 2009 年 4 月 1-4 日在上海国际展览中心成功举办，作为本届展会的承办单位，上海国际展览中心，负责了从策划、宣传、招展直至现场等一系列服务。

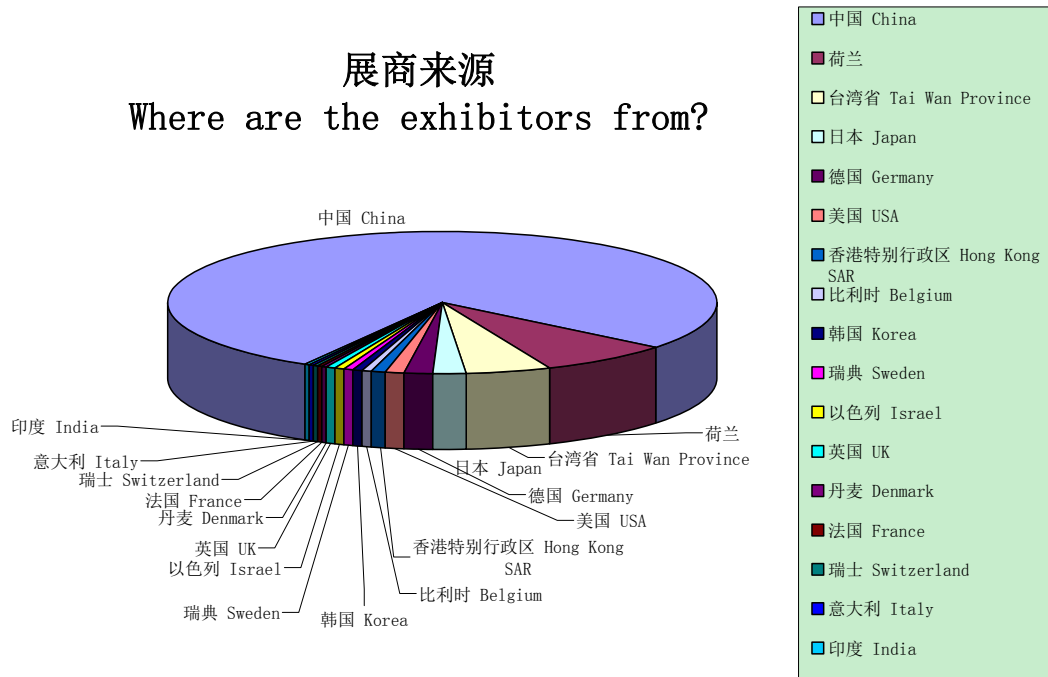
本届展会的基本特点：

1. 虽受金融危机影响，在业内仍具有强大号召力

经过多年的辛勤耕耘，Hortifloorexpo China 已成为业内公认的品牌展览，众多业内知名企业每年必参展、参观的首选展会。自 2008 年 4 月在北京展会现场正式开始本届展会招商开始，业内企业报名踊跃，至 2008 年年底，2009 年年初时本届展会室内展位已全部招满。

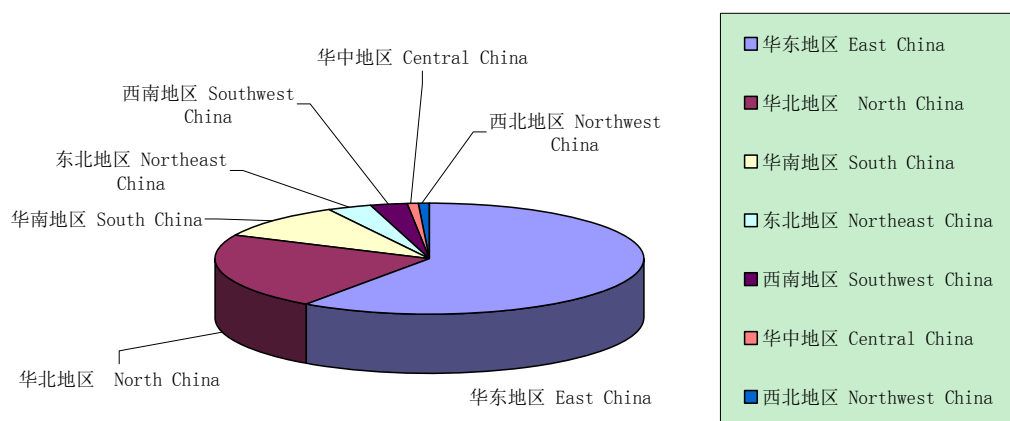
即使受全球金融危机连带影响，国外企业缩减推广成本，参展减少，国内某些出口企业遭受金融危机连带影响，出现不得已退展或缩小其展位面积等情况，本届展会展示总面积依然达到了 15000 平方米，吸引了来自荷兰、德国、美国、比利时、意大利、英国、丹麦、以色列、瑞典、瑞士、加拿大、印度、日本、韩国以及中国大陆、香港特别行政区及台湾省等 17 个国家和地区 370 多家参展商参与。其中，荷兰、台湾省以展团的形式参展，集中展示该国家和地区的最新产品和理念。

展商来源 Where are the exhibitors from?



来自中国大陆的展商，地区分布也非常广泛，除了来自华东六省一市的企业以外，40.21%的展商来自华南、华北、华中、西南、东北、西北，如下图所示：

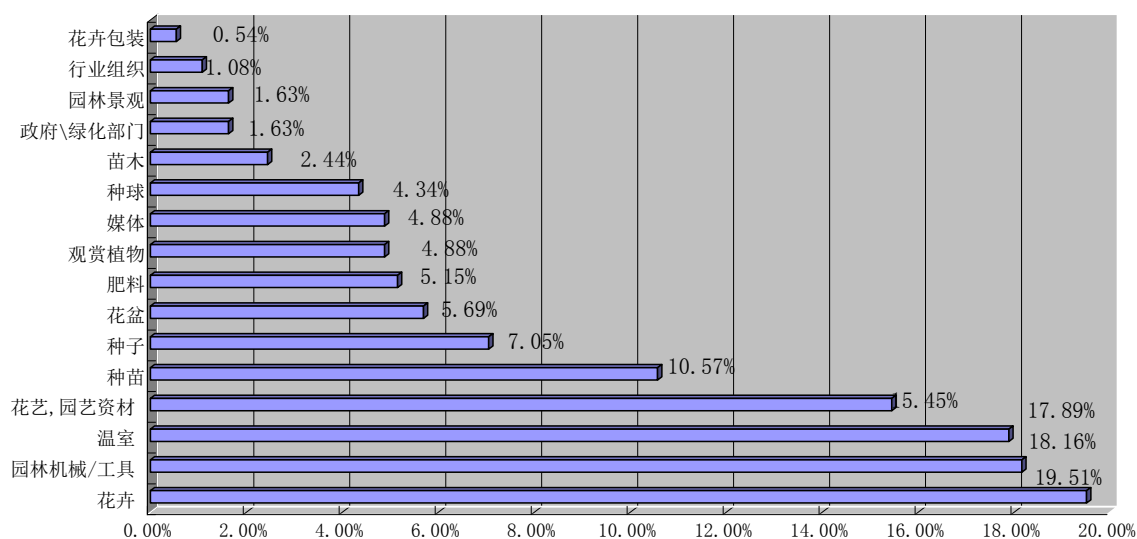
国内展商来源 Where are Domestic Exhibitors from?



“第十一届中国国际花卉园艺展览会”吸引了众多行业内有相当影响力的龙头企业。参展展品涉及花卉、园艺、园林行业内的各个领

域，涵盖面广，如下图所示：

展商分类



比较本届展会和 2007 年在上海举办的第九届展会时，有如下展品分类发生变化：

类别	2007 年数据	本届数据	分析潜在原因
温室及温室配套设备	13.1%	17.89%	市场要求高品质的产品，可能致使设施园艺参展热情高涨，比例上略有上升
花艺、园艺资材	11.8%	15.45%	市场对资材类产品的重视使这类产品的生产、经销商参展意识强于以往
园林机械/工具	10.80%	18.16%	开辟景观区有助于园林机械、工具企业集中展示，另外，上海世博会对园林类产品需求明显

2. 丰富的系列活动，提升展会内涵

致力于展会发展的我们，不但注重展会销售，而且关注扩大展会内涵，提高展会专业观众质量。本届展会在配套活动方面作了很多的尝试和努力：

◆强强联合，与“2009 长三角花卉产业发展论坛”同期举办

由浙江省林业厅、浙江省花卉协会、上海市林业局、上海市花卉协会、江苏省农林厅和江苏省花木协会于 2005 年共同发起的“长三角地区花卉产业发展联席会议”，每年一届，在浙江、上海、江苏三地轮流举办。为了方便业内企业参观展会、参加会议，节省企业开支、减轻企业负担，在我司与上海种业（集团）有限公司的共同努力下，使原定于 2009 年 10 月下旬举办的论坛定于 2009 年 3 月 31 日-4 月 1 日在上海与展会同期举办。该论坛由上海市农业委员会、上海市绿化和市容管理局（上海市林业局）、上海市花卉行业协会共同主办。

论坛首次邀请世博项目 3 大巨头同台讲演，分别从管理者、建设方及业主方等不同角度畅谈世博的景观规划、配置、设计、建设和施工需求。

在关注世博·园艺的同时，邀请了来自荷兰、德国、英国、瑞典、日本、美国等国家的 23 位中外演讲者及业界 CEO 们共同探讨了全球花卉的最新动态及未来创新发展趋势。第一天会议在上海凯博宾馆召开，吸引了 180 位代表参与，第二天会议由于受场地的限制，在上海国际展览中心 2000 会议室举行，也有 100 多位代表参加会议。

◆城市园林绿化景观发展论坛暨世博供需双方见面会

我司联合上海市园林绿化行业协会共同举办为期 1 天的“城市园林绿化景观发展论坛”暨“迎世博，环境整治、园艺资财及植物新优品种推介会”，邀请到上海世博 600 办、世博市政工程指挥部的相关负责人、绿化局、绿化站负责人、园林景观业内资深专家，众多景观设计师等 120 多位业内人士及近 20 家园林景观产品供应商参与。通过个案分析、与听众互动的专题形式，深入探讨以下三个方面问题：1、上海部分园林景观设计

院所近年获奖项目发布；2、生态保育与恢复、生态住区绿化建设、绿化如何缓解城市热岛效应，城市园林景观当前发展的趋势与方向 3. 邀请2-3家设计企业谈谈这多年来园林设计的阶段过程和得失体会等。

同期举办的“迎世博，环境整治、园艺资财及植物新优品种推介会”也为园林绿化景观设计师及广大苗木、花卉及园林配套产品供应商们提供了信息交流的平台，推动行业健康发展。

◆ 荷兰花店日

展会第二天召开的荷兰花店日专业花店培训共吸引了172位来自国内各自连锁花店经营代表，学习荷兰先进花艺设计、花卉保鲜技术。除此以外，展会还召开了十场专业技术交流会，来自美国、德国、荷兰、韩国、中国的众多国内外专家到会演讲并做精彩演示。

◆ 技术交流会

技术交流会一直是本展会帮助参展企业推广自身品牌及新产品的较好途径之一，除了以上所述各活动以外，2009年展会期间还有10家企业租用会场召开技术交流会，内容包括荷兰花卉新品栽培方法、温室结构设计软件推广、韩国穴盘苗结束、德国花卉品种在世界园林的运用以及各类园艺技术实际前景分析等。10场会议，大多都取得了满意效果。

◆ 大型插花表演

另外，本届展会主办单位还特别邀请了来自法国、日本、荷兰、菲律宾、台湾省、中国大陆的十几位顶级花艺大师进行14场现场插花表演。300多位花艺设计师及连锁花店经营者近距离免费观摩了花艺大师的现场表演和精彩讲解，在享受艺术盛宴的同时，也体验了插花领域里不同流派的艺术风格。

◆ 专业考察

为方便远道而来的展商和观众能充分利用展会平台，在有限的展会期间获得更多体验，组委会特别联合“长三角花卉产业发展论坛”在展会的第三天4月3日，特别开设了2条考察路线，主办单位精心挑选的路线使场内外观众得到很好的互动，更好地利用了活动平台，实地了解花卉产业发展的情况。

3. 不断进取的客户服务

为更好地服务客户，几乎每届上海花展在客户服务方面都希望提供展商更多的方便。

以本届为例，我司新增或改善了如下服务：

- a. 频繁更新网站，不但使展商、观众实时了解展览的最新动态，而且也为展商额外提供免费的网上宣传。（参展上海展会的企业在 www.hortiflorepo.com 上可免费得到中英文各一个页面的免费宣传，时间从该展商报名参展时至2009年4月。位置在首页-“展商服务”-“2009年参展商”可点击每家企业名称查询其详细联络方式及情况）
- b. 为了便于专业观众参观，省却现场排队登记换领胸卡的麻烦，本届展会特别完善了官方网站 www.hortiflorepo.com 的网上登录系统。据会后网上登录观众统计，共有522位观众利用了该系统，以下是该522位预登记观众的单位性质和工作性质，

预登记观众的单位性质：

选项	数量	比例
生产基地	68	13.03%

制造商	24	4.60%
协会	3	0.57%
销售商	38	7.28%
进出口商	25	4.79%
公园/植物园	7	1.34%
绿化工程公司	26	4.98%
园林绿化部门	12	2.30%
科学院校	223	42.72%
景观设计、装饰设计公司	23	4.41%
其他	73	13.98%
总计	522	100.00%

预登记观众的工作性质：

选项	数量	比例
高级管理人员	88	16.92%
行政/中层、基层管理人员	39	7.50%
销售/市场推广	44	8.46%
采购人员	20	3.85%
设计师	21	4.04%
技术员	37	7.12%
花艺爱好者	48	9.23%
园林学校教师、学生	205	39.42%
其它	18	3.46%
总计	520	100.00%

- 调查预登记观众总人数 522 人，其中 520 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析。

由于本届展会初次完善该系统，致使利用该系统的观众人数并不多，随着时间的推移，我们宣传工作的不断深入，相信会有更多的观众体验到网上登录的便捷和高效。

c. 为了方便预登记和携带名片入场的观众，免却现场排队之苦，本届展会现场除了提供传统的登录交换胸卡之外，在展会的 2 个主入口处还分别提供了自助登录机各一台（貌似银行取款机）。使用方式非常简单：观众只需在登录机的扫描口放上自己的名片或网上预登记系统提示打印的单子，3 至 5 秒后即可得到已制作好的胸卡。

展会现场，为了了解展商和观众的想法及意愿，我们还分别针对展商和观众分时、分批发出意见征询表，发放、回收及汇总结果如下：

a. 展商意见征询表

在展会期间，我们一共分发了 280 份展商意见征询表，经过回收统计，有效填写的表格为 268 份，基本情况如下：

1. 55.2%展商对于现场订单感到满意，32.1%表示一般，仅 7.5%表示不满意；
2. 73.2%展商对于观众质量感到满意，22.4%表示一般，仅 4.4%表示不满意；
3. 66.4%展商对于通过本届展会建议新业务感到满意，30.6%表示一般，仅 3%表示不满意；
4. 73.9%展商对于通过本届展会推广公司产品感到满意，21.7%表示一般，仅 2.2%表示不满意；
5. 80.9%展商对于通过本届展会提高企业知名度感到满意，16.8%表示一般，仅 1.5%表示不满意；
6. 84%展商对于主办单位服务感到满意，13.4%表示一般，仅 2.6%表示不满意；
7. 在回答是否会参与“第十二届中国国际花卉园艺展览会”（北京展）时，45%的展商明确表示会参加，40.67%的展商还在考虑中，仅有 1.87%的展商表示不参加。

b. 观众意见征询表

除了展商意见征询表以外，我们同时对展厅内的观众作抽样调查，共发放了 450 份观众意见征询表，其中共回收了 446 有效填写表格，

经过汇总分析，结果如下：

1. 95.74%的观众对达到展会的目的表示满意；
2. 96.42% 的观众对展会组织工作表示满意；
3. 94.4% 的观众对参展商层次表示满意；
4. 91.93%的观众对于展会规模表示满意；
5. 94.16%的观众对于现场服务表示满意；
6. 88.34%的观众对于展前宣传表示满意；
7. 72.87%表示今后如果有机会会来参展；
8. 93.72%表示今后如果有机会会来参观；
9. 95.29% 的观众表示将把这个展会推荐给其他人。

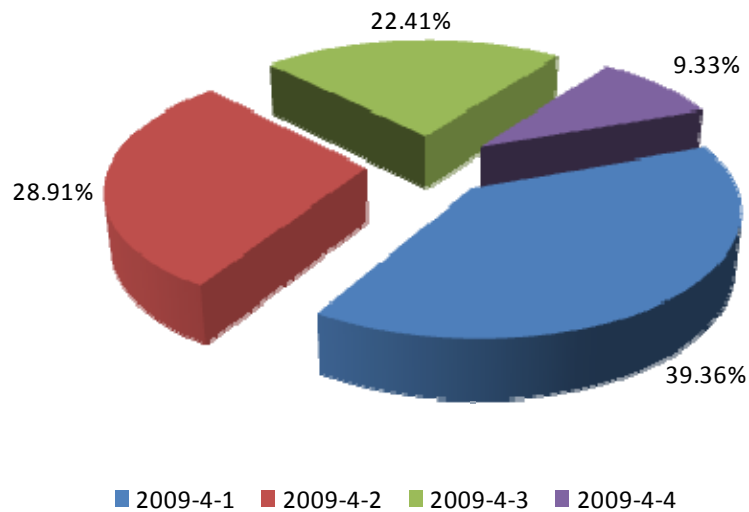
观众分析：

本次展会共有参观观众 13489 人，其中外方观众人数达到 396 人（含港台地区）。经 Eastfair 展览系统的观众信息整理，包括整补邮编及电话整理、无效数据筛选整理（包括重复的、信息填写不详、字迹不清楚、潦草的）、国外观众甄别等数据处理后得到有效数据 11390 条。

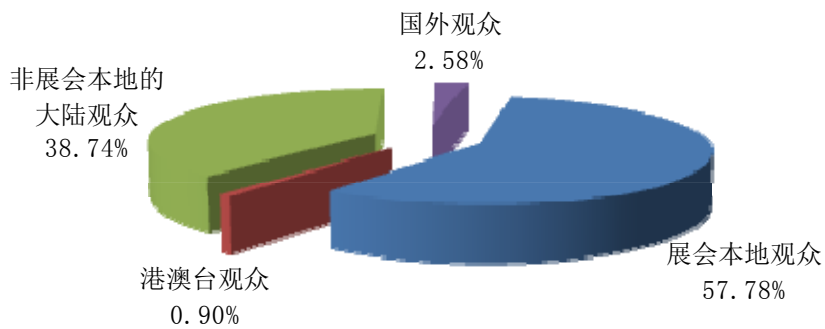
由于本届展会各项同期活动较多，经过对各日观众人数的统计，我们发现 4 天的展会观众分布如下：

展会日期	到达总人次	参观总人数	新到人数	新到比例
2009-4-1	6627	5309	5309	100.00%
2009-4-2	5081	3899	3155	80.92%
2009-4-3	3534	3023	2805	92.79%
2009-4-4	2135	1258	626	49.76%
总计	17377	13489	11895	88.18%

各日观众人数到达比例图：

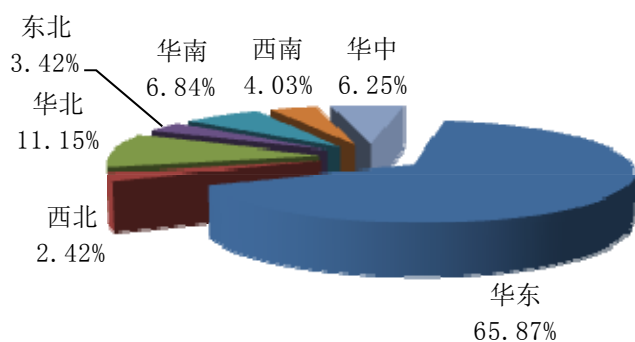


观众类别分析：



大陆地区观众区域分类统计（行政区域）

按照行政区域分析，展会本地信息占总体观众比例的 57.78% 除外，观众来自非展会举办地的各区域比例如下图所示，来自华东地区的观众占了相对比例的 65.87%，其他区域分别为：西南 4.03%，华北 11.15%，西北 2.42%，华南 6.84%，东北 3.42%，华中 6.25%。



对这些观众区域分布数据的详细分析，能够说明本届观众邀请工作的地区覆盖情况，以备下届改进观众组织工作，为以后的招展招商提供可靠的数据基础。

大陆地区观众按省份分类统计(不包括展会本地):

区域	省份	相对人数	所占比例
东北			
	辽宁	91	2.06%
	黑龙江	36	0.82%
	吉林	24	0.54%
	小计	151	3.42%
华北			
	北京	312	7.07%
	河北	68	1.54%
	天津	66	1.50%
	山西	35	0.79%
	内蒙古	11	0.25%
	小计	492	11.15%
华东			
	江苏	1205	27.30%
	浙江	919	20.82%
	山东	409	9.27%
	安徽	232	5.26%
	福建	106	2.40%
	江西	36	0.82%
	小计	2907	65.87%
华南			
	广东	284	6.43%
	广西	10	0.23%
	海南	8	0.18%
	小计	302	6.84%
华中			

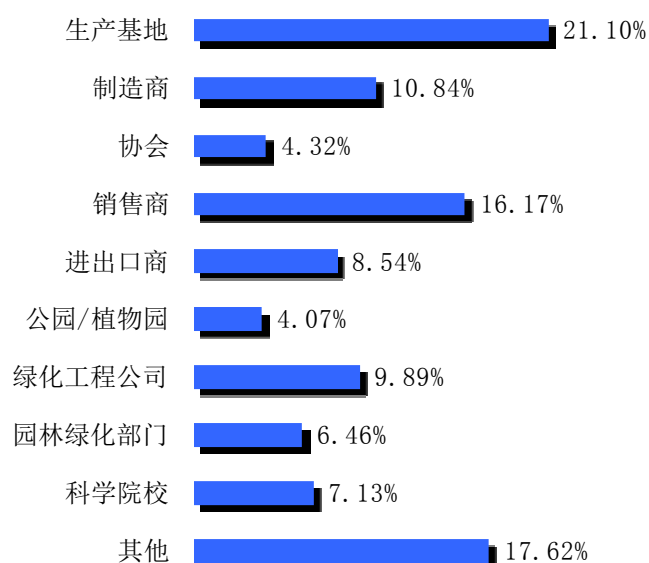
	河南	171	3.87%
	湖北	59	1.34%
	湖南	46	1.04%
	小计	276	6.25%
西北			
	陕西	57	1.29%
	甘肃	30	0.68%
	新疆	9	0.20%
	宁夏	6	0.14%
	青海	5	0.11%
	小计	107	2.42%
西南			
	云南	79	1.79%
	四川	42	0.95%
	重庆	39	0.88%
	贵州	18	0.41%
	小计	178	4.03%
总计		4413	100.00%

海外观众来源情况分析：

区域	国家/地区名称	相对人数	所占比例	国家/地区数量
北美洲				
	美国	22	5.56%	2
	加拿大	6	1.52%	
	小计	28	7.08%	
大洋洲				
	澳大利亚	4	1.01%	1
	小计	4	1.01%	
非洲				
	埃及	2	0.51%	2
	南非	2	0.51%	
	小计	4	1.02%	
南美洲				
	墨西哥	10	2.53%	2
	巴西	1	0.25%	
	小计	11	2.78%	
欧洲				
	荷兰	17	4.29%	13
	英国	13	3.28%	
	俄罗斯	9	2.27%	
	德国	4	1.01%	
	西班牙	4	1.01%	
	拉脱维亚	2	0.51%	
	瑞士	2	0.51%	
	意大利	2	0.51%	
	比利时	2	0.51%	
	乌克兰	2	0.51%	

	白俄罗斯	1	0.25%	
	爱尔兰	1	0.25%	
	土耳其	1	0.25%	
	小计	60	15.16%	
亚洲				
	韩国	71	17.93%	18
	日本	52	13.13%	
	印度	10	2.53%	
	伊朗	8	2.02%	
	新加坡	8	2.02%	
	科威特	5	1.26%	
	印度尼西亚	5	1.26%	
	蒙古	4	1.01%	
	以色列	4	1.01%	
	越南	3	0.76%	
	泰国	3	0.76%	
	巴基斯坦	3	0.76%	
	阿联酋	3	0.76%	
	马来西亚	3	0.76%	
	文莱	2	0.51%	
	斯里兰卡	1	0.25%	
	乌兹别克斯坦	1	0.25%	
	缅甸	1	0.25%	
	小计	187	47.23%	
港澳台				
	中国台湾	80	20.20%	2
	中国香港	22	5.56%	
	小计	102	25.76%	
总计		396	100.00%	40

调查问题 1、您的单位性质：

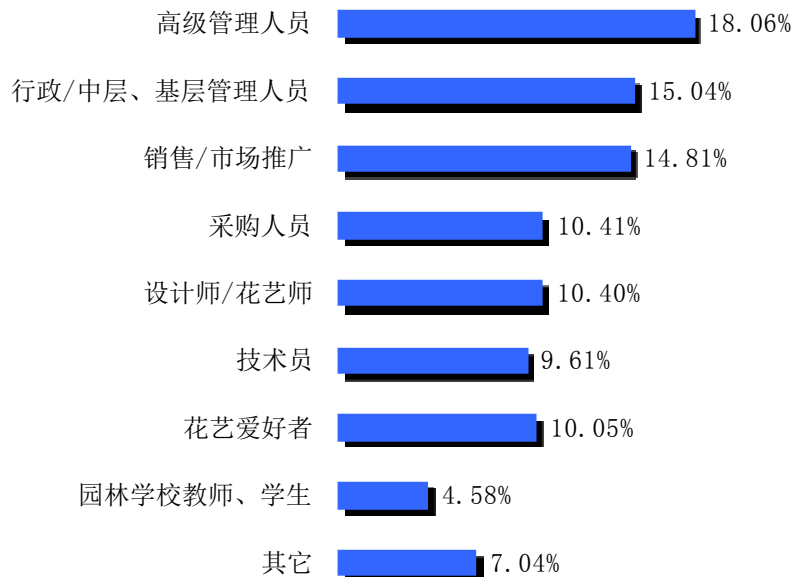


具体数据如下：

选项	数量	比例
生产基地	1865	21.10%
制造商	958	10.84%
协会	382	4.32%
销售商	1429	16.17%
进出口商	755	8.54%
公园/植物园	360	4.07%
绿化工程公司	874	9.89%
园林绿化部门	571	6.46%
科学院校	630	7.13%
其他	1557	17.62%
总计	9381	106.16%

- 调查现场观众总人数 8837 人，其中 8686 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 100%。

调查问题 2、您的工作性质属于下列哪项？



具体数据如下：

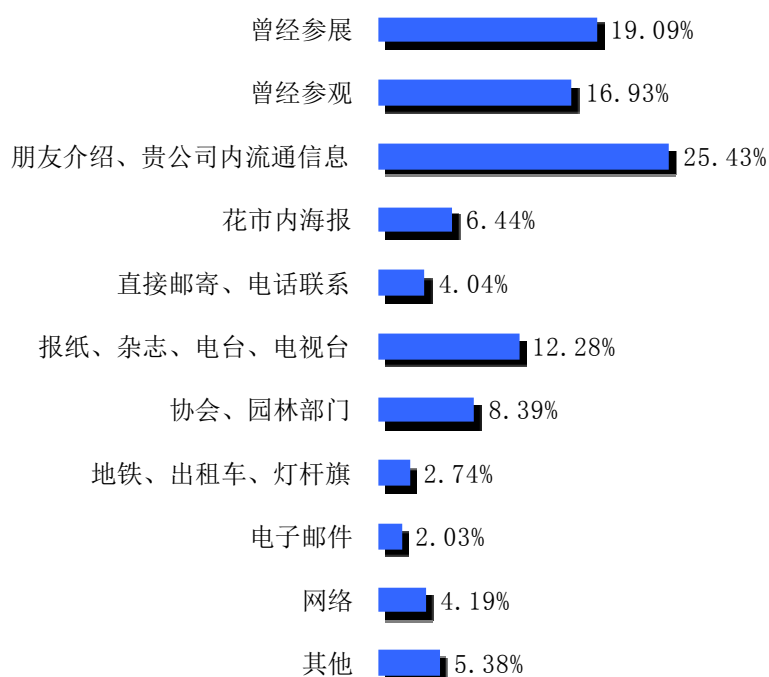
选项	数量	比例
高级管理人员	1558	18.06%
行政/中层、基层管理人员	1297	15.04%
销售/市场推广	1277	14.81%
采购人员	898	10.41%
设计师/花艺师	897	10.40%
技术员	829	9.61%
花艺爱好者	867	10.05%
园林学校教师、学生	395	4.58%
其它	607	7.04%
总计	8625	100.00%

- 调查现场观众总人数 8837 人，其中 8625 人回答了此题。

- 百分比以回答此题的人数为基数分析。

经过与 2007 年上届上海花展各项数据比对，我们发现本届观众中高级管理人员从上届的 15.23% 上升到 18.06%，行政/中层、基层管理人员由上届的 13.52% 上升到 15.04%，采购人员由上届的 5.61% 上升到 10.40%。

调查问题 3. 通过何种途径得知本届展会：

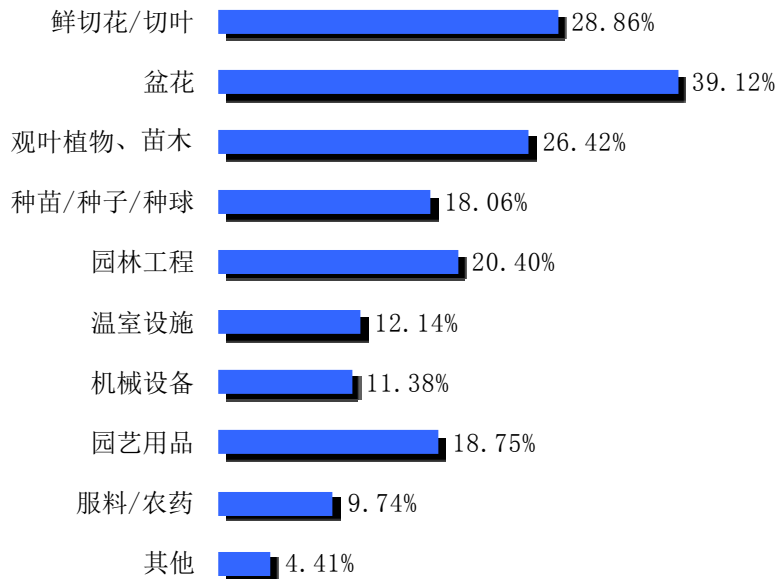


具体数据如下：

选项	数量	比例
曾经参展	1527	19.09%
曾经参观	1354	16.93%
朋友介绍、贵公司内流通信息	2034	25.43%
花市内海报	515	6.44%
直接邮寄、电话联系	323	4.04%
报纸、杂志、电台、电视台	982	12.28%
协会、园林部门	671	8.39%
地铁、出租车、灯杆旗	219	2.74%
电子邮件	162	2.03%
网络	335	4.19%
其他	430	5.38%
总计	8552	106.90%

- 调查现场观众总人数 8837 人，其中 8000 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 100%。

调查问题 4. 您感兴趣的产品？



具体数据如下：

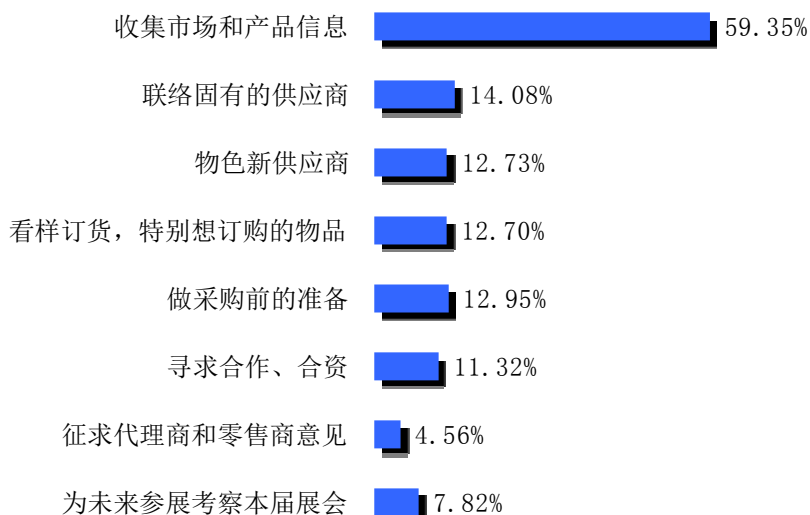
选项	数量	比例
鲜切花/切叶	2352	28.86%
盆花	3188	39.12%
观叶植物、苗木	2153	26.42%
种苗/种子/种球	1472	18.06%
园林工程	1662	20.40%
温室设施	989	12.14%
机械设备	927	11.38%
园艺用品	1528	18.75%
服料/农药	794	9.74%
其他	359	4.41%
总计	15424	189.27%

- 调查现场观众总人数 **8837** 人，其中 **8149** 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 **100%**。

观众感兴趣的产品从某个角度来说，也会促进下一届展会的销售。对比上届各项数据，我们发现本届展会观众对于盆花的关注度由上届的 28% 上升到 39.12%，对种苗/种子/种球的关注度由 11.64% 上升到 18.06%，对温室设施从上届的 9.3% 上升到 12.14%，机械设备的兴趣从上届的 10.31% 上升到 11.38%，园艺用品的关注度从上届的 13.31% 上升到 18.75%。由此，我们对于继续巩固展会的花卉根基，适时扩充园

艺资材、各项园林用品的参展比重，做大设施园艺，将展会打造成涵盖园林、资材等，以“大园艺”为概念的展会充满信心。

调查问题 5. 您参观展会的目的？



具体数据如下：

选项	数量	比例
收集市场和产品信息	4623	59.35%
联络固有的供应商	1097	14.08%
物色新供应商	992	12.73%
看样订货，特别想订购的物品	989	12.70%
做采购前的准备	1009	12.95%
寻求合作、合资	882	11.32%
征求代理商和零售商意见	355	4.56%
为未来参展考察本届展会	609	7.82%
总计	10556	135.51%

- 调查现场观众总人数 8837 人，其中 7790 人回答了此题。
- 百分比以回答此题的人数为基数分析，由于部分观众的多项选择，所以总百分比大于 100%。

分析比较本届展会和 2007 年上海展会信息，我们发现物色新供应商的客户从 2007 年的 10.76% 上升到 12.73%，看样订货的客户从 2007 年的 10.08% 上升到 12.7%；寻求合作、合资的从 9.87% 上升到 11.32%，为了未来参展来考察本届展会的观众也从 2007 年的 7.82% 增长到 9.17%，这些数据给了我们莫大的信心，争取下一届上海展会在今年的

基础上能再做强做精。

以上是我们在本届展会所做的初步总结，如您有任何问题，请随时与我们联系。汇总展会各方面情况的目的是为了更好更好地筹备下届展会，衷心祝愿您生意兴隆，万事如意，2011年4月上海花展我们不见不散！

上海国际展览中心

项目负责 崔琳

二〇〇九年五月六日

需求和建议

请传真到021-62780038

作为业内专家和职业人士，我们非常希望能了解您的想法和需求，以便我们进一步改进展览会的效果，使它更好地为您服务，非常感谢！

项目	需求和建议
观众组织 哪些单位的买家观众您希望邀请，或者通过什么渠道等	
媒体宣传 哪些媒体和宣传方法您认为较好等	
相关活动 哪些会议或活动您希望举办等	
招展方面 哪些展商和招展方法等	
现场服务	
其他	

--	--

公司			
姓名		职务	
电话		传真	
电子邮件		网址	

您也可通过电子邮件：intexcl@sh163.net和我们联系。

中国国际花卉园艺展览组委会
二〇〇九年五月六日