

我国蝴蝶兰产业发展现状及对策研究

杜 君, 王利民, 孟月娥, 符真珠

(河南省农业科学院 园艺研究所, 河南 郑州 450002)

摘 要:随着我国经济的发展和人民生活水平的提高,蝴蝶兰产业已在我国花卉产业中异军突起。现针对蝴蝶兰的文化遗产及其市场需求,详细分析了我国蝴蝶兰主产区的区位优势、气候优势和政策优势以及我国蝴蝶兰产业生产、销售和研发等发展现状。同时,针对我国蝴蝶兰产业在品种、种苗来源、栽培技术等方面存在的问题,提出了相应的发展对策。

关键词:蝴蝶兰;产业现状;发展对策

中图分类号:S 682.31(2) **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2015)09-0172-04

20 世纪 80 年代初,中国花卉产业伴随着改革开放悄然兴起。经过 30 多年的发展,花卉产业已成为我国国民经济发展的一个新兴产业^[1-2]。被誉为“兰中皇后”^[3-7]的蝴蝶兰逐渐进入人们的视野,因其花型奇特、花色艳丽、花期较长,深受消费者青睐,继而形成了蝴蝶兰产业^[8]。又因其独具特色、科技含量高且具有很高的经济效益而被业内人士称为“农业中的 IT 产业”。特别是经过近几年的发展,我国由蝴蝶兰输入国变为生产输出大国,从最北新疆、内蒙古到最南端的海南岛都有蝴蝶兰生产基地^[9-10]。目前,我国的蝴蝶兰产业正走向快速、标准化、规模化发展态势,发展前景可观,但如何继续开发新的品种和开拓新的市场,使蝴蝶兰产业能健康、稳定、协调地发展,是国内业内同行共同的任务和奋斗目标。

1 蝴蝶兰的消费定位与市场需求

1.1 蝴蝶兰的消费定位

蝴蝶兰原产于我国台湾及东南亚一些国家,20 多年来台湾蝴蝶兰产业迅速发展,已成为国际蝴蝶兰市场的龙头,其蝴蝶兰主要销往欧美国家^[11-13]。在欧美国家和台湾地区,蝴蝶兰的消费主要是针对日常家居盆花和婚礼用花等。不同地区盆花消费和婚礼用花的方式和习俗不同,家居消费盆花色系、株型等变化较多,婚礼用花基本以纯色为主,而少用杂色。其中,婚礼盛行用蝴蝶兰作为主要用花种类,花色以白色为主,用于装饰婚礼现场、花车、胸花和捧花等。而我国大陆日常家居盆花

消费量比较小,种类和品种比较杂,婚礼用花则主要是月季,颜色以红色为主。而蝴蝶兰的消费也主要用作礼品花,红色花占市场消费量的 80% 以上,而且还主要针对年宵花。

1.2 蝴蝶兰的产量与销售状况

台湾地区蝴蝶兰的栽培较早,处于世界领先地位,而我国大陆种植较晚,主要是由台商引进和经营,近几年来发展较快,市场空间广阔。我国蝴蝶兰的生产和销售主要针对年宵花,据《中国花卉报》报道,我国大陆 2011 年年宵花上市产量达 1 800 万株,2012 年达 2 700 万株,而 2013 年则达到 3 000 万株。

据花卉世界网 2011 年消息,蝴蝶兰年销量为美国 2 000 万株、日本 1 800 万株,而有 13 亿人口的中国年销量仅约 4 000 万株。蝴蝶兰在国内的人均消费量远远落后于发达国家,但随着国内经济的增长和人民生活水平的提高,蝴蝶兰还是有很大的发展前景。根据我国目前的消费量和消费水平估算,蝴蝶兰的消费潜力还有 60%~70% 的空间可供挖掘。

2 我国蝴蝶兰产业的发展现状

2.1 我国蝴蝶兰产业总体水平显著提升

蝴蝶兰产业具有现代化农业的显著特征,受到各级政府资金、土地和设备等方面的大力支持和配合。2004—2005 年,我国蝴蝶兰产业经过第一次产业调整,向专业化、区域化和规模化方向发展^[14]。由于受 2007—2009 年环球金融危机的影响,并随着国际上荷兰等国家蝴蝶兰产业的调整,我国蝴蝶兰产业经过了又一次调整,加快区域化布局是其调整的重要内容。目前我国蝴蝶兰的生产范围已相当广泛,从南到北,从东到西,以经济强省为主,以发达城市为依托,蝴蝶兰产业在国内得到了迅速发展。各产业区域均充分利用其产业优

第一作者简介:杜君(1978-),男,河南周口人,博士,助理研究员,现主要从事园林花卉等研究工作。E-mail:dujun0520@163.com.

基金项目:河南省财政支持农业科技创新资助项目(2012391)。

收稿日期:2015-02-11

势,比如区位优势、气候优势和当地政府的政策优势等,不断扩大规模,提高了种苗和成品花的产量和质量,从而不断提高蝴蝶兰的综合产值,促进了我国蝴蝶兰产业的稳健发展。

2.2 我国蝴蝶兰的品种状况

衡量蝴蝶兰品质的高低,过去仅从花朵数量和大小去判别,如今则提出了更高的要求,比如花瓣的厚度、叶片的排序、根系的生长状况等方面。这就要求蝴蝶兰品种要不断更新、丰富。随着蝴蝶兰产业的不断发展,蝴蝶兰的主流品种也在悄然发生着变化,该研究列举出我国蝴蝶兰市场当前最流行的一些品种,仅供参考。

大型红花向来是蝴蝶兰的主要品种,目前国内市场上的红花占有率在 80% 以上,主流品种仍是一些经典的老品种,如“巨宝红玫瑰”、“火鸟”、“红龙”等。“V31”曾是市场上供应量最多的品种,目前由于利润空间逐步缩小,开始退出主流市场。近年兴起的红花品种有“红太阳”、“火凤凰”、“阿里山姑娘”、“大辣椒”、“内山姑娘”和“光芒四射”等品种。

蝴蝶兰白花品种在国内市场的占有率较低,主流品种包括大型白花品种“V3”,白花红心品种“雪中红”,中小白花品种“阳光彩绘”、“小家碧玉”、“台湾阿嬷”。其中,中小白花品种的消费群体多为城市上班族。另外,还有“白雪公主”、“快乐天使”、“都市女孩”、“春季天使”、“春姑娘”、“西部美人”等品种。

目前国内市场上的黄花品种约占 10%,而黄花品系有 90% 以上为“富乐夕阳”、“昌新皇后”和“兄弟女孩”。另外,市场上还有“Anthura Gold”、“万花筒”、“宇宙之辉”、“黄色劳伦斯”、“梦幻兄弟”、“幻想曲”等品种。

其它特殊品种主要有“红宝石”、“西部春天”、“兰花世界”、“永春国王”、“国色天香”、“白天鹅”、“兄弟之辉”、“爱莉莎”、“香妃”、“香帝”、“花花公子”、“台北黄金”等品种。

2.3 “会议停摆”对我国蝴蝶兰产业市场的影响现状

我国市场花卉消费的一大特点是节日消费,尤以蝴蝶兰为甚,造成这种需求节日化局面的主要原因不是消费文化,而是购买力。目前蝴蝶兰在发达国家已成为上流社会的日用品,其生产消费模式是常年催花、常年消费,而我国,蝴蝶兰还主要是一种高档年销礼品花卉。2012 年底,中央关于改进工作作风的“八项规定”发布后,政府部门开会不摆花成为一种新会风,因“会议停摆”规定,2012 年底以来全国各大中城市花卉消费锐减,当然更冲击着以元宵礼品、集团消费为主的蝴蝶兰市场。

蝴蝶兰本应是大众消费品,但由于多年来公款消费出手阔绰、集团购买力强劲等优势,使得众多蝴蝶兰企业青睐这一销售渠道,而对“斤斤计较”的大众消费者有

些冷眼相待。所以说,蝴蝶兰产业发展存在着“跑偏”的倾向。然而,从某种意义上说,“会议停摆”带给蝴蝶兰产业冲击也是一件好事,这能让很多企业下决心调整生产布局。一是对品种结构进行调整,既生产高档花满足“小众”消费需求,也生产中低端花卉满足“大众”消费需求。同时,多开发新品种,在保证产品质量的前提下,实施低成本、微利多销战略,生产出能让普通消费者买得起的产品。二是对生产周期进行调整,不再紧盯元宵市场,实现蝴蝶兰周年生产。

3 我国蝴蝶兰产业存在的问题

目前我国的蝴蝶兰产业还存在很多方面的问题^[15],如产业缺乏系统的组织管理,标准化程度不高;种苗市场混乱、品种参差不齐,缺乏自主知识产权的品种;花色、造型多样化程度较低;集团消费大幅下滑、销售渠道难以拓展等方面。

3.1 管理上缺乏系统的组织管理

我国蝴蝶兰产业经过近几年的迅速发展,产量急剧膨胀,众多生产企业、小户种植者以及科研院所,虽也相互交流,但都各自为营,没有对蝴蝶兰品种、种苗来源、种植技术、销售渠道等进行系统的规划和管理,以至于市场稍有波动就会出现滞销的局面。成品花品质虽也有较大的提高,但由于缺乏标准化技术的规范和指导,整体水平参差不齐,不利于产业的整体发展。

3.2 生产上盲目扩张投资导致供需严重失衡

业内人士的盲目扩产和业外人士的盲目投资是近几年蝴蝶兰产销失衡的主要原因。从 2010 年起,我国蝴蝶兰产业市场产销量逐年递增,销售价格也屡创新高。不少生产企业和小户种植者为追求利益而盲目扩产,造成产量增长过快,同时也导致产品品质下滑。更甚者,在产量急剧膨胀和集团消费急剧下滑的大背景下,目前蝴蝶兰种苗和成品花销售惨淡,价格大幅下跌。

3.3 品种上更新较慢,质量参差不齐

我国蝴蝶兰产业总体上缺乏自主知识产权的品种,而且品种更新较慢,花色、造型多样化程度较低。许多蝴蝶兰从业者为了追求一味追求利润,不顾品质盲目扩产、不进行品种测试就投产种苗、不试种就大量购苗生产成品花,在疯狂扩产的情况下,最终导致种苗品种问题层出不穷,变异率成倍提高。销量 40% 靠政府团购,80% 上市量集中在元宵,99% 的市场主流品种为红色大花系列,不难看出,国内的蝴蝶兰主流品种和应用模式颇为单一。也正因如此,在产能过剩的大背景下,才会在中央“八项规定”出台后,蝴蝶兰产业危机提前爆发、市场跌入低谷。

3.4 销售上集团消费大幅下滑,销售渠道难以拓展

集团消费突然大幅下滑,从业者们需要迅速转型,

开发家庭消费市场。近年来我国蝴蝶兰家庭消费每年约以 10% 的速度稳步增长,日常消费仍以“五一”、“十一”和元宵等重大节日市场为主,拥有高山基地或空调房,能实现日常催花的种植者更少。在开拓家庭消费时还需要在产品形态、应用推广方面努力。目前国内蝴蝶兰市场产销失衡,而外销市场也难以拓展,如在品种、品质、持续的供货能力、完善的生产规划等方面都是主要的欠缺条件,都不是国内从业者短期内可以对接上的。

4 我国蝴蝶兰产业发展建议

针对蝴蝶兰产业发展中存在的问题,现从以下几个方面提出一些发展建议或应对的措施,以促使我国蝴蝶兰产业的快速、稳健发展。

4.1 政府参与并支持,健全产业管理体系

4.1.1 成立专门的管理机构 要充分发挥政府的引导作用,综合财政、农业、林业等部门,尽快成立一个促进蝴蝶兰产业发展的专门管理机构,制订发展规划,协调各生产单位经营。明确各部门在蝴蝶兰产业发展中的职能和责任,分工协作。制定各产区发展的具体政策,强化政府对资金、技术、市场、服务等要素资源的宏观调控和管理,创造良好的发展环境。

4.1.2 努力开创政产学研互动新格局 在市场经济条件下,蝴蝶兰产业必须以企业为主体,高校和研究机构为载体,政府为介体,实现三者良性互动,互利共赢。蝴蝶兰的生产作为高新园艺产业,更应紧密依靠政府的政策指导、科研机构的技术支持、高校的人才输送。因此,只有政产学研之间的合作,才能使蝴蝶兰产业走上稳健发展的轨道。

4.1.3 生产标准化,制定技术规程 蝴蝶兰生产流程应标准化、精细化。制订蝴蝶兰标准化生产技术规程要以科研院所为技术依托,通过不断的科研创新和技术探索,逐步完善蝴蝶兰生产技术,制定出蝴蝶兰种苗繁育、商品苗生产的标准化技术规程,规范蝴蝶兰的生产与销售。

4.2 做好区域规划,调整发展战略

4.2.1 品种规划 根据蝴蝶兰的市场规律,蝴蝶兰生产企业之间的差异和竞争,主要表现由最初的栽培技术方面,到后来的产品质量的提升,而如今开始转向为品种。企业的竞争优势往往是决定于企业所拥有的品种及自身发展的规划。在同样的生产条件下,不同的品种最终呈现出不同的品质和价位。因此,对品种的规划是种苗企业的核心。

4.2.2 种植区域布局 目前,企业种苗评价工作不到位,很少能根据种苗特性进行区域推广,没能最大限度地体现种苗的适应性优势。所以要根据蝴蝶兰种苗特性,合理划分宜栽区域。同时,集聚区规划后,要引导小规模种植企业向大规模发展,使企业的竞争得到有效增强。

4.2.3 调整产业发展战略 树立行业分工协作意识,走优势互补、共同发展道路,以降低不必要的损耗;针对生产企业耗电大、栽培基质回收率低等,应大力发展循环经济,走可持续发展道路;大力推行新的成本管理办法,强化成本控制、注重市场预测和科学决策,走科学管理道路。

4.3 加强科技攻关,健全科技支撑体系

4.3.1 加强专业技术人员储备 目前从业人员的商业素质不高,充斥小农意识,做事只从自身利益出发,不考虑行业发展。蝴蝶兰企业应利用自身优势不断吸引相关的科技和管理人才,要打造一支精干高效的、爱岗敬业的集研究开发和技术推广服务为一体的人才队伍,作为产业发展的强劲支撑。

4.3.2 加大生产技术研发力度 缺乏科技支撑是目前我国蝴蝶兰产业发展中的一个致命弱点,其核心技术很大程度上依赖国外和台湾地区,因此必须千方百计地打破这种技术垄断的局面。目前我国的蝴蝶兰企业无论在品种储备、技术水平、品质控制、花期调整等方面还需要加大研发力度。

4.3.3 加大新品种研发力度 蝴蝶兰生产企业要致力于对高新奇特品种的研发,探索利用航空育种及其它生物基因育种等。并对原有品种进行深度开发,开发出不同花香型品种,以及一株多彩或多姿多彩等花型以迎合不同需求。还要注重对花朵的药用、保健方面的研究,以提高附加值。

4.4 提高种苗质量,培育自主知识产权品种

4.4.1 严格把关,提高种苗质量;企业自律,避免盲目扩繁 目前,国内做蝴蝶兰组培的企业有上百家,但种苗的品质却不稳定,主要存在变异率高、种苗成活率低、发病率高等问题。除技术因素外,还有许多组培公司为了利润而不注重品质的问题。提升蝴蝶兰种苗品质,不仅是企业的发展导向,也与整个产业发展息息相关。因此,要充分发挥行业组织或管理机构的监管作用,同时也要求企业自律,以避免价格低廉的劣质种苗流向市场,扰乱市场秩序。

4.4.2 转变主体,制定育种目标;品种测试,进行专利保护 目前育种主要依靠科研院校,要转变为有条件的大企业成为育种的主体。有研发实力的企业要与科研单位联手,整合资源,针对不同目标市场,培育出有自主知识产权的品种。由于不同区域、不同季节会影响蝴蝶兰品种的特性表现,因此种苗生产商要针对不同区域和季节,进行新品种测试,严格筛选适应性强的品种,并进行推广试验。在开发新品种的同时,还须注重品种保护权,逐步完善品种保护机制,加强对新品种的保护。

4.5 传承蝴蝶兰文化,开拓新型市场

4.5.1 开拓国际市场分散销售压力 近些年,台湾蝴蝶

兰的产量已无法满足日美的市场需求,荷兰等一些欧洲国家也纷纷到内地买苗。内地的蝴蝶兰种苗出口量已经由2004年的3500万株上升到2012年的8000万株。虽然近年来各项生产成本都在增加,但相对欧美等国家来说,我国在未来很长的一段时间内都具有优势。目前的需求还是供不应求,需求量也在增长。所以,蝴蝶兰生产企业可以持续地发展蝴蝶兰种苗生产,并以欧美为目标市场。而目前国内蝴蝶兰市场产销失衡,外销市场也难以拓展,这就要求从业者尽快调整发展思路,在品种更新、品质保障、持续的供货能力、完善的生产规划等方面逐步实现与国际市场的对接。

4.5.2 努力开拓国内新型市场 企业要转变市场销售观念,今后不再紧盯着市政及集团消费市场,而是大力开发家庭园艺市场,让蝴蝶兰回归大众。同时,应该从消费行为角度,做好市场细分,一方面生产精品,增加附加值来满足高端市场需求;另一方面,在保证产品质量的前提下,实施低成本、微利多销战略,生产出能让普通消费者买得起的产品,积极引导消费。在开拓国内新型市场中,要努力转变消费者的消费观念,即由原来年宵高档礼品花为主,转变为以大众消费为主和日常消费为主。同时不断培育出多品质、多花色、多花型的新型品种。针对日常消费市场,可考虑以下4个方向:一是酒店、咖啡厅、会所等休闲娱乐场所的用花需求;二是瞄准年轻白领的多花色、中小花型的蝴蝶兰市场,配合精致的盆器包装,并利用年轻人喜好星座的特点,进行星座蝴蝶兰营销;三是要开拓白花蝴蝶兰在婚礼和葬礼上的应用;四是其它日常生活中的应用,如乔迁、探病、谢师、访友、生日宴、客户答谢宴等。只要能体现相应的产品特色,展现文化潮流,就能开拓出日常消费市场。

5 结语

我国的蝴蝶兰产业发展,应该说已经迎来了新的发展时期。在政府的支持下,科研院校积极参与下,国内

生产企业必将取得长足发展,为我国经济和社会发展做出积极贡献。虽然“会议停摆”以及集团消费的大幅下滑冲击了蝴蝶兰产业,但要以此为契机,痛下决心进行生产布局的调整,包括对品种结构、生产周期和消费渠道的调整。现在我国的蝴蝶兰产业其实才刚起步,市场潜力只被挖掘了一小部分,从我国居民的消费水平及经济发展势头来看,蝴蝶兰产业还有很大的发展空间。因此,蝴蝶兰从业者要在低谷中调整思路,在调整中抓住机遇,大力发展蝴蝶兰产业,造福于人民,努力使祖国大地上遍地“蝴蝶飞舞”!

参考文献

- [1] 刘艳军,杨静慧,李建科,等. 中国花卉业发展现状及方向[J]. 天津农林科技,2003(3):36-39.
- [2] 姚莲芳,王森. 我国花卉业产业化现状与发展对策[J]. 北方园艺,2005(2):4-6.
- [3] 黄泽华. 洋花皇后蝴蝶兰[J]. 兰花新谱,2001(1):86.
- [4] 刘青林,马伟,郑玉梅. 花卉组织培养[M]. 北京:中国农业出版社,2003:104-131.
- [5] 陈宇勤. 洋兰欣赏与栽培图说[M]. 北京:金盾出版社,2004:140.
- [6] 刘晓荣,王碧青,朱根发,等. 影响蝴蝶兰生长发育的环境因子及花期调控研究进展[J]. 西北农业学报,2005,14(4):81-85.
- [7] 魏琪,李凤兰,胡国富,等. 蝴蝶兰快速繁殖研究进展[J]. 园艺学报,2006,33(4):915-920.
- [8] 陆奎眉,张汉荣. 海峡两岸蝴蝶兰产业发展现状与合作前景[J]. 福建热作科技,2004,29(1):39-41.
- [9] 刘博文. 北方地区智能温室蝴蝶兰栽培技术[J]. 中国林副特产,2010(5):80-81.
- [10] 章鸥,陈友,魏猷刚,等. 南京地区蝴蝶兰智能温室高效栽培模式[J]. 金陵科技学院学报,2010,26(4):62-66.
- [11] 胡松华. 蝴蝶兰(品种栽培鉴赏)[M]. 广州:广东科技出版社,2001.
- [12] 张玉娟,朱根发. 蝴蝶兰[M]. 北京:中国农业出版社,2011.
- [13] 杨善云. 蝴蝶兰组织培养的研究进展[J]. 园艺与种苗,2012(9):59-61.
- [14] 陈鸿星. 江西省蝴蝶兰产业发展现状分析及对策研究[D]. 南昌:南昌大学,2011.
- [15] 郑楚明,李冠伟,郑树周. 我国蝴蝶兰产业发展中存在的问题及对策[J]. 安徽农学通报,2007,13(17):75-76.

Study on the Development Status and Countermeasures of *Phalaenopsis amabilis* Industry in China

DU Jun, WANG Li-min, MENG Yue-e, FU Zhen-zhu

(Horticulture Research Institute, Henan Academy of Agricultural Science, Zhengzhou, Henan 450002)

Abstract: With the development of China's economy and the improvement of people's living standard, the *Phalaenopsis amabilis* industry played a more important role in the development of China's flower industry. According to cultural heritage and market demand of *Phalaenopsis amabilis*, this paper analyzed in detail location, climate, policy superiority of various *Phalaenopsis amabilis* industry areas in China, and development status of *Phalaenopsis amabilis* industry, such as production, sales, scientific research etc. Meanwhile, aiming at the present problems of breed, source of seedling, cultivation technology in China's *Phalaenopsis amabilis* industry, some relevant development countermeasures were proposed.

Keywords: *Phalaenopsis amabilis*; industry status; development countermeasures