

福州花店业市场营销状况调研

牛 炜¹, 潘东明¹, 苏明华², 潘腾飞¹

(1. 福建农林大学 园艺学院, 福建 福州 350002; 2. 福建省亚热带植物研究所, 福建 厦门 361009)

摘 要:以福州市花店行业为研究对象,以市场营销学为理论基础,运用分层抽样法、访问法、结构分析法、比较分析法等市场调研方法,对福州花店的消费者特点、花店营销现状进行了调查分析,并提出了相应的建议,以期对福州花店业的发展有所帮助,为相关科研人员以及从业人员提供参考。

关键词:福州;花店;市场调研

中图分类号:S 68;F 316.23 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2011)17-0218-03

从 20 世纪 80 年代花店在中国兴起至今,中国的花店业不断发展壮大,虽然行业规模增加迅速,但却仍旧不成熟,与国际水平相差甚远。该研究对福州花店业市场营销状况进行调查分析,希望能够为中国花店业的发展提供一定的参考,以期帮助福州以及中国花店业探索出一条健康长远的发展道路。

福州是福建省省会,是离台湾省最近的省会中心城市,也是中国市场化程度和对外开放度较高的地区之一,先后设立台商投资区、海峡两岸(福州)农业合作试验区等一批国家级台商投资产业基地,是台商在大陆投资的主要区域之一。福州人均全年可支配收入 20 289 元^[3],综合来说,福州的花店业具有良好的经济环境。

1 方法与内容

1.1 调查和分析方法

以福州市花店行业为研究对象,以市场营销学为理论基础。采用分层抽样法、访问法和观察法、结构分析法、对比分析法等^[4]调查研究福州花店的现状。

1.1.1 分层抽样法 根据人口数和商业密集度,把福州市区分成 4 个部分:鼓楼区、台江区、仓山区、马尾区和晋安区,分别对各区的店进行随机抽样,以保证样本具有广泛的代表性。

1.1.2 访问法和观察法 在对消费者进行调查时,采用对进店消费者进行访问法和观察法相结合,以便更真实、详细的了解到顾客的消费特征。

1.1.3 结构分析法 在各调查项目中,通过统计各组

成部分所占的比重,分析各项目的构成特征,最终得到总体的构成特征。

1.1.4 对比分析法 对不同职业、不同年龄、不同性别的消费者的消费行为及不同规模花店的管理、经营模式进行比较分析。

1.2 调查内容

消费者行为特征:包括消费者的性别、年龄、职业、消费金额、购买内容、购买地点、消费目的等。花店的营销模式:包括花店的经营范围、品牌决策、进货渠道、广告宣传、员工的组织管理等。

2 结果与分析

2.1 消费者行为特征

通过调查发现,福州市花店的消费者以女性为主,消费者的年龄以 30~40 岁居多,也有一些中小学生会母亲节、妇女节等节日时购买 50 元以内的花束送给母亲,还有一些学历较高的退休女性会有购买切花的习惯。花店消费者通常都是具有一定经济基础的人群,以私营业主和企事业单位工作人员为主(表 1)。

为了使调查结果对花店销售更有指导性,将调查对象按性别这一最直观便利的指标进行了分类对比研究(表 2)。结果发现男性和女性的消费特点有明显差别。女性消费者主要是为了家庭装饰而购买切花,一般都是 10~30 元的散装切花,有些也会出于方便打理而购买仿真花。女性送人时购买花束的金额也是在百元以内居多。调查中,出现了极少数的女性会定期(1~2 周)购买高档切花做家居装饰,她们都是固定去一家大型高档花店消费金额多数在 300 元以上,年龄一般在 30 岁左右,都是私企老板的全职太太。男性消费者则多是为了送人而购买,一般都是送给恋人或妻子,购买时会选择漂亮的花束,价钱集中在 81~160 元之间,但也有极少数的一些男性会为美化家居而购花。总之,女性消费者数量大人均消费额相对较低,男性消费者是数量相对较少但人均消费额大。

对消费者会选择怎样花店的调查得知,首次购买

第一作者简介:牛炜(1986-),女,在读硕士,现主要从事花卉采后研究工作。E-mail:niuwei1205@gmail.com。

责任作者:潘东明(1956-),男,教授,博士生导师,现主要从事园艺植物生理生化研究工作。E-mail:pdm666@126.com。

基金项目:国家科技支撑计划资助项目(2007BAD07B01)。

收稿日期:2011-06-10

时,50%的消费者是选择距出发地或目的地最近的花店;48%的消费者会选择花店集中的区域,可以有更多的选择;2%的消费者是途中看到花店,一时兴起而购买切花的。在重复购买时,若首次消费满意的话,84%的消费者会选择同一家店,剩下的16%表示无所谓,只会选择方便的地方。根据购花的用途不同,大家选择的标准也不一样,为送人而购买时80%的消费者会把

花束或花篮制作得是否漂亮放在首位,20%的消费者把价格放首位;家庭使用的话,64%的消费者最关注鲜花的品质,46%的消费者最在意价格。

表 1 不同性别、年龄、职业消费者所占百分比 %

性别		年龄			职业		
男	女	20~30岁	31~40岁	其它	私营业主	企事业单位员工	其它
36	64	26	50	24	43	46	11

表 2 性别与消费特征交叉行组百分比 %

性别/%	购买内容				购买价格/元				购买用途	
	散装切花	花束	花篮	仿真花	15~40	41~80	81~160	其它	送人	家庭使用
男	4	76	20	0	8	12	60	20	88	12
女	54	30	10	6	42	40	8	10	30	70

2.2 花店营销模式

通过该调查发现,福州花店的营销模式大体较一致,并从经营范围、进货渠道、品牌策划、广告宣传、员工的组织管理等方面进行了总结。

经营范围:60%的花店经营鲜花及仿真花零售、婚礼及会展布置、花艺培训等综合业务;4%的花店除了前面3种业务外,还提供鲜花批发服务及室内软装;26%的花店经营鲜花和仿真花零售;6%的花店只经营鲜花零售;2%的花店专营仿真花;2%的花店只提供室内软装,与房地产公司合作。

进货渠道:70%的花店都是从昆明广州批发切花,其中有6%的花店有自己的花房,但只种植康乃馨、扶郎等普通、用量大的鲜花,其它种类的切花也都是来自昆明、广州;30%的花店是从当地大型花店或花卉市场进花,这些花店都是小型花店,一般都是只经营鲜花零售。

品牌策划:所有接受调查的花店,自身都没有明确的品牌定位,只是比较大型的花店是随着自身的发展,逐渐形成了自己的客户群体,这些固定的客户是这些花店是消费主体,保证了在节假日以外的销售淡季时花店的营业额。而小型花店,因为没有品牌定位,盲目采取营销策略,导致营业额浮动很大,旺季时每天销售额达到万元,淡季时可能全天不开张。

广告宣传:在所有接受调查的花店中,有广告宣传的花店只有4%,也只是采取网络广告单一形式。

员工的组织管理:调查中,只有6%的花店老板持有国家颁发的职业资格证书(花艺师),其他花店的老板都是通过私人创办的花艺学校学习的花艺制作。所有花店,招聘员工时没有硬性的学历、工作经历要求,员工都是从在店里做学徒开始。不同的是,对员工的要求。在小型花店,可能员工在店里学习几周就可以动手为顾客制作简单的花束。大型的花店,根据员工的素质至少要求员工学习半年才能参与花艺制作。也有极少数的大型高档的花店,甚至要对员工进行1~2a的花艺培训才允许上岗,并且建立了一套员工评判体系,还会对员工进行艺术培训,此类花店在行业中处于领头地位。

3 讨论与建议

通过调查可以发现,当地的切花消费者都具有一定的经济基础,多数消费者都不在乎价格,消费也不固定,也没有理性的消费观念,这不仅说明他们有购买能力,而且还显示出他们有很大的潜在购买力可以挖掘。这就需要市场的引导,需要花店采取正确的营销模式吸引消费者。但福州的花店业市场还不成熟,多数花店都没有意识到营销的重要性,更不用说正确的营销模式。通过此次调查研究,针对发现的问题提出了以下建议。

3.1 有的放矢,稳定客户源

确定自己的核心消费群体,针对其特点提供相应的服务,抓住这部分消费者,最终实现核心带动周边。不同群体的需求不同,一般花店很难做得面面俱到,所以有的放矢更吸引抓住顾客。

3.2 细分市场,提高服务质量

调查发现很多花店的规模都不大,但还有模仿大型花店经营综合业务,由于经济能力有限,每项做得都不突出,而且又没有较高知名度,很难吸引顾客,导致有些业务形同虚设。

3.3 提高包装设计及花艺制作水平

包装设计及花艺制作水平的好坏直接影响到消费者的首次购买欲。花店可以设计一些新颖独特的包装,作为自己的特色。花艺制作的提高依赖花店员工的素质,调查发现越大型的花店对员工的要求越高,培训周期也越长,培训的项目也越多,还会定期培训考核并提供进修的机会,而小型花店的员工甚至可能学1~2周就允许上岗,直接的结果就是小型花店提供的花艺商品质量差,顾客重复购买少。

3.4 推广普及切花相关的知识,以提高消费需求

花店可以在店里做一些推广图片,向消费者宣传鲜花的一些独特功效,对人的心情理疗作用,以及在做家居装饰中切花的独特艺术效果效果。让消费者了解鲜切花,感到无论送人还是家居使用,切花都是很好的选择,对切花的需求自然也会增加。

3.5 延长花卉保鲜期

很多消费者都是因为切花保鲜时间短,要经常更换而不愿购买切花。花店可以搜集一些保鲜方法,传

豫北花市调查与花卉医院前景分析

刘起丽¹, 韩会娟², 段长勇³, 赵凤义⁴, 张建新⁵

(1. 河南科技学院 资源与环境学院 植物保护系, 河南 新乡 453003; 2. 河南科技学院 化学化工学院, 河南 新乡 453003;
3. 新乡市农业局, 河南 新乡 453003; 4. 新乡市夏荷公园, 河南 新乡 453003; 5. 河南师范大学 生命科学学院, 河南 新乡 453007)

摘要:为研究豫北地区花市运营概况,以豫北核心城市新乡为例,调查了目前新乡花卉市场的分布、规模、经营的品种及花卉市场发展中存在的问题;调查鉴定了常见花卉病虫害的种类及分布和防治现状,分析了花卉医院依托的硬件、软件和面向的服务对象,展望了花卉医院的开办前景。

关键词:豫北花市;花卉医院;调查

中图分类号:F 326.1 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2011)17-0220-03

花卉业是世界各国农业中唯一不受农产品配额限制的产业,被誉为“朝阳产业”。近 10 年来,世界花卉业以每年平均 10% 以上的速度增长,是世界上最具有活力的产业之一^[1-4]。新乡市位于河南省北部,紧邻省会郑州,是中原城市群及“十字”核心区重要城市之一。随着人们消费习惯、消费观念的转变,花卉也逐步在走

进人们的生活,为了解新乡市花卉医院开办前景,现对花卉市场现状及花卉商品的病虫害防控情况进行调研。

1 新乡市花卉市场的现状

1.1 花卉市场的分布

目前新乡市成型的花卉市场主要分布在五一路花卉市场、胜利桥桥头流动花鸟市场、西干道黄岗小花市(花、鸟、鱼、虫都有)、金港花卉广场(新飞大道与向阳路交叉口处,北临客运东站。总面积超 60 000 m² 的一站式购物广场)、花卉礼品城(市中心文化路和南干道交叉口东南角)。此外,个体经营的花店主要集中在中心城区、医院、学校附近和成熟的居民社区,营业面积一般 15 m² 左右,花店从业人员一般 2~3 人,以女性居多。

在长垣县、获嘉县也形成了规模较大的花卉种植基地及交易市场。如获嘉县史庄镇陈庄村,种植花卉

第一作者简介:刘起丽(1979-),女,河南新乡人,在读博士,讲师,现主要从事花卉病虫害综合治理研究工作。E-mail:liuqili2002@163.com。

责任作者:张建新(1974-),男,山东德州人,博士,副教授,现主要从事植物病害防治方面研究工作。

基金项目:河南省社科联调研资助项目(SK1-2011-3378);河南省教育厅科技攻关资助项目(200761004)。

收稿日期:2011-05-27

授给消费者,同时关注这方面的科研进展,采取一些先进的有效的保鲜方式。有条件的花店,可以与科研机构合作,开发一些实用的保鲜方法。

此外,花店可以适当采取海报、单页等广告宣传方式,提高知名度,以利吸引消费者。这种方式花钱少,效果直接^[5]。

参考文献

[1] 万晓. 市场营销[M]. 北京:清华大学出版社,北京交通大学出版

社,2007.

[2] 景奉杰,曾伏娥. 市场营销调研[M]. 2 版. 北京:高等教育出版社,2009.

[3] 福建省统计局,国家统计局福建调查总队. 福建统计年鉴 2010 [M]. 北京:中国统计出版社,2010:180.

[4] 孟雪玲. 北京市草莓鲜果消费模式的初步研究[J]. 中国农学通报, 2010,26(12):354-357.

[5] 丁华. 中小速冻食品企业增加市场份额的方法[J]. 食品工业科技, 2011(1):28-29.

Marketing Research of Florist Industry in Fuzhou

NIU Wei¹, PAN Dong-ming¹, SU Ming-hua², PAN Teng-fei¹

(1. College of Horticulture, Fujian Agricultural and Forestry University, Fuzhou, Fujian 350002; 2. Fujian Institute of Subtropical Plants, Xiamen, Fujian 361009)

Abstract: Using layering sampling, interviewing method, structural analysis method and comparative analysis method and so on, the author has studied on the consumptive characteristics and marketing situation of the florists in Fuzhou. And then, the author has supplied some corresponding suggestions, hoping that these can help the florists to develop, and can also provide reference to the related people.

Key words: Fuzhou; florists; marketing research