



## 第十三届中国国际花卉园艺展览会

The 13<sup>th</sup> Hortiflorexpo China

2011年4月13-16日 上海国际展览中心

### 展会总结

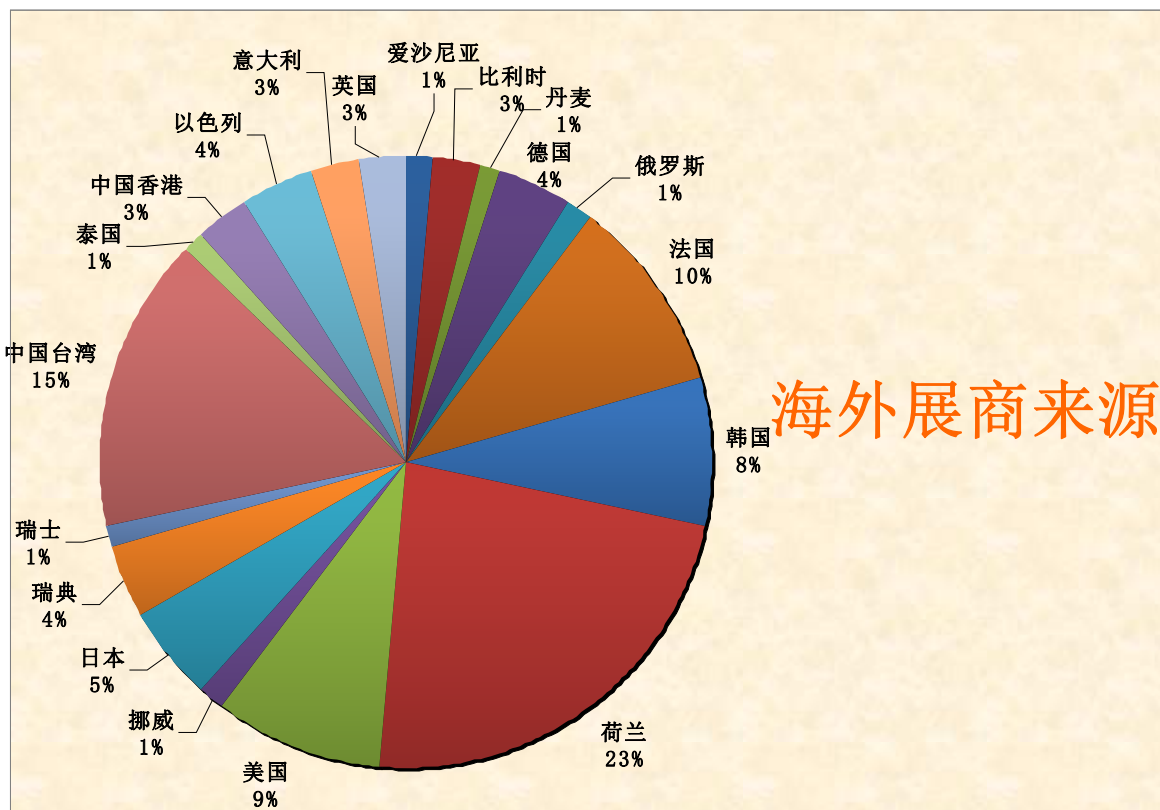
由中国花卉协会主办，上海国际展览中心有限公司和长城国际展览有限责任公司共同承办的“第十三届中国国际花卉园艺展览会”（以下称 Hortiflorexpo China）已于 2011 年 4 月 13-16 日在上海国际展览中心成功举办，作为本届展会的承办单位，上海国际展览中心，负责了从策划、宣传、招展直至现场等一系列服务。

#### **本届展会的基本特点：**

#### **1. 展商参展报名提前，规模较上一届增大，外方参与度高**

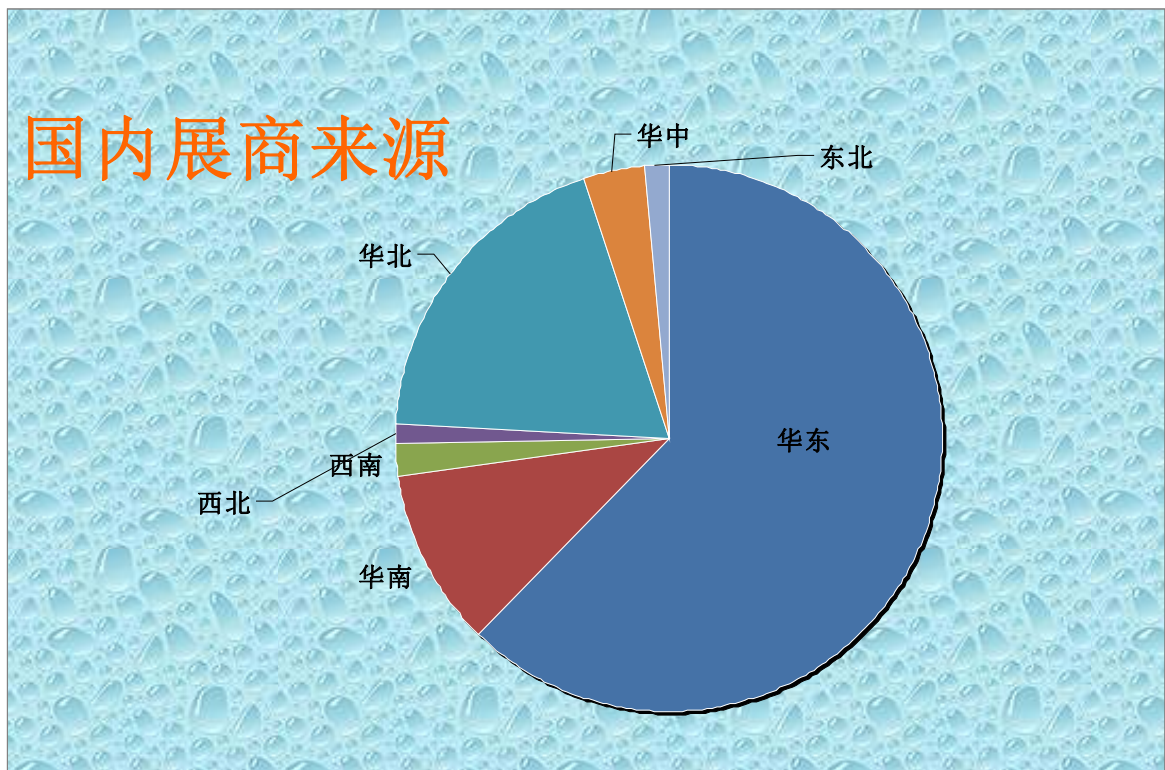
经过多年的辛勤耕耘，Hortiflorexpo China 已成为业内公认的品牌展览，众多业内知名企业每年必参展、参观的首选展会。自 2010 年 4 月在北京展会现场正式开始本届展会招商开始，业内企业报名踊跃，北京展现场报名参展率高达 80%，至 2010 年 8 月底，除少量为国外展团预留的展位外，其余室内展位已全部招满。

本届展会展示总面积达到了 15000 平方米，吸引了来自荷兰、法国、美国、德国、比利时、以色列、意大利、英国、瑞典、瑞士、丹麦、爱沙尼亚、俄罗斯、挪威、日本、韩国、泰国以及中国大陆、香港特别行政区及台湾省等 20 个国家和地区 391 家参展商参与。其中，国外展商数量达到了 91 家，外方参展商比例达到了 23.3%，荷兰、法国、韩国和中国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。

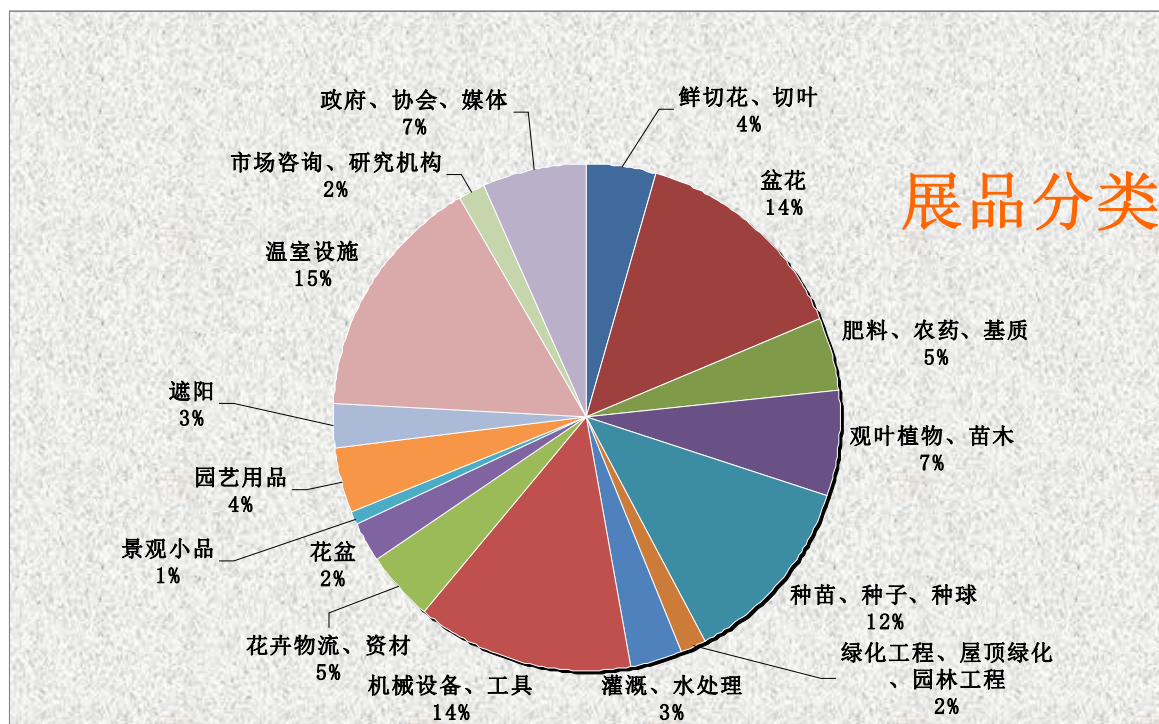


此次荷兰展团中有 19 家荷兰企业参展，由于展厅面积限制，有部分荷兰企业被要求缩小其参展面积。本届 Hortiflorexpo 首次迎来了法国展团，法国展团重点展示了卢瓦尔河大区的花卉业，包括图尔克种球花卉、安茹园艺小型果蔬盆栽和香料盆栽、富仁泰营养土、佳丽花园景观设计理念等，虽然尚未能展出实体产品，但展区整体制作了涵盖参展企业主营产品和理念的册子，期望进一步与国内企业建立联系，开展合作。

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，38%的展商来自华南、华北、华中、西南、东北、西北，如下图所示：



“第十三届中国国际花卉园艺展览会”吸引了众多行业内具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：



注：以上展品分类是根据展商递交申请表中自填的内容划分，若某企业既从事盆花，又有园艺用品，那么在这两个分类项中都会计入。

部分数据与上届比较：

	2009 上海 Hortiflorexpo	本届 2011 上海 Hortiflorexpo
盆花、切花、切叶	19.51%	14%+4%=18%
园林机械、园林工具、灌溉水处理	18.16%	14%+3%=17%
温室及相关设施	17.89%	15%

虽然现场无论是我们组织单位，还是参展商及观众，大家普遍感觉本届 Hortiflorexpo 在花卉种植企业的参展比例有较大下滑，但是在我们与 2009 年上海 Hortifloexpo 的各项数据比对时，我们并没有发现该数据有很大的差异：本届展会的盆花加切花切叶达到了 18%，上届花卉企业共计 19.51%，仅从数据上分析下降为 1.51%。同样，观众会认为今年的园林机械园林工具，以及温室企业的参展比历届上海 Hortiflorexpo 上涨了很多，但是单从数据上分析，也没太大的变化，数据反而下降了。

究其原因，我们认为本届参展的盆花、切花企业的数目应该没有明显的减少，但是单个花卉企业的参展面积有了很大的缩水，不再如以往花卉企业动辄占据一楼展厅最好的位置，有大面积展示；同样，温室企业和园林机械和灌溉企业的参展企业即使由于参展企业总数有增长，比例相反有少许下降，但是本届 Hortiflorexpo 的一楼展厅及二楼展厅的醒目位置有较多为温室及园林机械企业占据，且参展面积较大。这也许可以解释大家的疑问。

在这些现象的后面的深层次原因又是什么呢？我们认为可能有以下原因，需要引起园艺界各方面的关注：

1. 国内花卉园艺行业同质化竞争较多，扎堆生产红掌、凤梨、蝴蝶兰情况较严重，竞争导致价格下降，利润下降；

2. 缺乏创新产品，缺乏在产品研发上的投入，导致企业发展的后劲不足；这在本届展会上较为明显，有新产品推出的企业如，虹越、今朝园艺、威海七彩、传化等均获得良好效果。由于产品研发需要大量的资金、时间和人力的投入，在此，我们也呼吁相关政府部门能对于花卉园艺行业的创新给予相关政策和资金支持；

## 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。与上届 2009 上海 Hortiflorexpo China 相比，本届展会在配套活动方面作了更多的尝试和努力，使同期的活动无论在“量”还是“质”方面都有极大的突破：

上届同期配套活动为 6 大活动，本届 Hortiflorexpo China 同期共组织了 9 大活动分别如下：

### 一、中国国际花卉园艺产业研讨

日期：2011 年 4 月 13 日全天

地点：上海国际展览中心二楼多功能会议室

主办单位：上海市花卉协会

承办单位：上海种业（集团）有限公司、上海国际展览中心有限公司

支持单位：中国花卉协会

上海市农业技术推广服务中心

上海市林业总站

研讨主题：花卉园艺业的可持续发展

特点：使用同声翻译系统，免费听会

共邀请了 11 位来自美国、哥伦比亚、日本、法国、荷兰、中国知名讲者，共同探讨了全球花卉的最新动态及未来创新发展趋势。如中国食品土畜进出口商会花卉分会秘书长蔡军先生就“中国花卉进出口现状及趋势”的发言引起了众多国内外听众的关注；法国维吉玻利斯植物研究中心主席 Gino BOISMORIN 先生关于“法国花卉产业发展及其在欧盟中的定位”让更多听众了解法国花卉产业发展的现状；日本花卉有限公司首席运营官松村光祥先生谈“花卉园艺企业连锁经营之道”；上海溢柯园艺有限公司总经理任飞先生谈“Eco Idea---由国外园艺产业构想国内产业架构”等，获得一致好评。

值得一提的是，本届 Hortifloorexpo China 首次邀请到世界家居巨头 IKEA 的本地及全球绿植采购邢晓军先生，做题为“国际领先家居布置企业对中国绿植供应商的要求是什么”引起业内广泛关注。论坛共吸引了 200 多位代表参与，获得一致好评，下午会场中，人气仍旧非常旺，不断需要加座来满足更多听众的需求。

## 二、城市园林景观发展论坛

时间：2011 年 4 月 14 日全天

地点：上海国际展览中心二楼多功能会议室

主办：上海市园林绿化行业协会风景园林规划设计专业委员会

支持：上海市园林绿化行业协会

承办：园林在线 [www.lvhua.com](http://www.lvhua.com)、上海国际展览中心有限公司

协办：《风景园林》、《绿色东方》、《建筑时报》

目标观众：长三角地区景观设计师、园林施工企业、上海各区县绿化

行政主管部门负责人等

特点： 使用同声翻译系统，免费听会

本届 Hortifloorexpo China 首次邀请到了众多景观设计界巨头，如日本爱知世博会的设计大师户田芳树先生做题为“郡马昆虫之林——新环境教育的场所”讲演；参与香港迪士尼设计的百特国际有限公司（香港和澳门）主席 James McGeoch 先生做题为“绿化领域国际园艺的趋向”的发言；在国际上屡获殊荣的上海世博会后滩公园的主创设计团队何美才先生，做题为“生态水系净化设计——以上海世博后滩湿地公园景观设计为例”讲话；世界知名设计师、辰山植物园矿坑花园的设计者克里斯朵夫·瓦伦丁先生谈辰山植物园规划设计；静安区绿化管理局局长黄彩娣女士谈“东西园林、相遇静安——上海静安雕塑公园梅园营造”等，现场高潮迭起，共吸引了 181 位专业听众参与。

### 三、荷兰技术交流日

展会第二天召开的荷兰技术交流日，由于历届在上海展同期举办都取得良好效果，此次荷兰日活动引起了各荷兰企业的纷纷追捧，虽然时间短暂只有短短 1 天的时间，但是有 12 家荷兰企业利用该平台，发布信息。荷兰日活动共吸引了 263 位来自全国各地的花卉园艺企业代表参加，学习荷兰先进的温室管理、花卉种植、养护、物流、花卉保鲜及零售技术。

### 四、家庭园艺专题论坛

OPEN GARDEN 美好家园花园畅想

时间： 2011 年 4 月 15 日下午

地点： 上海国际展览中心二楼多功能会议室

特点： 免费听会

该活动是组织单位首次尝试与时尚类杂志《美好家园》合作，邀请了众多国内家庭园艺界的风云人物，如溢科总经理任飞先生、胖龙园艺董事长赵素敏女士、虹越花卉董事长江胜德先生、莫尔海姆(北京)园艺总经理袁向阳先生、玫瑰专家林彬先生、职业园艺作家蔡丸子女士等与别墅业主，园艺发烧友们围绕家庭园艺专题，直面交流，展开讨论，论坛上，除各嘉宾发言外，《美好家园》杯园艺设计大赛的获奖者们（动辄拥有几亩地花园的顶级园艺发烧友们）也纷纷以 PPT，视频的形式，向大家展示介绍各自 DIY 设计，施工，养护庭院的心得体会。为了营造浪漫惬意的氛围，会场现场结合了南非旅游的概念，被设计成了一个独特的花园，半天的论坛共吸引了 120 多位园艺发烧友、别墅业主、家庭园艺产品的生产商、经销商面对面交流。另我们欣喜的是，会后有众多参会人员直呼过瘾，纷纷表示今后再有类似活动一定参加。

## 五、景观设计师培训及沙龙

时间： 2011 年 4 月 13 日 14: 00---17: 00

地点： 上海国际展览中心二楼 2000 会议室

特点： 免费听会

为了区别于景观发展论坛，此沙龙是组织单位与知名杂志《现代园林》合作，以低碳为思路，围绕生物防治、生物预警等在景观设计中运用，组织全国园林设计、建造公司研讨。

同济大学建筑与城规学院张德顺教授和清华大学建筑学院景观学系教授、博导李树华教授分别就《应对气候变化的园林植物选择》和《潜在植被理论在城市环境生态修复中的应用》为题深入探讨，共吸引了 86

位专业听众参与。

## 六、2011 年花卉园艺与水肥灌溉高效管理论坛

时间： 2011 年 4 月 15 日下午 13:30-16:30

地点： 展馆内 2000 会议室

主办单位： 中国花卉报社 灌溉网(www.irrigation.com.cn)

特点： 免费听会

这也是组织单位首次尝试与《中国花卉报》以及灌溉网合作，邀请中国水利企业协会灌排设备企业分会秘书长许复初、甘肃大禹节水股份有限公司副总裁门旗、上海绿沱农业科技有限公司总裁李勇、华南农业大学教授张承林、天津英特泰克灌溉技术有限公司副总经理邹苏芸、北京昌平区林业局总工程师杨春起、北京林大林业科技股份有限公司经理张伟及美国托罗公司北京代表处总工程师张建平等众多业内名家，围绕花卉园艺的水肥高效管理，专题组织国内外灌溉产品各品牌生产商、经销商、苗圃业主和甲方共同研讨，介绍国内外行业的最新动态，共有 135 位听众参加。

## 七、2011 年中国花协零售业分会会员大会

时间： 2011 年 4 月 15 日上午

地点： 展馆内 2000 会议室

特点： 会员参与

会员大会顺利召开，与会代表交流了中国花协零售业分会 2006-2011 年期间，第二届理事会的工作情况，协会的发展进步以及新的协会工作方向、内容等，共有 81 位代表参与。

## 八、大型插花表演

时间： 2011 年 4 月 13-16 日，3 天半

地点： 室外展区内蓬房

特点： 高层次，免费观摩

历届上海花展素以推广花艺，推动花卉园艺进入家庭为己任，每每办展的盈利补贴展会同期举办的插花表演，组织单位上海国际展览中心积极联合上海市插花花艺协会、亚洲花艺设计师联盟 AFDU、中国花卉协会零售业分会等行业组织，于展会现场开辟专区，邀请国内外知名的花艺师现场表演，讲解授课，为国内的花店从业人员提供一个免费的学习交流平台。

本届 Hortiflorexpo China 共邀请到来自法国、日本、韩国、菲律宾、台湾省、中国大陆共计 19 位知名花艺师倾情献演。在整整 3 天半的精彩演出中，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们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。

## 九、技术交流会

特点：企业租用会场自行组织，听众免费听会

技术交流会一直是 Hortiflorexpo China 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，本届 Hortiflorexpo 展会期间还有 10 家企业租用会场召开技术交流会，内容包括泰尼格公司及其国际花卉市场上非洲菊的地位、洛克驱动系统的高端温室驱动系统的设计与发展、雷力倍艳家庭园艺海藻花肥连锁招商项目说

明会、美国科雨灌溉产品介绍发布会、永通 2011 新品发布会、京鹏环球科技的低碳物联网温室、凉山彝族自治州与荷兰花卉企业座谈会、法国农业部的设计师会议、中国花店之网络生活、“园艺与生活的融合”女企业家沙龙等。10 场会议，几乎场场爆满，大多都取得了满意效果。

### 3. 不断进取的客户服务

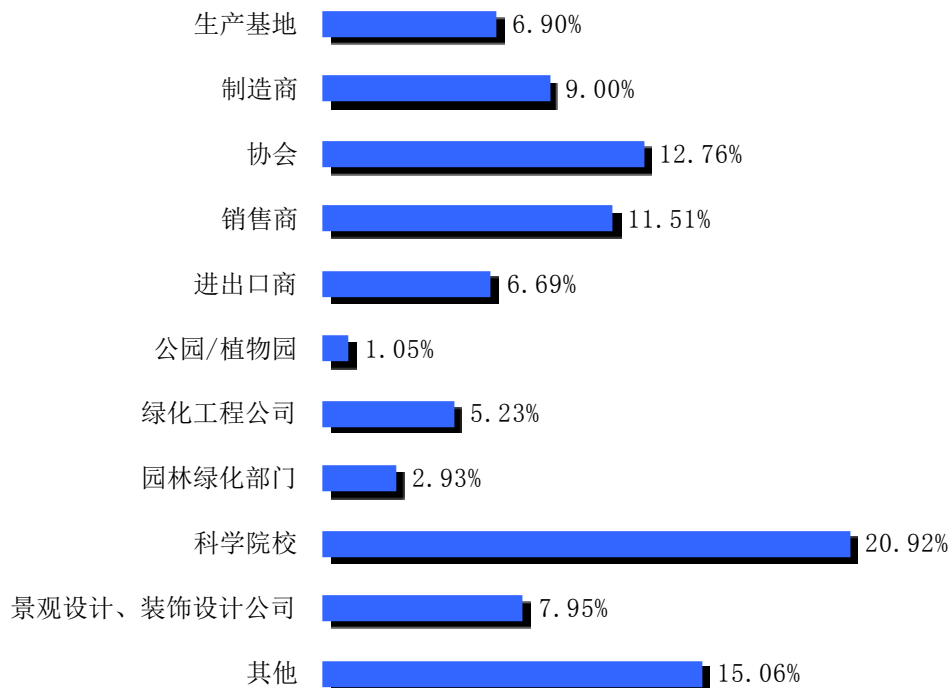
为更好地服务客户，几乎每届上海花展在客户服务方面都希望提供展商更多的方便。以本届为例，我司新增或改善了如下服务：

- a. 针对 Hortiflorexpo 由我司及长城国际两家不同的公司来组织，[www.hortiflorexpo.com](http://www.hortiflorexpo.com)只能在上海内容和北京内容间切换，无法同时查询上海展和北京展内容的弊端，本届 Hortiflorexpo 对网站进行了重要改版。改版后，企业已可以同时看到在 Hortiflorexpo 官网上看到两地展会的各项情况；
- b. 频繁更新网站中“上海展”内容，不但使展商、观众实时了解上海展览的最新动态，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.hortiflorexpo.com](http://www.hortiflorexpo.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 2011 年 5 月。位置在首页-“上海”-“展商服务”-“2011 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）
- c. 收集各参展企业的参展亮点，免费收录在本届 Hortiflorexpo China 的《展会快讯》中，以 DM 形式对国内目标受众定向邮寄，同时免费收录在 [www.hortiflorexpo.com](http://www.hortiflorexpo.com)，时间从 2010 年 8 月至 2011 年 5 月。位置在首页-“上海”-“展会动态”

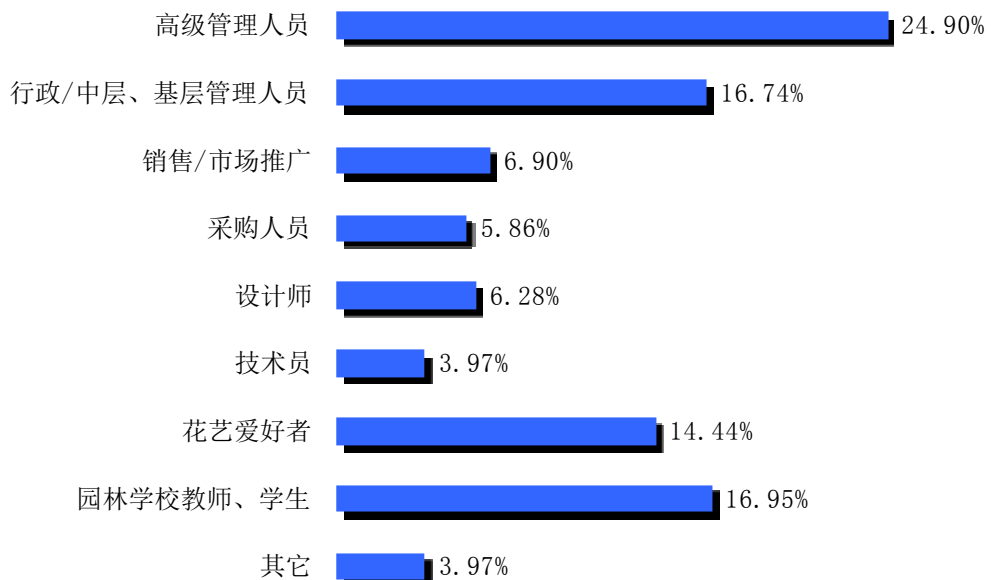
— “企业新品介绍”；

- d. 加大 Hortiflorexpo 在国际上的知名度，我们通过和国外各知名媒体合作，委派专人前往国际各大园艺展会推广 Hortiflorexpo，在花卉园艺的使用国俄罗斯、中欧、中亚、西亚等国，寻找合作方，加大宣传力度，现场取得良好效果；
- e. 由于今年 Hortiflorexpo 的亮点之一是“家庭园艺”概念，为了配合宣传，组织单位上海国际展览中心今年首次于 3 月底 4 月初通过沪上的主流大众纸媒（新闻晨报、新民晚报、申江服务导报等），以夹带发行的方式投放宣传单广告，覆盖 50 多万终端用户。该宣传单上为参展企业预留的广告尺寸为名片大小，价格仅为人民币 2000 元，获得了良好的效果，有兴趣参与的企业可于下届上海展开展前 4 个月与我们联系；
- f. 针对观众常常忽视室外蓬房内展台，本届 Hortiflorexpo 为每位观众制作了精美的小礼品，观众只须到指定地点收集满数个章即可兑换。由于本届展会首次采用该方式，虽然前去盖章领礼品的观众并不太多，但是室外蓬房内的观众人流比往届有了明显提高，展商满意度明显提高；
- g. 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，本届展会致力于推广官方网站 [www.hortiflorexpo.com](http://www.hortiflorexpo.com) 的网上登录系统。据会后网上登录观众统计，本届 Hortiflorexpo China 共有 1153 位观众利用了该系统，比 2009 年的 522 位，上涨 121%，以下是该 1153 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：



## 预登记观众的工作性质：



我们相信随着时间的推移，我们宣传工作的不断深入，会有更多的观众体验到网上登录的便捷和高效。

h. 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 340 份展商意见征询表，经过回收统计，有效填写的表格为 272 份，基本情况如下：

1. 62.1%展商对于现场订单感到满意，26.2%表示一般，仅 5.5%表示不满意；
2. 77.5%展商对于观众质量感到满意，18.2%表示一般，仅 4.3%表示不满意；
3. 69.2%展商对于通过本届展会建议新业务感到满意，26.3%表示一般，仅 4.1%表示不满意；
4. 72.7%展商对于通过本届展会推广公司产品感到满意，23.5%表示一般，仅 1.5%表示不满意；
5. 77.9%展商对于通过本届展会提高企业知名度感到满意，20.3%表示一般，仅 0.4%表示不满意；
6. 83.4%展商对于主办单位服务感到满意，12.9%表示一般，仅 3.7%表示不满意；

7. 在回答是否会参与“第十四届中国国际花卉园艺展览会”（北京展）时，38.4%的展商明确表示会参加，20.36%的展商还在考虑中，仅有0.77%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400份观众意见征询表，其中共回收了388有效填写表格，经过汇总分析，结果如下：

1. 99.74%的观众对达到展会的目的表示满意；
2. 99.3%的观众对展会组织工作表示满意；
3. 99.7%的观众对参展商层次表示满意；
4. 99.5%的观众对于展会规模表示满意；
5. 99.4%的观众对于现场服务表示满意；
6. 99%的观众对于展前宣传表示满意；
7. 77.5%表示今后如果有机会会来参展；
8. 94.5%表示今后如果有机会会来参观；
9. 97%的观众表示将把这个展会推荐给其他人。

#### **观众分析：**

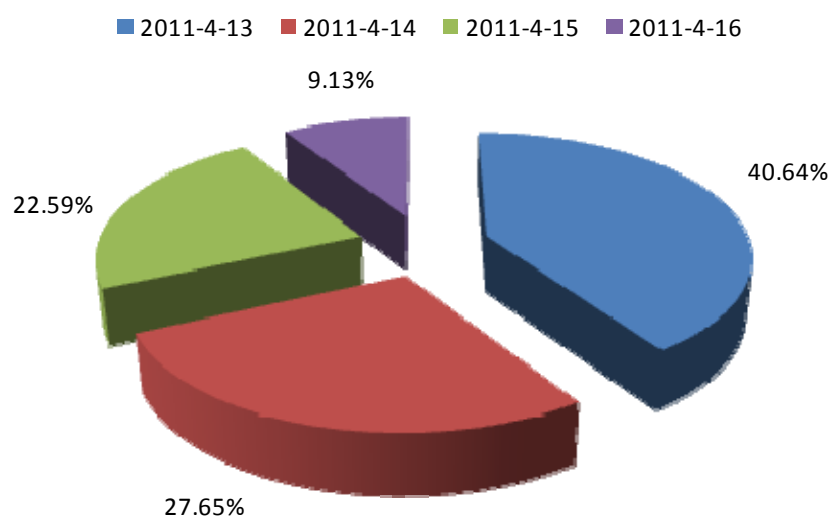
本次展会共有参观观众14859人。经第三方展览系统的观众信息整理，包括整补邮编及电话整理、无效数据筛选整理（包括重复的、信息填写不详、字迹不清楚、潦草的）、国外观众甄别等数据处理后得到有效数据13741。其中国内观众13313人（来自31个省市344个城市）、海外观众391人（来自41个国家和地区，含港台地区）条。

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，

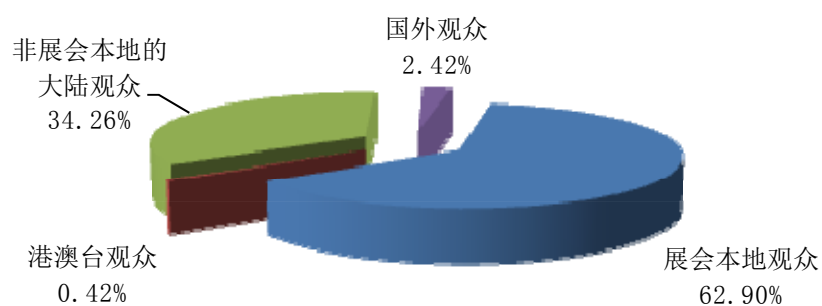
我们发现 4 天的展会观众分布如下：

展会日期	到达总人次	参观总人数	新到人数	新到比例
2011-4-13	10114	6038	6038	100.00%
2011-4-14	7302	4108	3223	78.46%
2011-4-15	6288	3357	2706	80.61%
2011-4-16	2545	1356	934	68.88%
总计	<b>26249</b>	<b>14859</b>	<b>12901</b>	<b>86.82%</b>

各日观众人数到达比例图：



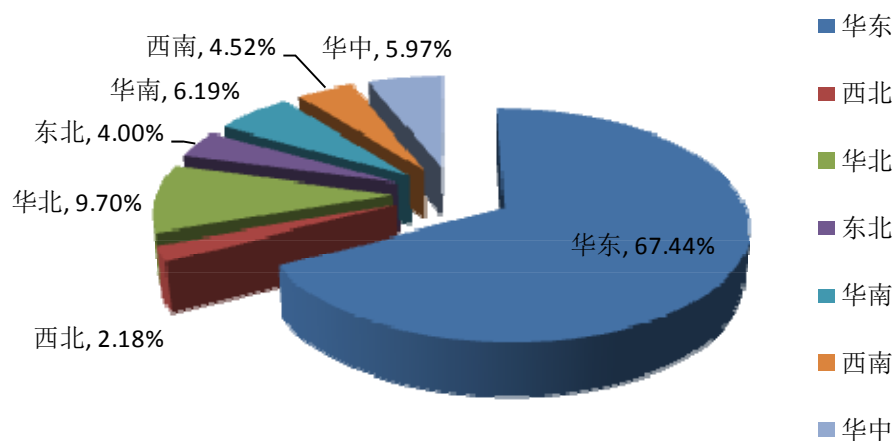
观众类别分析：



### 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 62.9% 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 67.44%，其他区域分别为：西南 4.52%，华北 9.7%，西北 2.18%，华南 6.19%，东北 4%，华中 5.97%。



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	106	2.27%
	黑龙江	53	1.13%
	吉林	28	0.60%
	<b>小计</b>	<b>187</b>	<b>4.00%</b>
华北	北京	257	5.51%
	天津	70	1.50%
	河北	65	1.39%
	山西	37	0.79%
	内蒙古	24	0.51%
	<b>小计</b>	<b>453</b>	<b>9.70%</b>
华东	江苏	1291	27.65%
	浙江	1083	23.20%
	山东	366	7.84%
	安徽	235	5.03%
	福建	115	2.46%
	江西	59	1.26%
	<b>小计</b>	<b>3149</b>	<b>67.44%</b>
华南	广东	251	5.38%
	海南	28	0.60%

	广西	10	0.21%
	<b>小计</b>	<b>289</b>	<b>6.19%</b>
华中	河南	161	3.44%
	湖北	64	1.37%
	湖南	54	1.16%
	<b>小计</b>	<b>279</b>	<b>5.97%</b>
西北	陕西	49	1.04%
	甘肃	20	0.43%
	新疆	15	0.32%
	宁夏	12	0.26%
	青海	6	0.13%
	<b>小计</b>	<b>102</b>	<b>2.18%</b>
西南	四川	94	2.02%
	云南	66	1.41%
	重庆	34	0.73%
	贵州	15	0.32%
	西藏	2	0.04%
	<b>小计</b>	<b>211</b>	<b>4.52%</b>
<b>总计</b>		<b>4670</b>	<b>100.00%</b>

### 海外（含港澳台）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	27	6.91%	
	加拿大	5	1.28%	
	<b>小计</b>	<b>32</b>	<b>8.19%</b>	<b>2</b>
大洋洲				
	澳大利亚	3	0.77%	
	<b>小计</b>	<b>3</b>	<b>0.77%</b>	<b>1</b>
非洲				
	博茨瓦纳	2	0.51%	
	阿尔及利亚	1	0.26%	
	<b>小计</b>	<b>3</b>	<b>0.77%</b>	<b>2</b>
南美洲				
	巴西	3	0.77%	
	智利	1	0.26%	
	墨西哥	1	0.26%	
	<b>小计</b>	<b>5</b>	<b>1.29%</b>	<b>3</b>
欧洲				
	俄罗斯	33	8.44%	
	荷兰	27	6.91%	
	乌克兰	11	2.81%	
	丹麦	6	1.53%	
	德国	6	1.53%	
	土耳其	5	1.28%	
	瑞士	2	0.51%	
	英国	2	0.51%	
	瑞典	2	0.51%	
	意大利	2	0.51%	
	爱尔兰	1	0.26%	
	西班牙	1	0.26%	

	芬兰	1	0.26%	
	法国	1	0.26%	
	<b>小计</b>	<b>100</b>	<b>25.58%</b>	<b>14</b>
<b>亚洲</b>				
	韩国	74	18.93%	
	日本	59	15.09%	
	印度	11	2.81%	
	以色列	9	2.30%	
	印度尼西亚	9	2.30%	
	马来西亚	5	1.28%	
	泰国	5	1.28%	
	新加坡	4	1.02%	
	越南	3	0.77%	
	沙特阿拉伯	3	0.77%	
	文莱	2	0.51%	
	叙利亚	2	0.51%	
	科威特	1	0.26%	
	阿联酋	1	0.26%	
	乌兹别克斯坦	1	0.26%	
	伊朗	1	0.26%	
	<b>小计</b>	<b>190</b>	<b>48.61%</b>	<b>16</b>
<b>港澳台地区</b>				
	中国台湾	45	11.51%	
	中国香港	11	2.81%	
	中国澳门	2	0.51%	
	<b>小计</b>	<b>58</b>	<b>14.83%</b>	<b>3</b>
<b>总计</b>		<b>391</b>	<b>100.00%</b>	<b>41</b>

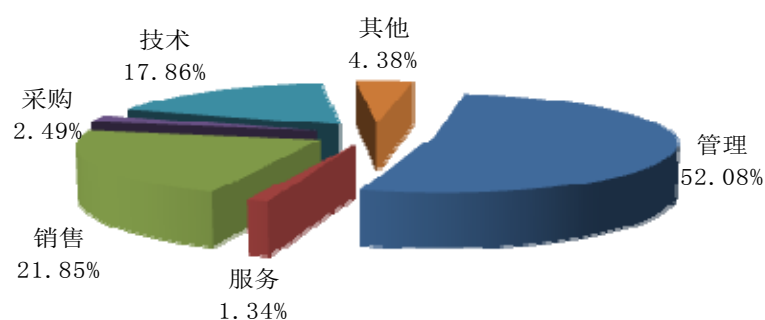
### 观众职务、部门规范化处理统计：

为了统计和方便管理，我们对出现 4 次以上的观众职位或部门信息进行规范化处理和统计，出现次数超过 50 以上的职位统计表归类方法如下：

名片职务/部门	出现次数	规范部门	规范职务
经理	1002	管理	部门管理
总经理	652	管理	决策者
学生	649		
副总经理	217	管理	决策者
销售	174	销售	专业员工
销售经理	172	销售	部门管理
教师	141	技术	专业员工
销售部	124	销售	
市场部	111	销售	
董事长	102	管理	决策者
设计师	83	技术	专业员工
生产部	81	技术	
采购	79	采购	专业员工
业务员	74	销售	专业员工

技术员	73	技术	专业员工
业务	72	销售	专业员工
主任	72	管理	决策者
职员	69	其他	专业员工
工程师	69	技术	专业员工
业务经理	68	管理	部门管理
行政	66	管理	专业员工
主管	60	管理	部门管理
工程部	59	技术	
采购部	58	采购	
花艺师	58	技术	专业员工
办公室	57	管理	
设计部	55	技术	

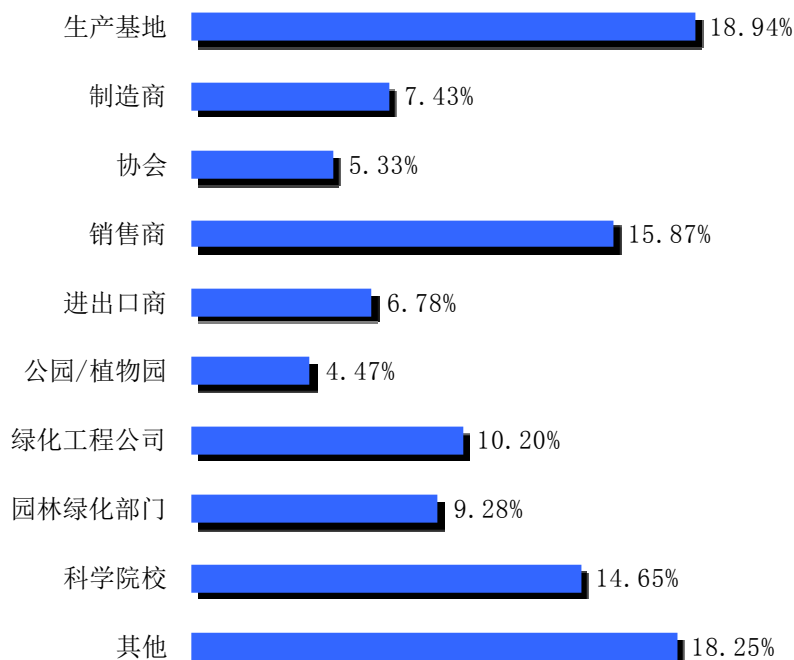
了解来源最多的观众职位和部门列表，对明确观众组成情况、为下届招展做数据准备是非常有用的。



## 按照观众部门分类统计：

依据规范的数据，我们得到了观众部门分类比例图：

### 调查问题 1、您的单位性质：

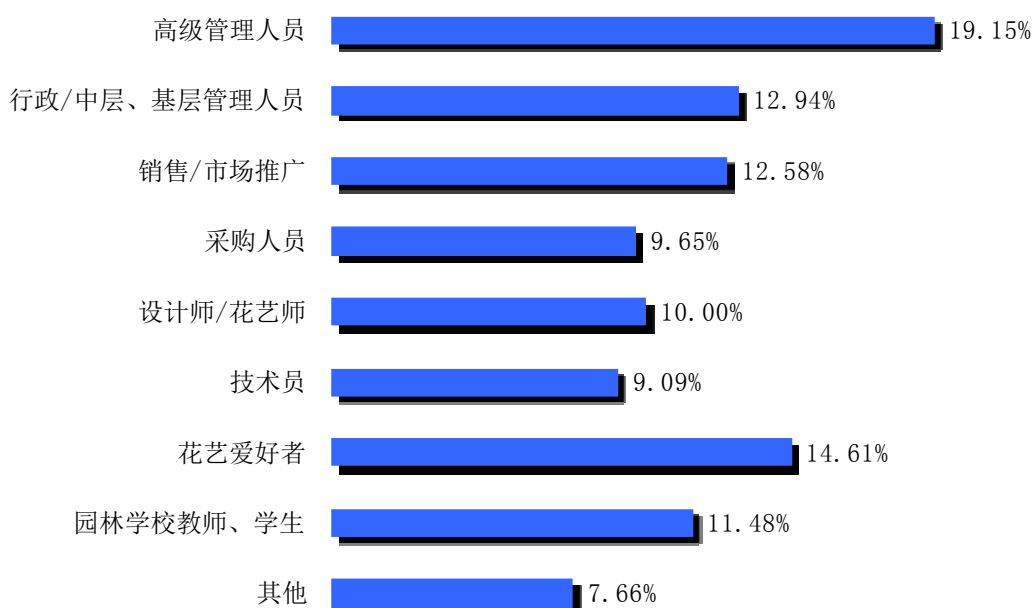


具体数据如下：

选项	数量	百分比
生产基地	2135	18.94%
制造商	838	7.43%
协会	601	5.33%
销售商	1789	15.87%
进出口商	764	6.78%
公园/植物园	504	4.47%
绿化工程公司	1150	10.20%
园林绿化部门	1046	9.28%
科学院校	1651	14.65%
其他	2057	18.25%
总计	12535	111.20%

- 有效登记表总数 11360，其中 11273 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？

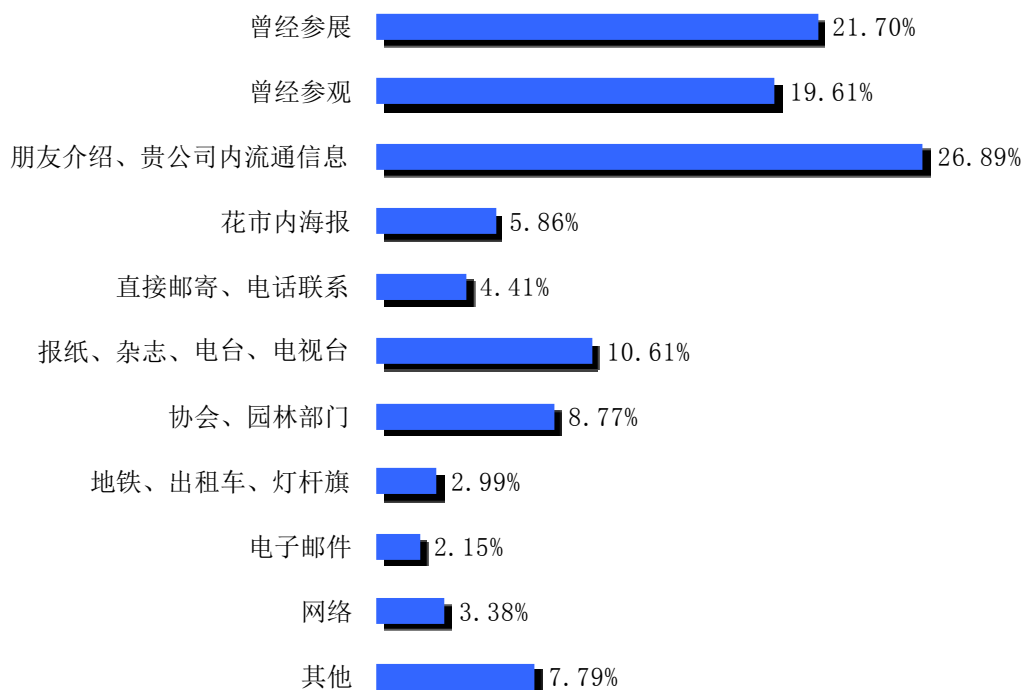


具体数据如下：

选项	数量	比例
高级管理人员	2079	19.15%
行政/中层、基层管理人员	1405	12.94%
销售/市场推广	1366	12.58%
采购人员	1047	9.65%
设计师/花艺师	1086	10.00%
技术员	987	9.09%
花艺爱好者	1586	14.61%
园林学校教师、学生	1246	11.48%
其他	832	7.66%
<b>总计</b>	<b>11634</b>	<b>107.16%</b>

- 有效登记表总数 11360，其中 10855 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 3. 通过何种途径得知本届展会：

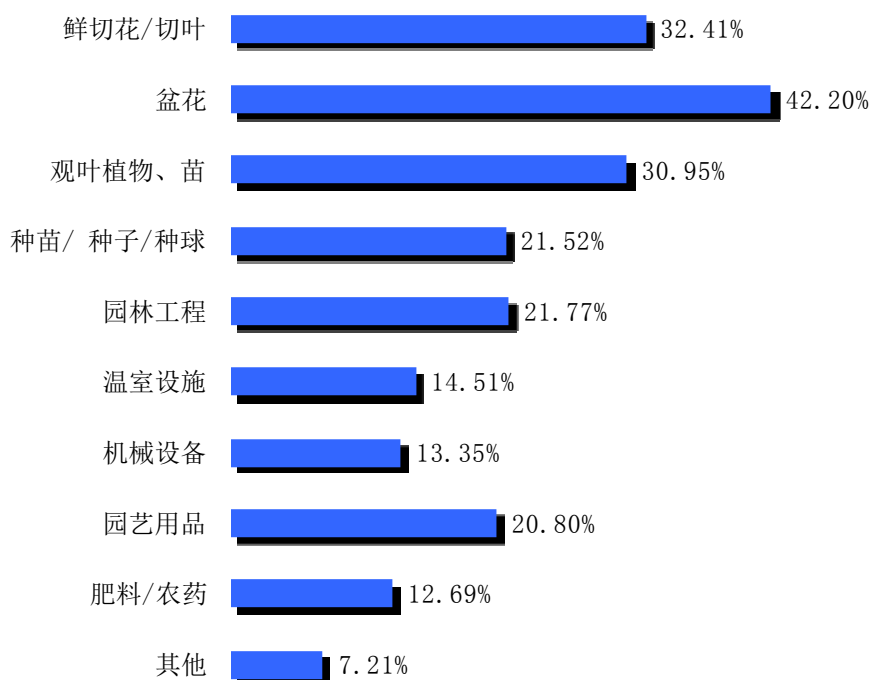


具体数据如下：

选项	数量	比例
曾经参展	2298	21.70%
曾经参观	2076	19.61%
朋友介绍、贵公司内流通信息	2847	26.89%
花市内海报	621	5.86%
直接邮寄、电话联系	467	4.41%
报纸、杂志、电台、电视台	1123	10.61%
协会、园林部门	929	8.77%
地铁、出租车、灯杆旗	317	2.99%
电子邮件	228	2.15%
网络	358	3.38%
其他	825	7.79%
<b>总计</b>	<b>12089</b>	<b>114.16%</b>

- 有效登记表总数 11360，其中 10589 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？

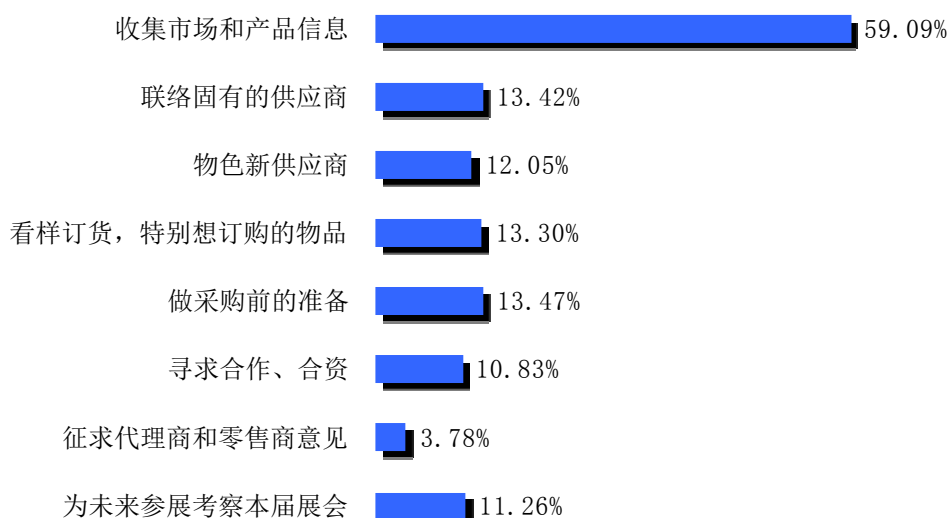


具体数据如下：

选项	数量	比例
鲜切花/切叶	3477	32.41%
盆花	4527	42.20%
观叶植物、苗	3320	30.95%
种苗/ 种子/种球	2308	21.52%
园林工程	2335	21.77%
温室设施	1556	14.51%
机械设备	1432	13.35%
园艺用品	2231	20.80%
肥料/农药	1361	12.69%
其他	773	7.21%
<b>总计</b>	<b>23320</b>	<b>217.41%</b>

- 有效登记表总数 11360，其中 10727 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 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	5785	59.09%
联络固有的供应商	1314	13.42%
物色新供应商	1180	12.05%
看样订货, 特别想订购的物品	1302	13.30%
做采购前的准备	1319	13.47%
寻求合作、合资	1060	10.83%
征求代理商和零售商意见	370	3.78%
为未来参展考察本届展会	1102	11.26%
总计	13432	137.20%

- 有效登记表总数 11360, 其中 9790 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%。

以上是我们在对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能够更好地筹备下届展会, 衷心祝愿您生意兴隆, 万事如意, 2013 年 4 月上海花展我们不见不散!

上海国际展览中心有限公司

项目负责 崔琳

二〇一一年五月十六日



第十三届中国国际花卉园艺展览会

The 13<sup>th</sup> Hortiflorexpo China

2011年4月13-16日 上海国际展览中心

## 需求和建议

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	

请传真到 **021-62780038** 或发送邮件到 **intexcl@sh163.net**