

全国花卉业发展规划（2022—2035年）

前 言

党的二十大提出，到二〇三五年我国基本实现社会主义现代化，生态环境根本好转，美丽中国目标基本实现；到本世纪中叶把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》将“美丽中国建设目标基本实现”列为我国基本实现社会主义现代化的远景目标之一。花卉是建设美丽中国的重要物质基础，花卉业集经济效益、社会效益和生态效益于一体，既是美丽公益事业，又是优势特色产业。我国植物种质资源丰富，花卉栽培历史悠久，花文化底蕴深厚，花卉产业发展潜力巨大。发达的花卉业、优美的环境是国家文明和社会进步的重要标志。发展花卉业是生态文明建设的重要组成部分，是满足人民日益增长的美好生活需要的必然要求。

为指导我国花卉业高质量发展，根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《“十四五”林业草原保护发展规划纲要》《“十四五”全国农业绿色发展规划》《国家林业和草原局 农业农村部关于推进花卉业高质量发展的指导意见》等相关文件，制订本规划。

目 录

第一章 发展形势	1
一、主要成就	1
二、机遇与挑战	4
第二章 发展思路	8
一、指导思想	8
二、基本原则	8
三、发展目标	10
第三章 发展战略	13
一、推进花卉种业自主创新	13
二、完善花卉产业链供应链体系	14
三、强化花卉科技创新驱动	17
四、提升花卉质量	18
五、加快花卉产业数字化	20
六、注重花文化引领	22
七、推动花卉消费升级	24
第四章 发展布局	26
一、生产布局	26
二、市场布局	32
第五章 发展重点	34

一、强化花卉种质资源保护体系建设	34
二、加强花卉种业创新平台建设	34
三、推动现代花卉产业基地建设	35
四、完善现代花卉市场网络建设	36
五、优化现代花卉信息化体系	38
六、健全花卉标准和质量监督体系	38
七、提升花卉职业技能教育质量	39
八、培植花卉发展新业态	40
九、办好重要品牌活动	40
十、加大花文化普及推广力度	40
十一、深化国际交流合作	41
第六章 保障措施	42
一、加强组织领导	42
二、完善政策措施	42
三、强化科技支撑	43
四、注重人才培养	43
附录：名词解释	44

第一章 发展形势

经过改革开放 40 多年的发展，我国已成为世界上最大的花卉生产国、重要花卉贸易国和花卉消费国，我国花卉业正在由高速发展向高质量发展转变。

一、主要成就

2021 年，我国花卉种植面积 159 万多公顷，花卉销售额超过 2160 亿元，花卉进出口贸易额突破 7 亿美元。花卉业在产品供应、生产布局、市场流通体系建设、科技创新、花文化弘扬、国际合作等方面跃上新的台阶，在全面推进乡村振兴、建设生态文明和美丽中国进程中的作用日益凸显。

（一）产品供应能力大幅提升

2011 年以来，我国花卉生产规模持续扩大，花卉产品不断丰富，市场销售量与销售额稳步提升，一二三产业融合发展态势初步形成，产业链不断延伸，价值链增值明显。百合、康乃馨、月季、菊花等主要鲜切花产量居世界前列，观赏苗木种植面积和产量居世界首位，花卉产品供应能力明显提升。

（二）生产布局不断优化

经过近 10 年调整，我国花卉生产格局不断优化，形成了以云南、广东、福建、江苏、海南、辽宁等省为主的鲜切花（含切叶、切枝）产区；以广东、云南、江苏、山东、福建等省为主的盆栽植物产区；以浙江、江苏、河南、四川、

福建、湖南、江西等省为主的观赏苗木产区；以广东、福建、四川、浙江、江苏等省为主的盆景产区；以广东、湖南、广西、上海等省（区、市）为主的花卉种苗产区；以甘肃、内蒙古、湖南等省（区）为主的花卉种子产区；以云南、山东、四川、湖南、江苏等省为主的食药用品花卉产区；以云南、四川、黑龙江等省为主的工业用花卉产区。鲜切花发展势头强劲，种植区域不断扩大，交易额稳步上升；盆栽植物生产规模稳步增长，小型化、精致化、功能化和平价化成为趋势；绿化观赏苗木保持良好发展态势；各地特色花卉得到充分发展。

（三）市场流通体系基本建立

2021年，全国有各类花卉市场3354个。花卉超市、花园中心、花卉租摆服务站不断涌现，一批集生产、科研、交易、休闲、培训等功能于一体的大型花卉市场综合体开始出现，花卉市场管理水平不断提高。“互联网+”“智能+”稳步推进，花卉交易流通新业态、新模式及花卉零售和物流创新形式不断涌现，智慧物流、远程交易广为应用。网络花店、直播带货等线上交易催生花卉供应链、消费链的重构，扩大了花卉消费。网络花卉交易平台与大型物流公司更加重视花卉产品保鲜运输，花卉供应链“第一公里”和“最后一公里”的仓储物流设施建设进一步加强，花卉保鲜储存和冷链运输能力不断提升。

（四）科技创新能力持续增强

花卉科研创新不断深化，取得了一系列科技创新成果。

2011年以来，我国花卉科研新技术和新成果获国家科技进步奖6项、国家技术发明奖1项。国家花卉种质资源保存体系建设稳步推进，建立国家草本花卉资源圃1个，确定国家花卉种质资源库67处，认定花卉苗木产业示范基地2处。建立国家观赏园艺工程技术研究中心1个、国家花卉改良中心1个。植物新品种授权和专利数量明显增加，2011—2021年获得林业和农业植物新品种授权的观赏植物品种2626个。梅花、茶花、桂花、海棠等一批花卉新品种通过国际登录，月季、菊花、百合、牡丹、兰花、荷花等一批名优花卉良种通过国家或省级良种审（认）定。花卉专业技术人员占从业人员比例明显增加。花卉标准体系建设持续加强，“十三五”期间制（修）订花卉国家和行业标准54项。

（五）花文化进一步弘扬

花文化内涵挖掘、传承创新和宣传推广持续推进，广大人民群众对中华优秀传统文化文化的认识不断提高，花文化得到繁荣发展。2011年以来，分别在江苏常州、宁夏银川、上海崇明举办中国花卉博览会；先后举办3届中国杯插花花艺大赛、3届中国杯盆景大赛和1届中国杯组合盆栽大赛等重大花事活动；中国花卉协会分支机构和各地成功举办丰富多彩的花卉节庆展会活动；以花店和花艺培训机构为主的花艺交流和培训活动广泛开展；认定国家重点花文化基地20处，引领花文化繁荣发展；建设了一批花卉主题公园、花卉专类园等，赏花经济迅速崛起，花旅、苗旅融合成为新时尚。

（六）国际贸易与合作交流不断加强

我国生产的花卉产品销往 90 多个国家和地区,进口花卉来自 60 多个国家和地区,花卉进出口贸易额持续保持增长态势。我国已成为国际花事活动的主要参与国和重要承办国。2011 年以来,成功举办 A1 类的北京世界园艺博览会和 A2+B1 类(现为 B 类)的西安、青岛、唐山、扬州世界园艺博览会,以及世界花卉大会、世界花艺大赛等多项重大国际花事活动;成功参展 A1 类的 2012 荷兰芬洛世界园艺博览会、2016 土耳其安塔利亚世界园艺博览会和 2022 荷兰阿尔梅勒世界园艺博览会。在国际主要花卉园艺组织中都有中国花卉代表担任重要领导职务,10 多种栽培植物国际登录权落户中国,17 家中国花卉企业在国际种植者评选中获奖。我国花卉领域国际话语权和影响力不断提升,花卉已成为美丽和友好的使者,在宣传生态文明思想,传播绿色发展理念,加强国际合作,促进东西方文化交流,推动构建人类命运共同体等方面发挥了重要作用。

花卉业的发展,为绿化美化环境,提高人民生活质量,扩大社会就业,促进居民增收,引导文明消费,释放内需潜力,推进乡村振兴,助力生态文明和美丽中国建设作出了重要贡献。

二、机遇与挑战

当前和今后一个时期,我国花卉业发展仍然处于重要战略机遇期,但机遇与挑战都发生了新变化。要牢牢把握形势,保持战略定力,勇于改革创新,善于应对挑战,科学推进发展。

（一）发展机遇

从全球看，全球花卉种植面积与产值趋于稳定，花卉贸易呈小幅波动式增长态势，消费需求总体呈现增长态势。花卉业发达国家的花卉生产、消费处于相对稳定、缓慢增长态势，花卉生产由发达国家向发展中国家转移的趋势依然存在，涌现了一批新兴花卉生产国，发展中国家花卉消费增长不断加快。欧美花卉发达国家仍掌握着花卉种子、种苗、种球和新品种研发等高附加值的产业链前端，拥有先进的生产技术和管理水平。中国作为新兴经济体，将成为花卉发达国家品种、技术、产品、服务转移和输出的目的地。一些对我国花卉产品市场依赖性较大的周边国家经济快速发展，成为我国花卉产品的潜在输出国。中欧班列的开通，为我国拓展国际花卉贸易合作提供了有利条件。全球新冠疫情改变了人们的生活方式，提高了人们对花卉在提高生活质量，特别是在缓解压力、愉悦身心方面重要作用的认识，一定程度上刺激了花卉消费需求增长。从国内看，我国实现了第一个百年奋斗目标，在中华大地上全面建成小康社会，正在意气风发向着全面建成社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进。生态文明和美丽中国建设不断向纵深推进，人民对美好生活的需求日益增加，为花卉业发展提供了重大机遇。2019—2021年我国人均国内生产总值连续三年突破1万美元，中等收入群体达4亿人，人均可支配收入增长明显，花卉消费潜力巨大。互联网交易平台的广泛应用，使花卉消费渠道更加通畅，人们的花卉消费观念与时俱进，个人和家庭

花卉消费快速增长。随着花卉产业与文化、休闲、旅游、康养、数字等产业的深度融合，各类经济组织和社会资本投入花卉产业的积极性提高，为花卉业高质量发展提供了重要保障。

（二）问题和挑战

1. **花卉种质资源保护利用和品种创新亟待加强。**花卉种质资源家底不清，保护意识不强，监管不力，破坏和流失严重；花卉种质资源开发利用不够，新品种创制不足，主流花卉品种的种子、种苗、种球依然依赖进口，花卉植物品种权保护体制机制尚不健全。

2. **科技支撑能力急需提升。**科研与生产、市场结合不紧密，花卉科技成果转化率较低，科研人才队伍不稳定，花卉产业发展的科技支撑力较弱。

3. **花卉产品质量有待提高。**我国花卉产品质量参差不齐，标准化体系不健全，生产技术和生产设施设备现代化程度与国际先进水平存在差距，管理措施落实不够精准。

4. **市场流通体系不健全。**花卉市场未列入国土空间规划，重区域性市场建设，轻社区体验式、便民花卉销售场所设立，市场配套服务体系有待进一步完善。

5. **花卉信息化建设滞后。**花卉产业数字化程度不高，信息采集、数据统计和发布体系、机制不健全，标准不统一，准确性和时效性不够。

6. **花文化的潜力尚待挖掘。**花文化系统研究和深度挖掘相对滞后，对花卉业发展的文化支撑和引领作用亟待开发。

7. 政策扶持和金融支持力度偏弱。花卉产业的政策支持力度不够，花卉企业特别是中小型花卉企业融资难、融资贵的问题尚未得到根本解决。

第二章 发展思路

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，完整、准确、全面贯彻新发展理念，积极服务和融入新发展格局，以推进花卉业高质量发展为目标，以改革创新为动力，以市场需求为导向，依靠科技进步，优化产业结构，做强花卉种植业，发展花卉加工业，提升花卉服务业，繁荣发展花文化，助力全面推进乡村振兴和高水平对外开放，为建设生态文明和美丽中国作出新的贡献。

二、基本原则

（一）坚持市场导向，加强政府引导

充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。立足新发展阶段和自身发展优势，以市场为导向，科学确定花卉产业发展方向和发展重点，不断满足市场需要和广大人民群众需求；加强政府宏观指导和引导，强化行业管理，制定扶持政策，完善社会化服务，发挥花卉行业协会“组织、协调、引导、服务”作用，激发各类市场主体活力。

（二）坚持规模适度，提升质量效益

紧紧围绕市场需求，因地制宜，突出特色，保持适度规模，在符合国土空间规划和用途管控的前提下，防止盲目扩张和低水平重复建设。转变产业发展方式，注重提质增效，

注重花卉轻简化、省力化和智慧化生产，不断提高劳动生产率、土地产出率和资源利用率。实施品牌战略，培育特色名优产品。加强质量管理，强化质量监督，推行标准化生产，促进产品质量效益提升。

（三）坚持科技兴花，强化自主创新

强化科技创新对花卉业高质量发展的驱动作用，立足花卉自主创新，提高花卉产业核心竞争力。发挥好重点科研院所和大型花卉企业作用，推动科研力量优化配置和资源共享，加强科技攻关，解决产业发展中的技术难题。加强花卉种质资源保护，依法依规科学开发利用，着力推进花卉新品种研发，培育具有自主知识产权和国际竞争力的花卉品种。加强花卉知识产权保护，提高花卉种子、种苗、种球国产化生产能力。加强花卉科研生产人才培养，加快花卉业科研成果转化，构建现代花卉业科技创新推广体系，全面提高花卉科技含量。

（四）坚持合理布局，优化产业结构

立足花卉资源禀赋和产业发展条件，优化花卉产业结构，调整花卉产业布局。注重挖潜力、补短板、强弱项，聚焦重点花卉产品、技术和业态，努力延伸花卉产业链，积极培育花卉新产业、新业态、新模式，促进一二三产业深度融合发展，着力构建战略布局合理、产业链条完整、创新迭代活跃、质量高效益好、区域协调发展的现代花卉产业体系。

（五）坚持扩大内需，开拓“两个”市场

立足构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促

进的新发展格局，依托国内强大花卉消费市场，贯通花卉生产、流通、消费各环节，完善消费服务体系，提高花卉产品供给能力，积极创造、扩大和引导花卉消费，健全花卉市场供应链，降低花卉交易成本；努力拓展国际市场，不断推动中国花卉走向世界。

（六）坚持文化引领，提升发展品质

深入挖掘花文化底蕴和内涵，传承弘扬、创新发展中国优秀传统花文化；吸收世界优秀花文化成果，提高我国花文化艺术水平和创新能力；培养大众种花、养花、用花、爱花、赏花习惯和花文化审美修养，将花卉产业与文旅、休闲、康养等相结合，推动花卉产业与其他产业融合发展，延伸花文化产业链，提供多样化产品和服务，提升花卉业可持续发展软实力。

三、发展目标

锚定我国花卉业现代化发展目标，综合国内外发展环境和我国花卉业发展条件，坚持目标导向与问题导向相结合，坚持守正与创新相统一，明确我国花卉业“十四五”时期发展目标和2035年远景目标。

（一）“十四五”时期发展目标

到2025年，花卉科技创新能力大幅提升，我国花卉种质资源得到有效保护和合理利用，种业创新体系基本建立，自主创新能力和科技支撑能力明显提升，主要商品花卉品种和种子（种苗、种球）国产化水平不断提高。花卉生产布局更加科学合理，花卉多种功能有效拓展，一二三产业协调发展，

产品供给能力显著增强，质量效益稳步提升，人民群众花卉消费意愿显著提高。花卉市场体系更加完善，流通渠道更加顺畅，产业链供应链体系初步形成。花卉信息化支撑体系和标准体系基本建立，社会化服务支撑保障能力明显增强。花文化得到充分挖掘和弘扬，人民对花卉的需求日益多样化。

表 1 “十四五”时期花卉业发展主要指标

序号	指标	2025	属性
1	花卉年销售额（亿元）	3000	预期性
2	花卉年出口额（亿美元）	7	预期性
3	选育具有自主知识产权和市场竞争力的花卉新品种（个）	200	预期性
4	主要商品花卉自育品种的市场占有率（%）	10	预期性
5	专业技术人员在花卉从业人员中的比重（%）	10	预期性
6	制定花卉国家、行业或团体标准（项）	40	预期性

（二）2035 年远景目标

展望 2035 年，我国花卉创新能力和科技支撑能力显著增强，种质资源保护体系基本完备，植物遗传资源多样性保护与合理利用能力明显提高，主要商品花卉品种和种子（种苗、种球）国产化水平大幅度提升，生产布局显著优化，质量效益显著提高，产业链供应链体系日趋完善，数字花卉体系基本建成，标准体系健全完善，社会化服务水平全面提升，花文化繁荣发展，基本实现花卉业现代化。我国花卉种植面积保持基本稳定，设施栽培比率达到 20%；主要花卉自育品种市场占有率达到 25%；花卉交易与物流网络体系健全；二三产业产值占花卉总产值的比重显著增加，力争年销售额超过 7000 亿元。人民群众的花卉欣赏意愿和消费水平显著提高，花卉给人民带来的幸福感显著增强，我国在世界花卉领域的地位和作用显著提高，基本建成花卉强国。

第三章 发展战略

一、推进花卉种业自主创新

充分发挥我国花卉种质资源优势，围绕我国传统名花、特色花卉和新优花卉、大宗切花、高档盆栽植物、花坛花境常用景观花卉、主要花灌木、重要草花和草坪地被植物，深入推进种业自主创新，开展花卉育种的“卡脖子”核心技术攻关。建立集花卉种质资源保护、种质创新、良种繁育、新品种推广、品种权保护于一体的现代花卉种业创新体系。重点突破种业创新关键技术，提升我国主要商品花卉品种和种子（种苗、种球）国产化水平。大力推广自主知识产权品种，提高自主知识产权品种的市场转化率和国际影响力，逐步实现国产新品种与国际新品种的对等交流和花卉新品种知识产权的国际贸易平衡。通过种业创新提升我国花卉产业的核心竞争力，保障花卉产业基础的稳固与安全。

（一）整合国内科研资源，完善品种创新机制

推动构建以常规技术与高新技术、自主创新与引进吸收、国家级与省（区、市）级科研教学机构相结合的花卉新品种选育科技创新体系；推进建立以大型花卉企业为主体，产学研用相结合的花卉种业联合体；建立合理的国家花卉品种创新项目与科技成果评价机制，不断完善科技创新与成果转化利益联动机制，保护和激励创新积极性，促进自育花卉良种及时转化为产品市场竞争力。

（二）加强种质资源保护，夯实种业发展基础

持续提升我国花卉种质资源的保护与科学利用水平。重点加强我国传统名花、珍稀濒危花卉、特色花卉和新优花卉、潜在利用价值花卉、引进优良花卉等花卉种质资源的保护、收集、保存和利用；在做好植物引进风险评估和确保生物安全的基础上，积极引进国外新优奇特观赏植物品种与种质资源；深化花卉种质资源调查，进一步摸清资源家底。推动建立国家和地方分级保护、分级负责、有机衔接的花卉种质资源保护体系和保护机制。

（三）强化制种技术研发，提升种业科技水平

以国际竞争压力较大的主要鲜切花、盆栽植物、宿根花卉、一二年生花卉和草坪草等为重点，聚焦花卉产业链协同创新发展的瓶颈问题，集聚科研机构和企业力量协同攻关。加强花卉制种工程技术研发，重点包括育种技术创新、品种创制、良种高效繁育、优质种子（种苗、种球）生产和采后加工、贮藏、流通、质量检测等，不断推出具有国际竞争力的主导花卉新品种；开发花卉良种高质量种子种苗生产技术，重点包括标准化花卉良种（种子、种苗、种球）产业化快繁技术、基质容器苗生产技术、智能化商品苗木生产技术，采后处理与冷链保鲜流通技术，以及质量检测技术等。充分汲取相关领域的现代科技成果，积极推进花卉种子（种苗、种球）产业的机械化、自动化、数字化、智能化发展。

二、完善花卉产业链供应链体系

深化供给侧结构性改革，运用系统思维和科学方法，着

力解决花卉产业链供应链结构性矛盾和问题，畅通花卉生产、流通、消费各个环节，促进花卉产业链供应链上下游有效衔接和高效运转，加快发展现代花卉产业体系。

（一）锻造花卉产业链供应链长板

大力支持花卉种业发展，壮大花卉产业发展根基。提高鲜切花、盆栽植物、功能性花卉在产业链中的比重，满足家庭园艺需求。推动中国传统名花、盆景等现代化和规模化发展，提升中国传统花卉产品国际影响力和市场占有率。发展功能花卉与精深加工，延长花卉产业链，提升价值链，打造供应链；融合一二三产业，促进花卉与相关产业有机融合。立足我国花卉种质资源、产业规模和消费市场优势，瞄准花卉产业链供应链的诸多“断点”“堵点”“痛点”问题，以花卉种质资源收集保存、花卉种业、设施设备、精深加工、市场流通等花卉产业链中的短板为重点，持续推进花卉全产业链创新能力建设，建立上中下游互融共生、分工合作、利益共享的一体化组织新模式，打通花卉产业链各个环节，全面提升我国花卉产业链供应链水平。

（二）培育花卉新产业新业态

深度挖掘花卉蕴藏的生态修复、观光旅游、休闲养生、医药保健、科普教育等方面的价值，积极培育花卉新产业新业态，大力发展花卉精深加工业，延伸产业链，提升附加值。积极推进花卉业与相关产业深度融合，鼓励将花卉苗圃、花卉基地、花卉市场、花园中心等融入到大旅游产业中，促进花卉休闲、旅游、康养等新兴产业发展。建设一批以花卉为

主题的特色公园、景观田园、观赏庄园、康养基地等，赋予其更多的休闲、旅游、康养功能；利用多种花卉的科学组合，建设花卉生产与观赏有机结合的花卉景观，促进观光旅游。

（三）创新现代花卉交易模式

优化全国性和区域性花卉交易市场布局，建立以行政区划为基础的市场体系。推动在大都市和大城市群建立规模适度的花卉批发市场，在社区设立花卉销售场所，形成高效的花卉市场网络；探索创新交易新模式，推动大宗花卉产品和花卉精品的现场拍卖、网上交易等现代交易模式，促进花卉产品的高效率、低成本、低损耗和智慧化公平交易，保障交易双方权益。利用现代信息技术，积极推进花卉生产、采收、保鲜、包装、标识、检疫、通关、运输、结算等环节无缝对接联通，逐步实现一站式高效率服务，降低交易成本和流通风险。

（四）完善现代花卉营销网络

以大都市和大城市群为重点，利用大数据、物联网、人工智能等数字技术，在智慧城市、智慧交通、智慧社区等建设中融入花卉元素，提高花卉精准营销水平。鼓励发展花卉专卖店、品牌连锁店、大型日常购物商超、花卉租摆服务站、花卉园艺超市、花卉产品展销中心、花卉工艺坊等新模式，促进花卉营销手段的多样化。鼓励城乡公园设立固定花卉销售场所或节假日临时花卉销售点，满足人民购花需求。

（五）优化花卉物流配送网络

构建现代花卉冷链物流体系和花卉商品配送网络，形成

数字化、智能化的花卉物流配送新格局，推进网络平台花卉交易与仓储物流的有效衔接，大力提升花卉物流技术和效益，减少物流损耗。全面推进物流配送网络建设和服务体系标准化、专业化、规范化发展，完善花卉冷链流通基础设施，健全花卉物流体系，促进花卉产品安全、便捷、无损伤的高效流通，不断提升供应链管理水乎。

三、强化花卉科技创新驱动

坚持面向世界花卉科技前沿，面向我国花卉产业主战场，把花卉科技创新摆在花卉业现代化发展中的核心地位，将高水平科技自立自强作为产业发展的战略支撑，深入实施花卉创新驱动发展战略，完善花卉业创新体系，破解花卉产业科技难题，打造花卉业现代化发展新优势。

（一）加强花卉科研创新

加强花卉基础研究，注重原始创新，推进花卉育种、生产、采后处理、贮藏、包装、运输、检测和花卉产品加工全产业链关键技术与设备创新。巩固提升现有栽培、繁殖、育种技术创新体系，推动实现数字化、标准化和智能化生产模式，解决花卉种业依赖进口的“卡脖子”问题。实施一批具有前瞻性、战略性的花卉科技创新项目。

（二）鼓励企业科技创新

促进各类创新要素向花卉企业集聚，推进产学研用深度融合，支持重点企业牵头组建花卉创新联合体，承担国家重大花卉科技项目。发挥企业家在技术创新中的重要作用，鼓励企业加大研发投入，对企业投入基础研究实行税收优惠。

发挥大企业引领支撑作用，加强共性技术平台建设，推动花卉产业链上中下游、大中小企业融通创新。

（三）突出合作协同创新

坚持产业问题导向与研究目标导向相结合的科研投资和立项原则，广泛动员社会力量参与花卉科研项目；积极推进科研院所、高校、企业科研力量优化配置、资源共享和团队合作建设，推动建立长期稳定、高效的“产学研用”一体化合作模式，逐步建立科研机构、大专院校、农技推广机构和花卉企业、农民合作组织广泛参与的结构多元、层次分明、分工协作、共享高效的花卉科技创新和应用推广体系。

（四）推进体制机制创新

深入推进花卉科技体制机制创新，推动重点领域项目、基地、人才、资金一体化配置。改进科技项目组织管理方式，完善科技评价机制，优化科技奖励项目。加强花卉知识产权保护，大幅提高科技成果转移转化成效。加大花卉研发投入，健全政府投入为主、社会多渠道投入机制，加大对基础前沿研究支持力度。完善金融支持创新体系，促进新技术产业化规模化应用。弘扬科学精神和工匠精神，加强花卉科普工作，促进科技开放合作。

四、提升花卉质量

坚持以质量第一为导向，以企业为质量提升主体，以创新为根本途径，不断改善提升花卉品质和服务质量水平，满足人民群众不断增长的花卉消费需求。

（一）优化花卉产业结构

拓展花卉产业功能，重点围绕鲜切花、高档盆栽植物、园林植物、花坛花境等市场需求量大、国际贸易活跃的产品，重点布局和创建一批现代花卉产业集群。积极培育有特色的区域性产业集聚模式，引导建设高水平的世界级花卉产业集聚区。鼓励支持地方因地制宜发展省级花卉产业园区，建设多样化花卉文化体验园。持续优化营商环境，吸引更多企业投入花卉生产经营，带动花卉产业规模化生产、标准化种植、集约化经营，不断促进花卉产业升级。

（二）加大优质产品供给

践行绿色发展理念，突出花卉产品质量核心地位。大力推广新品种、新技术、新工艺，强化花卉生产全过程质量管理。鼓励企业在国家标准和行业标准的基础上制定更高的企业标准，完善规范生产技术规程，大力推行花卉标准化、规范化、轻简化和智慧化生产。积极推进花卉化肥农药减量化生产，减少农药、抗生素、激素类药物和化肥使用，培育优质高效安全花卉产品。大力发展花卉产品艺术加工、初加工和精深加工，提高花艺作品、花卉旅游产品、花文化产品的供给比重。

（三）加强质量监督管理

建立健全以质量为核心的生产、采后、包装、贮藏、运输等花卉标准化体系，促进花卉产品质量标准与国际市场接轨；支持行业协会制定团体标准，鼓励在花卉新领域、新业态中形成新标准，推动花卉产品标准由生产型向消费型、服务型拓展；加强质量检验检测能力建设，积极开展与花卉发

达国家在产品质量认证与环保认证方面的合作，加快构建适合我国国情的花卉质量认证体系；推进花卉环保和绿色等可持续发展相关认证；加强花卉标准宣传贯彻，强化标准执行和行业质量监管，完善花卉质量控制体系，加强质量检验检测，加大花卉交易监管力度，全面提升花卉产品质量和花卉产业绿色可持续发展水平。

（四）推进花卉品牌创建

加强花卉品牌打造，提升品牌竞争力影响力带动力。推动企业发展个性定制、规模定制、高端定制，推动产品供给向“产品+服务”转变、向中高端迈进。鼓励地方政府和龙头企业争创驰（著）名商标、申请地理产品标志，加强花卉产品的包装、品牌、形象设计，弘扬品牌文化，加大企业品牌和产品品牌的创建力度，利用政府和社会力量宣传、推广、维护品牌，惩治品牌侵权行为，塑造“中国花卉”优质品牌形象，以民族花卉品牌的软实力，助推我国花卉业高质量发展。

五、加快花卉产业数字化赋能

利用移动互联网、物联网、区块链、大数据、人工智能等发展优势，充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与花卉实体经济深度融合，赋能花卉产业转型升级，催生花卉产业新业态新模式，激活花卉业发展新引擎。建立和完善现代花卉信息技术管理平台，深化细化信息技术设备与数字技术在花卉产业各领域与各环节的应用，大力发展数字花卉和智慧花卉，提升我国现代花卉产业信息化水

平。

（一）健全现代花卉产业统计制度

贯彻执行国家统计和信息安全法律法规，根据全国花卉产业发展需要，进一步完善全国花卉行业信息统计管理制度；开展花卉信息统计理论和方法研究，建立科学的花卉产业统计调查方法和指标体系；充分发挥各级花卉行业组织和核心会员企业的作用，积极推动花卉市场行情统计分析，及时发布花卉行情信息。加强数字化建设，强化信息服务功能，构建以花卉行业组织为主导、会员单位为主要信息源的全国性花卉市场行情信息共享机制，提高全行业花卉信息的准确性、时效性、实用性和权威性。

（二）搭建现代花卉产业信息平台

加快搭建覆盖全行业的花卉产业信息平台，重点收集与发布全国花卉产业信息；积极推动国际合作与信息共享，收集、整理、分析国际花卉信息。通过信息平台建设和运行，逐步实现对全国主要花卉产品和重点花卉市场的监测、引导、预测、预警。深化细化信息技术与数字技术在花卉产业各领域与各环节的应用，通过深化互联网、物联网、区块链的应用和信息平台的赋能，推动花卉产业数字化、信息化、智能化发展。

（三）构建现代花卉产业互联网

鼓励构建多层联动的花卉产业互联网平台，为中小微花卉企业数字化转型赋能。通过构建数字化产业链，打通产业链上下游企业数据通道，促进全渠道、全链路供需调配和精

准对接，以数据供应链引领物资链，促进产业链高效协同，创新商业模式，实现贸易线上化、产品品牌化、服务平台化发展，对花卉产业中的价值链、企业链、供需链和空间链不断重塑和改造，形成安全、高效、共享、共赢的花卉产业互联网生态。

六、注重花文化引领

深入挖掘我国花文化内涵，主动吸收世界优秀花文化成果，促进花文化融合再创新；大力弘扬中国传统优秀花文化，增强花文化自信，不断提高我国花文化软实力；广泛宣传普及花文化，以优秀花文化的精神力量引导花卉供给与消费，满足人民美好生活需要。

（一）加强花文化研究创新

系统研究我国传统花文化，深入挖掘传统名花的人格化寓意和思想内涵，并赋予其时代精神；加快花文化数字化，建设花文化大数据体系，用数字技术促进花文化创作、传播与接受方式的创新，激发广大民众的创新创造能力。将花文化融入生态文化、和谐文化、节庆文化、忠孝文化、康养文化之中，增强花卉应用和体验能力，不断提高我国花文化包容力、花卉艺术水平和花文化创新能力。

（二）加大花文化宣传力度

开发以花卉为主题的书画、影视、音乐等产品，丰富花卉科普教育和自然教育形式，形成线上线下有机结合的花文化推广品牌活动。依托植物园、公园绿地等公共资源，发挥花文化宣传、科普和教育等功能。突出花元素，丰富花文化

内涵，建设花文化宣传普及教育基地。运用现代数字技术手段，增加花文化展示，促进花文化教育、普及、交流、体验与创新。

（三）丰富花文化主题活动

深入挖掘中华传统民俗和传统节日的花文化内涵，弘扬和传承中华优秀花文化；重点办好中国花卉博览会、世界园艺博览会、中国国际花卉园艺展览会等重大活动，推动国内外优秀花文化的融合、创新与发展；支持各地区和各专业机构举办各具特色的花市、花会、花节等专业活动。增强各类花事活动的文化性、艺术性、大众性、趣味性，大力普及花卉知识，让大众走进花卉活动，体验中华优秀花文化的独特魅力，陶冶人们精神品格，积极引导花卉消费，丰富人民群众文化生活。

（四）推进花文化融入生产生活

坚持以花文化引领花卉生产和促进花卉消费。将花文化贯穿花卉生产全过程，努力培养花卉生产企业的花文化自觉。挖掘花卉历史、花卉典籍、花卉地理标识和民俗节庆等花文化。促进花卉与山水林田湖草沙景观及其地理风貌的融合，发展各具特色的花乡、花村、花道、花街、花市、花艺体验等。鼓励倡导花卉企业利用花卉资源大力发展旅游、鉴赏、休闲、养生等形式多样的花文化体验，推动休闲生活与传统优秀花文化融合发展。积极营造大众爱花、养花、赏花的良好氛围，培养绿色生活新风尚，推动花文化融入人们日常生活，努力提升全民花文化水平。

七、推动花卉消费升级

坚持扩大内需，推动国内国际双循环相互促进。发挥需求引领作用，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。遵循消费规律，引导居民扩大花卉消费。顺应消费升级和居民消费个性化、多样化发展的大趋势，加快培育新的花卉需求增长点，全面促进花卉消费。

（一）促进供需动态平衡

依托国内重点花卉消费市场，优化产业结构，改善供给质量，提升供给与需求的适配性，激发广大人民群众日益丰富的潜在消费需求。完善花卉生产要素市场化配置和花卉商品服务流通体制机制，降低花卉交易和运输成本。充分依托我国移动互联网、移动支付、数字化发展优势，大力发展花卉电商、直播带货等营销新模式，促进花卉消费线上线下融合发展，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

（二）培育新的需求增长点

大力宣传花卉在绿化美化环境和人民健康生活中的重要作用，抓住城乡建设项目和大型活动用花需求，扩大公共环境建设的花卉应用；加速社区园艺中心建设，推行社区园艺师制度，鼓励居民充分利用庭院、屋顶、檐口、露台、阳台、窗台等空间载体种花养花，加强花卉园艺活动的大众参与性、互动性、体验性，提升花卉体验的愉悦性，培养良好的花卉园艺消费习惯。

（三）加强国际贸易合作

发挥中国在国际花卉园艺组织中的重要作用，依托我国大市场、国际栽培植物登录权威和优秀花卉企业优势，推进花卉国际贸易创新发展，不断提升我国花卉贸易国际竞争力。充分利用国内市场潜力优势，加强同国际优秀花卉企业合作，吸引国外人才、资本、品种、技术等要素进入国内市场。鼓励引进国外花卉新品种，进口高质量花卉产品，带动国内花卉品种创新和质量提升。充分吸收国际先进管理经验和创新理念，促进国内花卉产业换档升级。抓住共建“一带一路”契机，积极参与国际竞争合作，以满足国内需求为主，积极拓展国外市场，促进花卉进出口。

第四章 发展布局

一、生产布局

根据我国自然气候特点、花卉产业发展基础和市场需求，按照因地制宜的原则，科学合理明确花卉生产布局。对于具备较好产业基础的花卉种类，配备可控设施设备进行专业化、规模化、标准化生产。在市场经济发达、民营资本雄厚的区域，重点发展智能化设施设备工厂化生产，带动周边形成现代化花卉产业集聚区。

（一）区域布局

1. 华北花卉产业区

本区域包括北京、天津、河北、山西、内蒙古5个省（区、市）。该区域经济较发达，科技创新能力强，人才优势明显，有较为完善的花卉生产设施，花卉产业规模优势明显。

重点发展红掌、蝴蝶兰、竹芋、月季、菊花、观赏凤梨、仙客来、一品红等盆栽植物；鼓励发展国槐、刺槐、榆树、玉兰、月季、丁香、连翘、榆叶梅等乡土绿化观赏苗木和观赏蕨类植物，菊花、百合、彩色马蹄莲等出口型切花，菊花、玫瑰、金针花、油用牡丹、万寿菊、百里香、射干、辛夷、山茱萸、金银花、金莲花等食用、药用与工业用花卉，麦秆菊、补血草、万寿菊、一串红等花卉制种，开展野生宿根花卉资源开发，加强耐寒宿根花卉培育与应用。

2. 东北花卉产业区

本区域包括辽宁、吉林、黑龙江3个省。该区域经济发展平稳，生态环境良好，花卉特色鲜明，君子兰等有较高知名度。

重点发展君子兰等特色盆花，唐菖蒲、百合、彩色马蹄莲等花卉种球和切花；鼓励发展万寿菊等工业用花卉，开发利用宿根性野生花卉资源，开展抗寒宿根花卉资源保护、开发与利用。进一步巩固发展长春君子兰、凌源百合等地域特色花卉。

3. 华东华中花卉产业区

本区域包括上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南10个省（市）。该区域市场经济发达，民营资本雄厚，花卉产业基础良好，特色花卉在全国有较高知名度，是我国花卉发展水平最高的地区之一。

重点发展牡丹、芍药等特色花卉，香樟、桂花、茶花、梅花、蜡梅、玉兰、樱花、红花檵木、桃花、月季、杜鹃、海棠等绿化观赏苗木，中国兰花、热带兰、观赏凤梨等高档盆栽植物；菊花、百合、非洲菊、香石竹、杨桐等切花切枝；铁皮石斛、杭白菊、玫瑰等食用、药用和工业用花卉。鼓励发展五针松、罗汉松、黄杨、雀梅等盆景和造型苗木，金边瑞香、观赏竹和蕨类等特色植物，石蒜、香石竹等花卉种球种苗。培育发展荷花、睡莲等水生花卉植物。进一步巩固发展菏泽牡丹、平阴玫瑰、金华茶花、井冈山杜鹃、如皋盆景、漳州水仙、南阳月季、洛阳牡丹、开封菊花、鄱陵蜡梅、咸宁桂花等地域特色花卉。

4. 华南花卉产业区

本区域包括广东、广西、海南3个省(区)。该区域经济较发达,生态环境良好,花卉生产经营水平较高,市场营销能力强,对外商贸往来频繁,花卉产业竞争优势较强。

重点发展天南星科、竹芋科、龙舌兰科等观叶植物,中国兰花、红掌、观赏凤梨等高档盆栽植物,棕榈科等热带亚热带绿化观赏苗木,小叶榕、异叶南洋杉、苏铁等出口盆景;鼓励发展菊花、百合、散尾葵、富贵竹等切花切叶切枝,以及热带兰花、观赏蕨类等。进一步巩固发展、广州红掌、中山菊花、横州茉莉花等地域特色花卉。

5. 西南花卉产业区

本区域包括重庆、四川(不包括西部高原区)、贵州、云南4个省(市)。该区域自然资源丰富,气候类型多样,花卉产业基础较好,优势产品在国内外有较高的知名度,引领全国切花产业的发展。

重点发展月季、香石竹、百合、非洲菊、菊花、洋桔梗、满天星等鲜切花,红掌、大花蕙兰、观赏凤梨、杜鹃等优质盆花,万寿菊、食用玫瑰等药食加工花卉,银杏、桂花、红枫、枫香、桢楠、海棠类等绿化观赏苗木,金弹子、梅花、罗汉松、紫薇等特色盆景和植物编艺;鼓励发展花卉种子(种苗、种球),开发利用杜鹃花、茶花和中国兰花等野生花卉新品种资源。进一步巩固发展大理茶花、北碚蜡梅、黔西南兰花等地域特色花卉。

6. 西北花卉产业区

本区域包括陕西、甘肃、宁夏、新疆4个省(区)。该区域幅员辽阔,光照充足,昼夜温差大,气候干燥,种质资源种类多,尤其是甘肃河西走廊光热资源丰富、自然隔离条件好,病虫害危害少,具有花卉制种优势。

重点发展牡丹、芍药、百合、大丽花、三色堇等花卉种子(种苗、种球);鼓励发展郁金香、唐菖蒲、百合、月季等切花,红瑞木、丁香、榆叶梅等绿化观赏苗木,玫瑰、薰衣草等食用、药用与工业用花卉。进一步巩固发展临夏牡丹、临洮牡丹、苦水玫瑰、兰州百合、新疆薰衣草等地域特色花卉。

7. 青藏高原花卉产业区

本区域包括西藏、青海和四川西部高原区。该区域高山花卉资源丰富,开发利用潜力较大。

重点发展百合、唐菖蒲、郁金香、玫瑰等种球与切花,高山杜鹃、报春花、牡丹、蔷薇、栒子和龙胆花等高山花卉,鸢尾、睡莲等水生花卉;鼓励发展绣球花、大百合花等盆花,雪莲花等药用花卉。

(二) 产品类型布局

1. 鲜切花

以华东、华南、西南地区为鲜切花生产核心区。该区域鲜切花生产经营水平、生产环境、市场营销能力、对外商贸往来频度、产业竞争优势等在全国均具有明显优势,产品向内供应全国,向外辐射东南亚、北非、中南欧,并辐射带动全国各地切花产业的发展。

重点发展月季、菊花、芍药、百合、香石竹、非洲菊、洋桔梗、红掌、马蹄莲等大宗切花，以及鹤望兰、文心兰、石斛兰、赫蕉、姜花、富贵竹、散尾葵等热带亚热带切花切枝切叶，绣球花、帝王花、针垫花、班克木、澳蜡花、薰衣草等新兴切花。

其他地区利用当地独特自然环境及气候条件，合理规划，鲜切花生产以满足当地市场需求为主，在一定程度上辐射周边地区，与华东、华南、西南地区鲜切花生产周期错峰上市。

2. 盆栽植物

以河北、江苏、浙江、福建、山东、广东、四川、云南等省为盆栽植物生产核心区。该区域盆栽植物产业基础良好、特色产品在全国有较高知名度、市场经济发达、民营资本雄厚。

重点发展大花蕙兰、蝴蝶兰、观赏凤梨、红掌、杜鹃花、中国兰花等高档盆花，仙客来、菊花、长寿花等常规盆花，一串红、矮牵牛、天竺葵等花坛花卉，以及迷你月季、天南星科、竹芋科、龙舌兰科等观花、观叶植物及多浆多肉植物。积极培育茵芋、铁筷子、铁线莲等新型盆栽花卉。

北京、内蒙古、辽宁、上海、海南、四川等其他省（区、市），根据本地区盆栽植物产业基础，发展蝴蝶兰、君子兰、仙客来、一品红、杜鹃花、金钱树、棕榈科植物、蕨类、人参榕等盆栽花卉及观叶植物，与核心产区省份形成优势互补，满足当地市场需求。

3. 观赏苗木

以河北、江苏、浙江、安徽、福建、山东、河南、湖北、湖南、四川等省为观赏苗木生产核心区。该区域观赏苗木产业基础良好，特色优势明显，产品辐射全国多个省份。

重点围绕已形成的花木重点产区和交易市场，加快建成观赏苗木产业聚集区，形成一批观赏苗木引种、繁育、生产、栽培养护等标准化示范基地。

4. 种子、种苗、种球

华北和东北地区以北京、天津、山西、内蒙古、辽宁等省（区、市）为主，重点发展一串红、三色堇、矮牵牛、四季海棠、万寿菊等节庆用花坛花卉制种，绿化用月季、菊花种苗，切花用百合、唐菖蒲、彩色马蹄莲种球，麦秆菊、补血草等干花原料植物种子。

华东地区以上海、江苏和浙江等省（市）为主，重点发展中国兰花、香石竹、菊花、非洲菊、红掌、观赏凤梨等花卉种苗，绿化用月季、杜鹃、茶花等种苗。

华中地区以湖北省为主，鼓励发展一串红、矮牵牛、三色堇等节庆用花坛花卉种子。

华东地区南部和华南地区以福建、广东等省为主，重点发展蝴蝶兰、杂交兰（小花型大花蕙兰）、观赏凤梨、中国兰花、红掌、白掌、粗肋草、竹芋、猪笼草等花卉种苗。

西南地区以云南省为主，重点发展菊花、香石竹、月季、非洲菊、百合、火鹤花等切花种苗（种球）。

西北地区以甘肃、新疆等省（区）为主，重点发展仙客

来、三色堇、孔雀草等花卉制种和大丽花、百合、郁金香种球生产等种苗，开展反季节生产。

5. 盆景

鼓励特色、传统盆景产区继续做大做强盆景产业。各地在传承本地传统盆景技艺和非物质文化遗产的同时，加强交流互鉴。鼓励选育适合造型的盆景植物，研发微型、迷你型盆景和果树盆景等特色新盆景。

6. 功能性花卉

鼓励探索食用花卉、药用花卉、康养保健花卉、精油色素等工业提取花卉的规模化、标准化生产和技术研发。根据各区域花卉产业发展的特色和成熟度，开发和发展菊花、金银花、玫瑰、茉莉花、万寿菊、牡丹、芍药、杜鹃、铁皮石斛、石蒜、百合、郁金香、薰衣草等茶用、药用、精油、色素、食用、芳香等多功能花卉的生产，对茶用、食用花卉进行质量安全风险评估与品质评价。

二、市场布局

在花卉主产地和主销地，根据花卉生产能力、消费需求分布及物流运输效率，对现有较为成熟的花卉市场进行升级，建设一批全国重点花卉市场。鼓励各地建立功能多样的省、市、县级花卉市场，形成功能互补、便民利民的多层级花卉市场网络体系，实行分类指导、分类管理，促进花卉供应链的高效运行。

（一）全国重点花卉市场

1. 主产地市场

依托江苏省常州市和南通市、浙江省金华市、福建省漳州市、山东省潍坊市、河南省许昌市、湖南省长沙市、广东省佛山市、四川省成都市、云南省昆明市等花卉主产地的现有花卉市场，建设一批全国重点花卉市场。

2. 主销地市场

依托北京市、辽宁省沈阳市、上海市、浙江省杭州市、河南省郑州市、湖北省武汉市、广东省广州市、重庆市、四川省成都市、陕西省西安市等主要花卉消费城市现有花卉市场，建设一批全国重点花卉市场。

（二）省、市、县级花卉市场

以全国重点花卉市场为辐射中心，结合各地花卉生产与消费实际，积极鼓励各省（区、市）利用现有花卉市场资源，建设集批发和零售于一体的省、市、县级花卉综合交易市场，有条件的乡镇、社区发展花园中心或零售花卉市场，体现区域特色，积极推进，稳步发展，逐步完善，不断满足本地及周边地区的花卉产品交易和人民群众的花卉消费需求。

第五章 发展重点

一、强化花卉种质资源保护体系建设

开展花卉种质资源普查，摸清我国特色原产花卉和珍稀濒危花卉种质资源种类、数量、分布状况、开发利用及保护状况。建立健全花卉种质资源档案，探索建立花卉种质资源DNA分子指纹图谱库、特征库和种质资源数据平台，为收集保存和合理利用花卉种质资源奠定坚实基础。

对我国原产花卉、传统名花、珍稀濒危花卉、特有花卉，在自然资源分布集中且遗传多样性较高、遗传基础较好有一定规模的居群区域，划定保护范围和保护对象，实行原地保护；对具有潜在利用价值和引进的优良花卉等种质资源，依托各地花卉科研院所和企业，重点进行异地保存。按照核心库、区域分库和特色库的体系，推进国家花卉种质资源库（圃）建设；在自然资源丰富、条件具备的省份，鼓励建设省级花卉种质资源库，对特有花卉种质资源进行重点保存。

二、加强花卉种业创新平台建设

依托现有花卉种业创新资源，加强花卉重点实验室建设，搭建花卉育种技术平台，组织全国花卉科研力量开展理论和技术原始创新，重点开展不同气候带主要花卉种类的种业创新基础研究与应用研究，以及花卉观赏性状形成机制研究、花卉重要功能基因挖掘及其应用技术研发、重要商品花卉的优良品种选育、传统名花品种保护与改良、乡土花卉选

优、名优新特花卉品种引种选育，解决花卉种业创新的重大技术理论问题。

依托现有花卉研发机构和花卉龙头企业，采取“产学研用”相结合的方式，开展畅销花卉种类的资源利用、品种培育、规模化生产和流通等方面关键性问题研究，解决花卉种子、种苗、种球生产和流通的关键技术问题。以选择育种、杂交育种为基础，以航天育种、诱变育种、倍性育种、基因编辑、转基因等高新技术为辅，构建传统方法与现代生物技术相结合的复合育种体系，聚合有利性状基因，提高育种效率，不断推出花卉新品种。

三、推动现代花卉产业基地建设

鼓励支持有条件的地方因地制宜发展现代花卉产业园区；引导建设一批有特色、差异化区域性产业集群，重点打造一批水平高、影响力大、辐射能力强的花卉产业集聚区。

在适宜制种的区域，依托国家级、省级花卉产业园区和重点花卉企业，统筹建设一批花卉种子种苗种球繁育生产基地，扩大省力化设施栽培和智能化植物工厂生产规模，加快形成自主品种繁育生产体系，提升繁育生产能力，降低对国外花卉品种、种苗的依赖。

培植建设一批管理水平高、科技支撑能力强、产品质量优、具有引领带动作用的花卉标准化生产基地，发挥示范带动作用；积极推进生产规模化、机械化和智能化，开展花卉生产全过程质量监督和环境友好认证；加强农药化肥等投入品的管理，大力推广绿色、安全生产模式。

加快推进我国花卉品牌建设，建立区域性和专业性品牌花卉生产体系，扩大品牌花卉生产规模和供应能力。重点建设一批月季、牡丹、兰花、茶花、杜鹃、梅花等中国特色花卉及花坛花境和城乡景观用花卉生产基地，推动中国传统名贵花卉产业发展。培育一批花卉龙头企业，增强我国花卉综合竞争力。

四、完善现代花卉市场网络建设

根据市场营销需求和花卉产业分布特点，分别在花卉主产区 and 大型花卉消费城市，培育一批全国重点花卉市场，加强市场信息实时发布和数据资源共享，加强市场监管，强化质量标准，实现互联互通。各省（区、市）依据消费需求和产品特色，在一些重点城市建设发展集批发、零售、组货、精准配送、售后服务等多功能于一体的综合性花卉交易市场，满足本地及周边地区的花卉交易和花卉消费的需求；依托各地农产品交易市场，建设产品定位、服务方式和经营模式差异化、体验型的花卉市场，建设线上与线下相结合的区域性花卉市场。结合城市更新和乡村振兴，建设各类小型花园中心、花店和销售点，形成花卉交易网络。

表 2 主产地全国重点花卉市场一览表

序号	城市名称	主营品类	兼营品类
1	江苏省 常州市	绿化观赏苗木	盆栽植物与切花等
2	江苏省 南通市	盆景	其他花木产品
3	浙江省 金华市	暖温带或亚热带绿化观赏苗木	盆花与切花等

4	福建省 漳州市	中小型盆景、盆栽植物、室内观叶植物批发	切花和热带亚热带绿化观赏苗木等
5	山东省 潍坊市	温带绿化观赏苗木	盆景、盆栽植物等
6	河南省 许昌市	温带绿化观赏苗木	盆花与切花等
7	湖南省 长沙市	暖温带或亚热带绿化观赏苗木	盆栽植物、盆景等
8	广东省 佛山市	盆栽植物、室内观叶植物、高档绿化观赏苗木批发	切花、中小型盆景、热带绿化观赏苗木等
9	四川省 成都市	暖温带、亚热带绿化观赏苗木和彩叶树种	盆景、盆栽植物、植物编艺与切花等
10	云南省 昆明市	鲜切花拍卖和一级批发	切花、盆栽植物与球根花卉等

表 3 主销地全国重点花卉市场一览表

序号	城市名称	建设方向
1	北京市	建成华北地区的切花、盆栽植物等花卉产品的集散中心和物流配送中心
2	辽宁省 沈阳市	建成东北地区的盆栽植物、切花、盆景等花卉产品的集散中心及物流配送中心
3	上海市	建成华东地区的切花、盆栽植物等花卉产品的集散中心和长江三角洲地区的物流配送中心
4	浙江省 杭州市	建成华东地区的观赏苗木集散中心及其周边城市群的物流配送中心
5	河南省 郑州市	建成华中地区的盆栽植物、切花、盆景等花卉产品的集散中心及物流配送中心
6	湖北省 武汉市	建成华中地区的盆栽植物、盆景、切花等花卉产品的集散中心及其周边城市群的物流配送中心

7	广东省 广州市	建成华南地区的盆栽植物、盆景、切花等花卉产品的集散中心及珠江三角洲地区的物流配送中心
8	重庆市	建成西南地区的盆栽植物、盆景、切花等花卉产品的批发、集散、物流配送中心
9	四川省 成都市	建成西南地区的盆栽植物、盆景、切花等花卉产品的批发、集散、物流配送中心
10	陕西省 西安市	建成西北地区的盆栽植物、盆景、切花等花卉产品的集散中心及其周边城市群的物流配送中心

五、优化现代花卉信息化体系

完善花卉产业数据统计体系，优化细化统计类别，开发线上报送数据软件，健全数据报送体系，完善数据报送制度，提升统计数据质量。

建立现代花卉产业信息平台 and 主要花卉产品数据库，推动实现花卉企业（单位）信息共享、合作交流、协同发展。规范花卉生产、加工、检测、物流、营销和消费应用等信息采集，及时发布花卉重点产区和消费市场信息，提供花卉种源、生产、营销、物流、科技和花文化等信息实时查询功能。

推进花卉企业充分利用互联网、物联网技术，重视区块链技术的应用，提升花卉生产智能化水平，实现生产过程的自动化和产销一体化高效管理。推动实行从分级、包装、保鲜、冷藏、运输到配送的全流程信息化管理，建立可追溯机制。依托现有大型互联网交易平台，或借助互联网、大数据产业发达地区建设新的互联网平台，打造有影响力、有特色现代花卉电子交易平台，建设高效花卉物流信息平台，加速线上服务和线下体验深度融合，促进新零售、新业态与新模式发展。

六、健全花卉标准和质量监督体系

完善全国主要花卉标准体系，推进花卉标准升级，推动中国花卉标准与国际标准接轨。制定花卉种质资源保护利用，花卉生产、流通、消费、产品等领域标准。加强花卉产品质检中心和监测机构建设与管理；健全内部质量保证体系，提高质检与监测机构管理人员素质，保证监督管理工作质量；推动建设各类花卉产品质量检验检测中心。

七、提升花卉职业技能教育质量

在现有花卉职业技能工种基础上，根据花卉产业发展和企业经营需要，调整和增设职业岗位或工种，完善并形成多层级的职业岗位标准、培训考核制度和使用激励政策。依托现有花卉相关教育机构和专业培训机构，逐步建立全国花卉职业技能教育培训体系，建立一批花卉培训中心，加强培训机构师资队伍和实操训练条件建设，规范培训行为，提升培训效果，培养高水平花卉职业技能人才。

根据产业发展的现状与趋势，制（修）订一批花卉相关职业（工种）的职业标准，完善培训大纲，更新培训内容与培训方式，提高培训质量，力争把重要花卉相关职业的职业技能等级证书纳入职业教育“1+X”（毕业证书+若干职业技能等级证书）范畴。鼓励开展各类花卉职业技能竞赛，搭建技术技能交流平台，发挥竞赛导向作用，以赛促练、以赛提能，大力培养工匠型技能人才队伍。

八、培植花卉发展新业态

充分拓展花卉产业生态涵养、休闲体验功能，综合利用花卉产业资源，重点发展一批主题鲜明的特色基地、主题公

园、特色小镇、园艺中心、康养基地等新型花卉综合体，实现花卉产业从单一种植向旅游、康养、深加工等领域拓展，促进花卉旅游、休闲观光与健康养生的融合发展；充分挖掘花卉的食用、药用价值，开发牡丹、菊花、百合、玫瑰、兰花、荷花等花卉食品、保健品、精油衍生品。引进和研发花卉精深加工设施设备，提升加工产品质量，提升花卉附加值，促进单一花卉种植向种植与加工复合型产业转型发展。

九、办好重要品牌活动

巩固和培育一批具有鲜明中国花文化特色和国际影响力的花卉展会、花艺比赛、花园展览等品牌活动。举办好2024成都世界园艺博览会（B类）和中国国际花卉园艺展览会等重要国际花卉展会，组织申办2029年世界园艺博览会（A1类），搭建国际交流平台，促进国际合作；办好中国花卉博览会，开展全国性花卉专业展会活动，展示花卉新产品、新技术、新成果、新应用，弘扬花文化，引导消费具有中国特色的花卉品种与产品；鼓励各省（区、市）组织举办各类省级花卉展销会。

十、加大花文化普及推广力度

重点挖掘花卉诗词歌赋、书法、绘画、戏曲等，研究花卉栽培与应用的古籍和史料，探讨建筑、雕刻、雕塑、用具、服饰中的花文化元素，传承和发扬我国传统插花、盆景和植物造型等花卉艺术。推进花卉园艺进社区、进学校和进家庭，普及花卉园艺知识，提高居民园艺综合素养和技艺水平，举办花卉讲座、培训、比赛、展览等喜闻乐见的花文化社区活

动。

持续推进花文化基地建设，利用城市公园、植物园、体育馆、博物馆、大专院校等公共资源，开展花文化宣传科普教育活动。对现有全国重点花文化基地改造提升，鼓励建设一批多功能花文化公园。

十一、深化国际交流合作

加强与国际园艺生产者协会（AIPH）、世界月季协会联盟（WFRS）、国际茶花协会（ICS）、亚洲花店协会（AFA）、国际植物园协会（IABG）、国际园艺学会（ISHS）等国际组织的联系，参与相关规则标准制定和重大事项决策，深入推进建立交流合作机制，不断提升中国花卉园艺的国际地位。加强与荷兰等花卉发达国家的广泛交流，积极汲取先进的花卉品种、技术和管理经验。发挥中国花卉协会、中国园艺学会等社团组织的独特优势，促进国内外企业交流合作，支持鼓励花卉企业到国外投资兴业。

第六章 保障措施

一、加强组织领导

鼓励花卉重点产区政府设立花卉行业管理机构，不断完善行业管理与服务职能。扶持各类专业经济合作组织发展，保障政策供给。健全花卉行业社会组织，加大培育与扶持力度，推动政府对行业社会组织的购买服务政策落实，充分发挥行业社会组织在调查研究、政策建议、规范市场行为、信用体系建设、统计与信息、技术咨询、人才培养等方面的重要作用，使其成为政府与花卉企业、专业合作社、花农联系的桥梁和纽带。各级花卉行业社会组织要加强自律，引导全行业遵纪守法、合法经营、诚信发展，推动和支持花卉行业信用体系建设。

二、完善政策措施

把花卉业发展纳入优势农产品区域和乡村振兴大格局中，在国土空间规划、法律法规、行政审批、财政投入、金融服务、招商引资等方面为花卉企业创造有利环境。花卉生产设施设备纳入农业机械购置补贴范围，将花卉市场建设作为地方功能性市场纳入国土空间规划。充分发挥资本作为市场经济重要生产要素的积极作用，鼓励和吸引金融信贷资金支持花卉业发展，推动出台花卉产业信贷新政策和金融新产品，拓展金融信贷服务领域，充分利用小额贷款政策，推进设施设备抵押、自主知识产权抵押、无抵押贷款等试点，帮

助花卉企业、专业合作社、农户及新型市场主体提高花卉生产能力和防风险能力。

三、强化科技支撑

积极争取花卉科研纳入国家和地方科技创新体系，重点支持资源收集保护、基础研究、种业创新、前沿技术和关键技术的研发，构建育种与繁殖、高新技术与常规技术相结合的花卉科技创新体系。支持花卉科研成果转化，纳入国家和地方科技推广体系，建设一批高质量花卉科技示范园。扶持花卉重点企业开展科技攻关，积极引进消化吸收国外先进花卉新品种、新技术，鼓励科研机构 and 花卉企业联合申请或创建花卉重点实验室和高科技示范园，推动科技创新、成果转化与市场需求的精准对接。

四、注重人才培养

树立“人才是第一资源”的理念，把高等农林教育放在优先发展位置。深化产教融合、校企合作，鼓励花卉企业举办高质量花卉职业技术培训。根据花卉行业对人才队伍的需求，调整完善花卉相关专业设置和人才培养标准。创新教育培训形式，改革教学内容和教学方法，加大对花卉科技、专业技能、经营管理、市场开拓、对外经贸和行业服务人才的培养力度，提高花卉人才培养质量。创新人才激励机制，吸引复合型高素质人才加入花卉行业，改善一线从业人员工作环境。鼓励花卉骨干企业参与制订花卉职业标准，自主开展技能培训，提升从事花卉行业的职业荣誉感与幸福感。

附录：名词解释

1. 花卉

花卉是指广义花卉概念，即具有观赏价值的植物总称。根据生产特点和用途，将花卉分为鲜切花类、盆栽植物类、观赏苗木、食用与药用花卉、工业及其他用途花卉、草坪、种子用花卉、种球用花卉和种苗用花卉、干花等。

2. 鲜切花

鲜切花是指从活体植物上剪切下来的用于观赏或装饰的植物器官。根据这些器官的主要观赏部位，又分为鲜切花（或简称切花）、鲜切叶（或简称切叶）和鲜切枝（或简称切枝）。

3. 盆栽植物

盆栽植物是指以观赏为目的而用容器栽培的植物。分为盆栽观花植物、盆栽观叶植物、花坛植物和盆景等类型。盆栽植物指未经过严格的修剪造型，以花、果、叶为主要观赏部位的植物，包括盆花和观叶植物两类，以花、果为主要观赏目标的归为盆花，以茎、叶为主要观赏目标的归为观叶植物。花坛植物类是指用于室外花坛布置的盆栽植物。盆景是指以植物、山石等为素材，运用微缩艺术布局手法和特殊园艺栽培技术，经过细致加工，以植株的造型艺术为主要观赏目标的盆栽植物。

4. 观赏苗木

观赏苗木是指以观赏为主要目的，用于绿化、美化而种植的木本植物。

5. 功能性花卉

功能性花卉是指主要为获得食品、饮料、药品，用于工业加工和其他用途原料而种植的花卉。

6. 花卉产品

花卉产品是指能够提供给市场，被人们使用和消费，并能满足人们对花卉的自然美、艺术美等方面需求的花卉植株或其根、茎、叶、花、果实、种子等各个部位及相关的组合物，其中渗透着相关的服务、文化、艺术与观念等。

7. 花卉业

花卉业是指人们所从事的以花卉产品为生产目的，具有确定的目标、对象、规模和系统规范的行业。

8. 花文化

花文化是人们在社会发展过程中以花卉为对象或主题创造的物质财富和精神财富的总称。

9. 花卉专业技术人员

花卉专业技术人员是指在花卉从业人员中，具有初级及以上技术职称的工作人员。