第十八届中国国际花卉园艺展览会

展后报告

由中国花卉协会主办，长城国际展览有限责任公司和上海国际展览中心有限公司共同承办，德国埃森展览公司作为国际合作伙伴的亚洲花卉、园艺、园林界规模最大、最具影响力的品牌贸易展览会，第18届中国国际花卉园艺展览会（Hortiflorexpo IPM Beijing）于2016年5月11日至13日在中国国际展览中心（新馆）成功举办。

本届展会展出总面积31769平方米，来自中国、荷兰、德国、法国、意大利、比利时、印度、日本、韩国、丹麦、澳大利亚、以色列、瑞典、西班牙、瑞士、新加坡、美国、加拿大、奥地利、厄瓜多尔、沙特阿拉伯、马来西亚、哥伦比亚、土耳其、立陶宛、爱沙尼亚、肯尼亚、阿联酋、南非以及中国香港、中国台湾等31个国家和地区的679家企业参展。共吸引了46个国家和地区的40415人次，28937人到场参观，其中专业观众24196人。展会同期举办了高质量的论坛、研讨、技术交流会、专题展及大型插花表演，现场活动几乎场场爆满。展会得到了参展商、专业观众等所有参与方的高度认可。

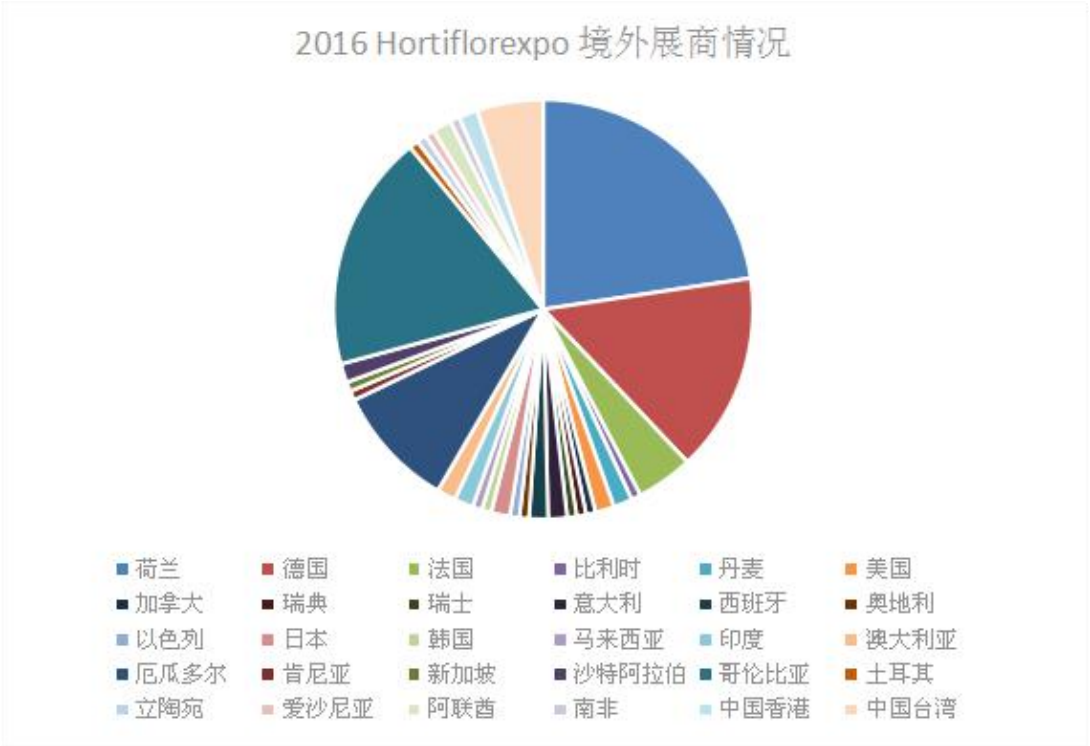
一、 规模首破 3 万，企业参展踊跃

本届展览总面积首次突破3万平方米，较往届有了大幅度提高。参展企业679家较2014年上届北京展增加了56.1%；国际企业189家，较2014年上届北京展增加了42.1%。从参展国家的分布和产品可以看出：亚洲、欧洲、美洲、非洲、大洋洲的企业都带来了自己区域最具特色的新产品、新技术，其中不乏首次亮相中国的产品和技术。

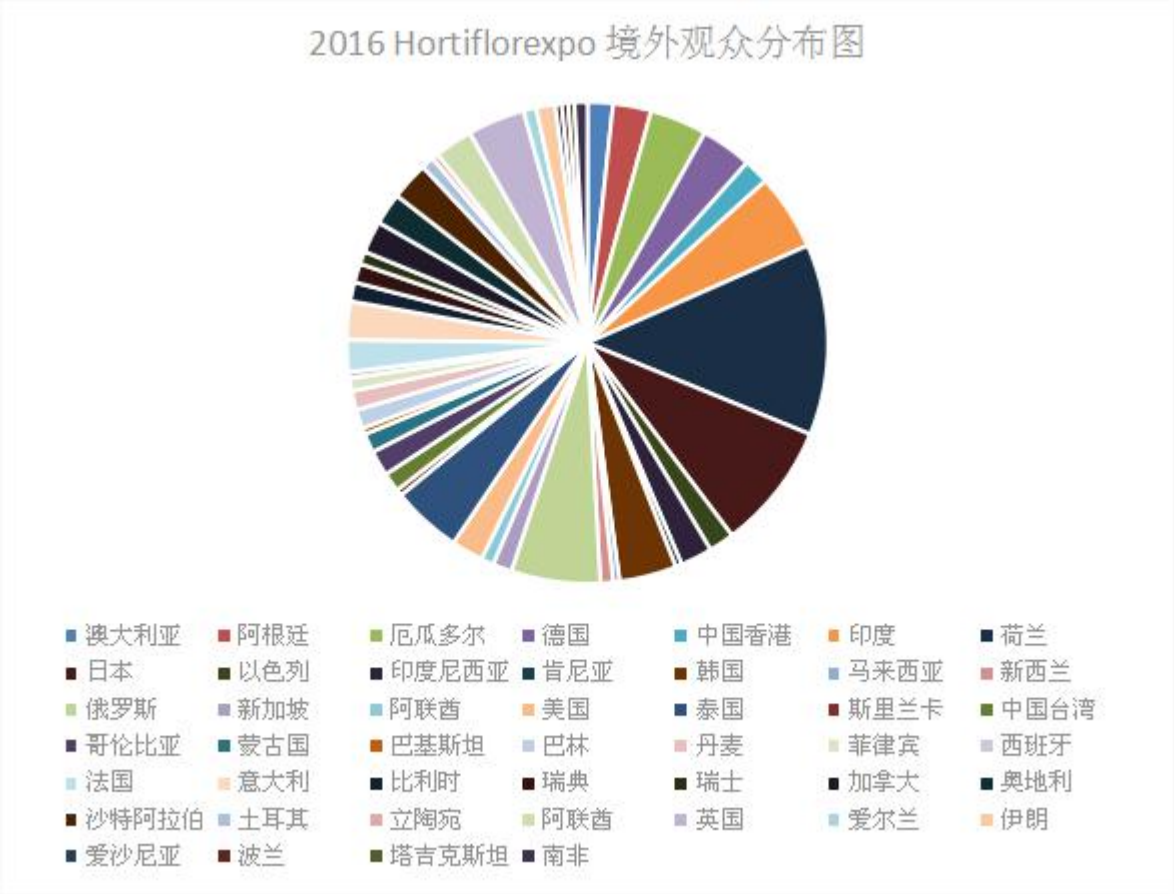
展团是今年又一亮点：荷兰展团是今年最大国家展团，28家企业954平方米；德国展团参展面积为192平方米；哥伦比亚于多年之后再一次以国家展团形式组织了26家企业198平方米展位；厄瓜多尔、法国以及中国台湾继续以展团形式参展，展团发展势头迅猛。

企业参展踊跃，一方面说明本展会的国际性、专业性得到了行业内的一直公认，正在成为一个国际品牌展览；另一方面，也说明做为第二大经济体的中国的发展，正在为世界的发展带来机会和活力，也为园艺事业的发展带来机会和活力！

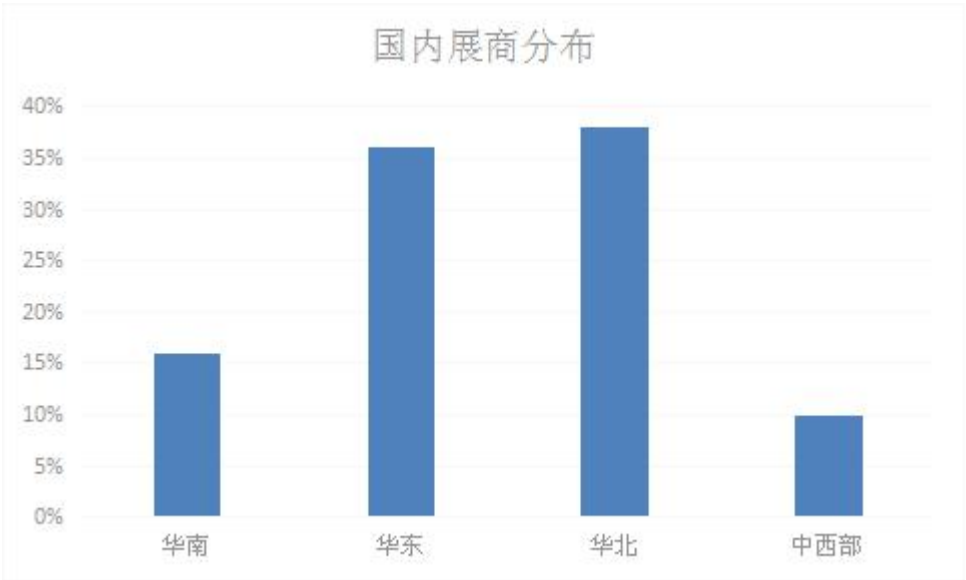
本届展会的数据统计及特点分析如下：



境外展商的参与度很高，数量及质量都上升了一个台阶，体现出展会较高的国际化程度。

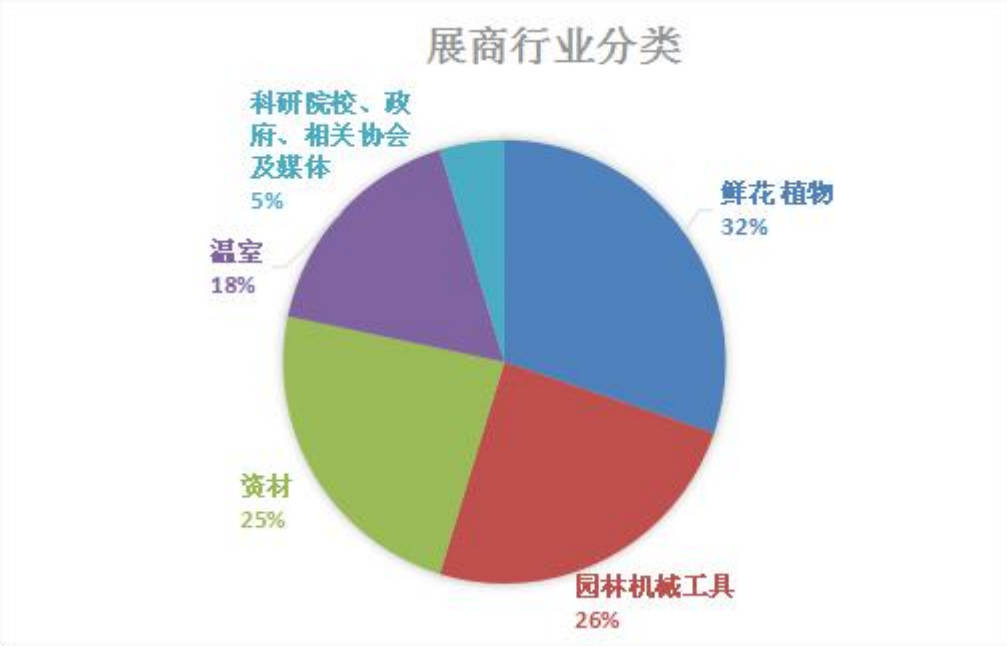


境外观众数量可观，现场氛围热烈，表明展前的宣传收获了很好的效果，展会国际化程度高。



由于地域等原因，华东和华北地区的展商数量仍在参展企业中占据很大的比重，但今年华南和中西部企业所占比例也有较大幅度提高，说明产

品的地域影响随着物流的改善已经有了长足进步。



展会涵盖了花卉、园艺、园林全产业链中的各个板块，展品类别非常丰富。从展商展品类别可以看出，植物类产品占了约三分之一，园林机械工具约占四分之一，资材类是今年涨幅最大的，也占了四分之一。温室及配套设施约占五分之一。从整展品分布可以看出：企业偏家庭园艺产品所占比重越来越大，近一半企业都在尝试挖掘自己产品的家庭园艺元素。

（注：由于一些企业的展品涉及到不同展品分类，因而百分比总额超过100%）

二、活动人气爆棚，内容精彩纷呈

本届展会同期活动分为现场插花表演、论坛、交流会、新品发布会、培训会等15项，以及9个静态展示板块。

1. 大型插花表演及静态花艺展，美不胜收

来自德国、西班牙、美国、日本、中国台湾以及大陆的14位知名花艺师现场进行了精彩的表演，并不时与观众互动交流，为花艺师、花店经营者提供了一个难能可贵的学习交流机会。为期两天的表演，现场几乎一直围得水泄不通，因座位有限，有很多从业者为认真观摩连续站了两天。为了能让观众更充分的观摩，组委会特意开辟了现场插花作品展示区，让观摩完表演仍意犹未尽的观众再次零距离欣赏大师作品。

除动态的插花表演外，本届展会期间近两千平米的静态花艺展示，让观众大饱眼福的同时，为行业从业者提供了一个仔细琢磨、近距离研究的机会。“易花道”、“小原流”、“池坊”分别展示出不同插花流派与众不同的风格,令观众流连忘返。“青年花艺作品展”为青年花艺师提供了一个充分展示年轻的活力、超前的创新思维、过硬的本领的国际舞台；“组合盆栽作品展”百余件作品让观众回味无穷，驻步把玩。“中国花协零售业分会专题展”在国内外 9 家知名企业的大力支持下，精心为大家打造了一个花与生活的炫美舞台。

2. 高水平的论坛研讨交流会，商机无限

“中荷园艺论坛——如何在中国建立可持续发展的和盈利的园艺产业链”，一直以来，展会同期举办的中荷园艺论坛已经成为中荷企业沟通交流、洽谈合作的一个重要的平台，在荷兰王国驻华使馆农业处的精心组织下，8家荷资背景企业为大家带来了关于园艺解决方案、温室自动化、花卉主题公园，以及LED在设施农业生产的应用等的最先进的技术、产品、理念，会议室几乎座无虚席。

“立体绿化新技术、新产品论坛”，该论坛由世界屋顶绿化协会组织，以建设海绵城市、改善生态环境、治理大气污染、美化人们的生活环境为切入点，邀请行业专家和优秀企业介绍立体绿化新技术、新产品，全面呈现我国立体绿化的最新成果，探讨立体绿化这一城市居住环境发展新趋势，充分展示立体绿化在海绵城市建设当中的广泛应用，推进立体绿化产业的健康发展。

“多肉植物产业路在何方”专题研讨会，邀请了6位知名专家就多肉产业如何持续健康发展做了详细解读，大咖的真知灼见，代表的热烈互动，现场洋溢着收获的喜悦。

2016中国花卉电商实战培训会，为提高花卉行业商家的微店、微商、网店、网商的实际需求，特在期间举办本次培训会。由于该培训主题切中了时下花卉园艺行业中因各种原因导致微信与网商的宣传及推广服务还欠佳的现状，参会者非常踊跃。

“欧拉藤饰全球新品发布会”由临沂欧拉公司组织，面向全球发布柳、草、藤类纯手工新产品。活动现场不但为与会代表介绍了行业发展趋势、品牌合作模式，更邀请了荷兰顶级设计师莅临互动，让大家真切体会到欧拉藤饰在未来的无限商机，现场反响非常强烈。

另外，展会同期还组织了：“第五届现代园林论坛暨第二届园林植物新品种交流会”、“现代温室装备与技术创新论坛”、“观赏园艺与农业景观研讨会”，以及“开花小盆栽（小丽花、宝莲灯）新品推荐暨栽培技术交流会”等精彩纷呈的活动，现场几乎都人气爆棚！

三、创新展会运作模式，成效显现

本届展会在顺义新国展，新的展馆，面临很多新的挑战，交通、时间等诸多不利因素，都是组织者必须考虑的问题。为了能提高展会的质量，让所有参与者都不虚此行，组织者充分利用移动互联技术，运用互联网思维，取得了不错的效果。

“年度花王”微信人气展品评选是本届展会最具特色的宣传方式，基于手机端的的微信“年度花王”评选，总决赛冠亚季军都获得了近 20 万的投票。近一个月选拔，从分区赛到总决赛，累计数百万的投票，上千万的关注量。不仅让参展企业在展前就能充分宣传自己的拳头产品，更是让行业人士提前了解到展会现场可能看到的产品和技术。宣传企业的同时，也宣传了展会，为专业观众的质量和数量打下了坚实的基础。

基于大数据，做好专业观众精准邀约。通过分析展会官网www.hortiflorexpo.com访客地域来源情况，找到访客来源前二十个省区市，调整呼叫中心、电子邮件、邮寄邀请函等邀请侧重点，做到有的放矢。

免费是互联网的基本思路，考虑到目前参展企业大部分都处于转型升级阵痛期，除展位费用外，主承办单位所有服务不再收取任何费用。组织方充分利用展会官网、微信、微博等所有资源免费为展商宣传；免费为所有标准展位配备商务洽谈桌椅等。

四、参展商及观众意见调查

展会期间及展会结束一个月内，我们一共分发了700份参展商意见调查表。经过回收统计，有效表格为605份，基本情况如下：

1.约83%对参展效果表示满意，16%表示一般，近1%表示不满意；

2.约90%展商对于观众质量满意，9%表示一般，1%表示不满意；

3.87%展商对于观众数量满意，12%表示一般，1%表示不满意；

4.88%展商对于现场活动满意，12%表示一般，0%表示不满意；

5.90%展商对于展会宣传满意，10%表示一般，0%表示不满意；

6.40%展商对于展馆服务满意，10%表示一般，50%表示不满意。

展会现场通过抽样调查近600名专业观众，反馈如下：

1.94%的观众对达到展会的目的表示满意，5%表示一般，1%表示不满意；

2.90% 的观众对展会组织工作表示满意，8%表示一般，2%表示不满意；

3.95% 的观众对参展商层次表示满意，4%表示一般，约1%表示不满意；

4.96%的观众对于展会规模表示满意，4%表示一般，0%表示不满意；

5.67%的观众对于现场服务表示满意，20%表示一般，13%表示不满意；

6.92%的观众对于展前宣传表示满意，7%表示一般，1%表示不满意；

整理所不满意意见，主要提出以下问题：

1.展商对展馆驻场物流非常不满意。认为他们对进口和运输植物和鲜切花这一块没有什么经验，并且漫天要价；

2.展馆现场保安、餐饮服务较差；

3.展馆的大门入口指示牌及标示需要增加。

4.主场搭建商服务不及时、不到位。

因北京可以承载本展会的展馆目前只有新国展，故我们已经认真总结本届展会出现的各方面问题，积极和展馆方以及各服务提供方沟通，力争下届展会能解决现有问题。

以上是我们对本届展会所做的总结，如您有任何问题或建议，请随时与我们联系，以便更好地筹备下届展会。

衷心祝愿您生意兴隆，万事如意！

长城国际展览有限责任公司

2016年6月13日

详情请垂询：
长城国际展览有限责任公司
地址：北京西城区南菜园街88号
联系人：王馨悦、王春波
电话：010-88102216/2248/2252
传真：010-88102234
邮箱：horti@chgie.com
QQ：2039635139
微信：hortiexpo