

上海市城市公园花展可持续发展研究

Sustainable Development of Flower Show in Shanghai Urban Parks

张廷华

ZHANG Ting-hua

摘要: 从上海市城市公园举办花展的现状出发, 分析和总结切尔西花展、库肯霍夫郁金香花展、东京世界兰花展等国外成功花展的经验, 以上海国际兰展、上海(国际)月季花展为案例, 分析国内花展在资金渠道、产业链、科研支撑等方面面临的困难和问题, 并对上海市城市公园花展可持续发展的路径提出区域协同发展、花展类型错位和打造花展品牌的建议。

关键词: 公园花展; 城市公园; 可持续发展

中图分类号: TU986

文献标志码: A

文章编号: 1671-2641 (2022) 02-0050-04

收稿日期: 2021-06-08

修回日期: 2021-08-05

Abstract: Based on the current situation of flower exhibitions held in Shanghai urban parks, this paper analyzes and summarizes the experiences of successful foreign flower exhibitions such as Chelsea Flower Show, Keukenhof Park Tulip Flower Show and Japan Grand Prix International Orchid Festival. Taking Shanghai International Orchid Show and Shanghai (International) Rose Show as examples, the paper analyzes the difficulties and problems faced by domestic flower shows in terms of funding channels, industrial chain, scientific research support, and puts forward suggestions for the sustainable development of flower show in Shanghai urban park, such as regional coordinated development, dislocation of flower show types and building flower show brand.

Key words: Flower show; Urban park; Sustainable development

截至2020年10月,上海市全市在册城市公园共有406座,预计到“十四五”规划末期,公园数量将增至1000座。这将大大推动上海“公园城市”框架体系的构建。目前,上海市城市公园全年有各类花展近50余次,规模不一,形式和内容丰富多彩,部分公园的花展已逐渐形成品牌效应和优势。

为了让更多的市民享受绿色生态产品和高品质生活,公园管理部门一直就“如何实现公园花展的可持续发展和区域协调发展”这一问题进行思考。其也是每座公园面临的问题。

1 公园花展可持续发展的含义

1.1 城市公园花展

目前,上海市城市公园分为综合公园、社区公园、历史名园和专类公园。专类园举办的花展,如上海(国际)花展、上海国际兰展等,规模一般较大,每年或每两年举办一次,服务人群以本市居民为主,全国或国际性的花展可辐射服务到长江三角洲乃至全国的游客。

综合公园举办的花展的游客一般以本区市民为主,有影响力的可辐射服务到全市市民。社区公园举办的花展较少,规模小或内容比较单一,以满足市民日常休憩娱乐为主。

1.2 公园花展可持续发展

公园花展的可持续发展一般应有明确的发展规划和展出方案、持续的资金支持、鲜明突出的主题、丰富多样的形式、不断创新的模式,从而带来游客量的持续增长和满意度的不断提升,并能培养市民游园赏花的爱好,以花展的可持续性带来经济效益和社会效益的可持续性提高,从而促进生态环境的可持续性改善。

2 近5年上海市城市公园花展概况

2015年起,上海市城市公园每年举办的花展总数为50场左右,并表现出逐年增长的趋势。2020年上海市城市公园计划推出专类花展或植物展50场,综合性花展近10场。专类花展或植物展以公园现有的地栽木本植物为主,如梅 *Armeniaca mume*、蜡梅 *Chimonanthus praecox*、海棠花 *Malus spectabilis*、杜鹃 *Rhododendron simsii* 等,展期大部分集中在春季,一般搭配布置小景点和盆栽观赏植物。综合性花展呈现的面貌更加丰富多彩,综合应用植物新品种、园艺新技术和展出新形式,搭配布置的景点多,多采用室内、室外相结合的布展方式。目前,全市公园花展的主题植物有蜡梅、梅、东京樱花 *Cerasus yedoensis*、玉兰类 *Yulania* spp.、芸薹(油菜花) *Brassica rapa*、郁金香 *Tulipa* × *gesneriana* (或春花类球根植物)、芍药 *Paeonia*

lactiflora、牡丹 *Paeonia × suffruticosa*、海棠花、杜鹃、紫藤 *Wisteria sinensis*、月季花 *Rosa* spp.、鸢尾 *Iris* spp.、萱草 *Heemerocallis* spp.、八仙花 *Hydrangea* spp.、莲 *Nelumbo nucifera*、睡莲 *Nymphaea* spp.、桂花 *Osmanthus fragrans*、菊花 *Chrysanthemum morifolium* 和欧洲水仙 *Narcissus tazetta* 等，春花类植物较多。

2015年起，上海市公园管理部门对全市公园花展资源进行整合和区域平衡，一些综合性花展开始采用主会场和分会场相结合的形式。如2015年上海杜鹃花展首次采用以滨江森林公园为主会场，方塔园和醉白池公园为分会场的办展形式，收效明显；2019年举办的第十三届全国菊展，以共青森林公园作为主会场，嘉定汇龙潭公园和松江方塔园为分会场，主分会场各有侧重，上下联动。2020年上海（国际）花展以上海植物园为主会场，上海之鱼泡泡公园和徐家汇商圈为分会场，通过庭院布置、新优植物应用等形式，促进城市环境绿化品质的提升。

3 国外花展研究

3.1 经典案例

3.1.1 切尔西花展

切尔西花展（Chelsea Flower Show）由英国皇家园艺学会主办，始于1862年皇家园艺学会的春季花展（RHS Great Spring Show），仅在第一次世界大战（1917—1918年）和第二次世界大战（1939—1946年）期间停办^[1]。展区4.5 hm²，花展期间吸引游客量约为16万人次^[2]。

切尔西花展一直秉承“推广最佳花卉产品，展示最佳花园”的宗旨^[3]。全方位展示植物的应用技术，使花园艺术进入市民的日常生活，是切尔西花展保持百年活力的主要原因。在英国特有的花园文化背景下，花展的组织者、花展的内容、参展商以及参观者之间的良性互动，共同推动了花展的可持续发展^[4]。

3.1.2 库肯霍夫郁金香花展

库肯霍夫公园（Keukenhof Park）位于荷兰阿姆斯特丹近郊的小镇丽兹（Liesj），库肯霍夫郁金香花展是目前世界上种类最丰富的球根花卉展。花展于1950年正式对外开放，展期为每年3—5月。开园第一年接待游客23万人次，近几年，每年的游客量攀升至80—90万人次^[5]。2019年的线上开园仪式，在线观看人数达2200万。

荷兰民众对郁金香的热捧促进了郁金香花卉产业的发展，而花卉产业的发展催生了花展的举办。与切尔西花展一样，库肯霍夫花园对进入花园展示的种球和品种要求极高，力求将最精美的花园景色展现给游客，并举办丰富多彩的互动活动。这是花展经久不衰、保持经典花园美誉的关键。

3.1.3 东京世界兰花展

东京世界兰花展（Japan Grand Prix International Orchid Festival）自1991年开始举办，每年一届，是日本最大型的兰花盛会，被誉为世界三大兰展之一。东京兰展的商业化程度高，新品种或流行品种进入市场的速度快，促进了新品种的交易和生产。

参展作品不仅来自从业人员，还来自很多兰花爱好者。日本皇室成员参与兰展，与切尔西花展受到英国王室追捧一样，提高了媒体与民众对花展的关注度。为持续增加兰展的媒体曝光度及趣味性，主办方还邀请明星、植物界的网红到现场，使兰展成为一场全民互动的活动。

3.2 成功经验总结

切尔西花展、库肯霍夫花展等都是举办成功且收效显著的著名花展，成功的花展有很多相通之处：

1) 植物产品精良，现场布置精美。优良的植物材料是优秀花展的必备条件。选择适宜的展陈设计，以最美的形式展示植物的最佳形态，更是对参展商和设计者的最大考验。20世纪60—70年代，切尔西花展曾经历因展示方式陈旧和消费群体改变而门票销量急剧下降的情况^[1]。所以对极致品质追求的专业性和专注性是花展长盛不衰的关键。

2) 花卉产业发达，消费需求旺盛。全球几大著名花展都是园艺产品或园艺活动需求发展的产物。切尔西花展在办展初期就有苗木商、园艺工具和肥料零售商、艺术家、出版商和专业组织等的参与，库肯霍夫花开展设了特色不同的功能区以展示各类产品。这些都共同促成了花卉产业链的完整建立和充分延伸。

3) 配套活动丰富，观众参与度高。观众的观感和体验良好，是花展可持续发展的基础。切尔西花展在办展初期就为观众专设了休息、野餐和欣赏表演的区域，库肯霍夫公园更是利用公园的立地条件，提供骑行、泛舟、花车游行、专题展示等互动活动，丰富观众的观展体验，吸引更多的群体参加。

4) 产出投入比高，形成良性循环。花展的成功举办需要资金的持续投入和支持，花展品牌的建立和打造又会为花展吸引更多的关注和投资。切尔西花展的展示花园在初期是由设计者个人出资建设，采用冠名模式后有更多的商业组织或慈善机构加入，加上门票收入的持续增长，经历百年依旧热度不减。花卉供应商共同参与库肯霍夫公园的运营，为公园的持续运营提供了保障。

5) 突破行业局限，成为社交平台。著名花展能吸引社会各界人士前来，成为国际和国内多行业和多领域交流的平台。切尔西花展、库肯霍夫花展和东京兰展都受到本国皇室的青睐和赞助。并且，在花展举办期间，举办地的一些服装、手表、珠宝品牌也用各种植物把销售门店装饰一新^[2, 6]。花展的“朋友圈”在不断扩大。

6) 园艺消费完全融入日常的生活。1916年之后的切

尔西花展一直强调花展的主要功能是促进相关学科和教育的发展。几大花展都在展会期间提供各种园艺体验活动,以及观众与专业从业者交流的机会,并关注儿童园艺兴趣的培养,让园艺成为生活日常的必须,让园艺走入生活。

4 上海城市公园花展分析

4.1 上海国际兰展

2013年至今,上海辰山植物园已举办了5届上海国际兰展。通过历届冠军兰花的评比,国际兰展培养和带动了一批来自海南、云南、南昌等地的兰花从业者。我国有越来越多的兰花种植户和参展商的名字出现在上海国际兰展的兰花获奖名单中^[7]。

2013年举办的第一届兰展对辰山植物园游客量增长的拉动效果明显,游客量较2012年同期翻了近一番,对全年游客量的贡献最大,展期游客量占全年游客量的30%。其和2014年举办的第二届兰展,对提升辰山植物园的知名度起到了重要的作用,为后续游客量的持续增长奠定了良好的基础。2016年,第三届国际兰展叠加“五一”小长假和月季花盛花期,助推游客量突破30万人次,居展期同期游客量之首。

2014年后,即使在无主题花展举办的情况下,与展期同一时间段(3月底至4月中旬)的游客量依旧高居不下,2019年的游客量甚至超过了2013年第一届兰展创下的最高值。结合园区的规划建设、特色植物景观的打造和提升,以及历年游客量的对比研究,分析有以下几方面的原因:

1) 每年3月下旬至5月中旬(春季)是辰山植物园的游园高峰,4月基本是游园的最高峰月。2012—2019年,每年3月21日—5月20日的游客量平均占全年游客量的46%(表1)。

表1 历年春季游客量分析

年份	游客量占全年游客量的比例
2012	41%
2013	51%
2014	44%
2015	44%
2016	47%
2017	44%
2018	47%
2019	50%

2) 辰山植物园自2010年起建设和打造河津樱 *Cerasus × kanzakura* ‘Kawazu-zakura’ 大道和染井吉野樱花(东京樱花)大道,通过近十年的植物养护栽培和景观提升改造,樱花大道的景观效果日趋完善和令人震撼。市民游客更是在欣赏春日美景的过程中,养成“看樱到辰山”的赏花习惯。

3) 辰山植物园自2018年起重点打造的喜林草花甸景观和福禄考花毯景观,对游客量的增长也起到了很好的助推作用。

以上说明市民春季外出踏青的需求旺盛,游园赏花的出行习惯在逐步强化;此外,市民赏花游园的偏好是可以透过特色和精致植物景观的打造来引导和培养的,这为公园花展的可持续发展提供给了一个思路。

4.2 上海(国际)月季花展

辰山植物园举办的上海(国际)月季花展(4月底至5月下旬),旨在为国内外月季花育种、栽培、文化和艺术领域的专家和从业人员搭建交流的平台。在花展期间,辰山植物园通过举办研讨会、园艺大讲堂、草地音乐节、摄影展、月季评比等主题活动,弘扬月季文化和打造地方特色,促进国内外合作交流,同时发挥自身在月季花品种研究和城市推广中的优势。

辰山植物园目前已于2015年、2017年、2019年举办了3届月季花展,其对游客量的拉动效果明显,游客量逐届稳步增长。月季花展一般持续1个月,期间游客量占全年游客量的20%(3届花展的平均值)。以多年生或木本类植物为主的花展,可通过加强日常养护的精细化程度,保持植物良好的生长势,减少临时景点的布置,促进花展进入可持续发展。

5 问题

公园举办花展,丰富了绿色生态产品的供给,提高了市民的生态获得感,但在办展过程中仍面临着资金渠道窄、产业链不长和科研支撑弱等问题。

5.1 资金渠道较窄

目前,上海市绝大部分城市公园是免费开放,“十四五”期间收费公园的数量还将继续减少。公园花展的费用多来自财政资金支持,资金渠道较窄,企业捐赠、赞助、冠名等资金支持的情况很少,办展模式一般是“政府出资—企业办展—市民获利”。

5.2 产业链不长

公园花展对于建立完整产业链的促进作用比较小,对于园艺产业链更是延伸不够长,覆盖面不够广。园艺产业链的上游是企业、科研院所,下游是广大的消费者,公园花展的中间平台作用尚未充分发挥。公园花展对于植物新品种培育、园艺潮流引领、消费习惯培养等的促进作用有限。

5.3 科研支撑不强

专类园举办花展的重要目的之一是搭建交流平台,推动行业 and 产业发展,从而为市民提供更多高质量的园艺产品和更精彩的花展。但绝大部分公园不具备科研能力或科研的支撑能力有限,又未能将科研院所、企业的研究热情调动起来。科研动力不足、支撑能力不强已成为花展可持续发展的瓶颈。

6 对策

从全市公园范围看,城市公园花展可通过区域协同发展、花展类型错位和打造花展品牌,推动实现全市公园花展的可持续发展。

6.1 区域协同发展

对于公园行业而言,以“大”公园带动“小”公园,开设花展主会场和分会场,既可以为公园引入更丰富的花展资源,也可以为市民游客提供多样化的赏花选择,扩大花展的服务覆盖面,增强花展的辐射能力^[8]。“背靠大树好乘凉”,公园还可与所在区域的文旅单位、社会组织结成联盟,广泛借用行业内外的资源,实现资源共享,优势互补。如辰山植物园位于松江旅游度假区,花展或节假日期间便可共享度假区的短驳交通、安全保障等资源。又如上海植物园将上海(国际)花展延伸至徐家汇商圈,在拓展花展覆盖面和受益面上取得了一定的社会效益。

6.2 花展类型错位

城市公园花展类型与公园的定位、特色植物景观和“一园一品”的打造等有密切的关系,更与公园行业的整体规划和发展息息相关。全市公园办花展,需要有区分点和侧重点,错位发展,良性竞争,才能百家争鸣、百花齐放。社区公园“办小展、办常展”,综合公园和专类园“办大展、办特展”,发挥公园自身优势,因“园”制宜,量体裁衣,不盲从,不跟风,尽量避免花展主题和内容同质化。

6.3 打造花展品牌

公园花展在促进产业发展、拉动消费、满足人民美好生活需求方面都有积极的作用。要实现可持续发展,公园花展需要成长为品牌,在花展品牌建设和花展形象管理上下功夫,进而打造成为城市的靓丽名片。公园花展要实现可持续发展,需要建设精品园林,打造精致花展,提供优质服务,成长为“大树”,产生品牌效应,吸引多方资金入驻,从而促进花展进入良性循环。品牌的建设具有长期性,公园花展品牌的建设需要过硬的花展质量、良好的行业形象、美好的文化价值和优秀的管理机制,每一项都需要长期地精心耕耘和培育。

城市公园花展单靠公园或行业的“自娱自乐”难以走得长远。只有充分调动花展产业链各环节和端口的全面参与,共同促进花展进入可持续发展,才能为市民提供可持续的绿色产品和服务。

参考文献:

- [1] BRENT ELLIOTT. RHS Chelsea Flower Show—The First 100 Years: 1913–2013[M]. London: Frances Lincoln Limited, 2014.
- [2] 林小峰, 赵婷. 切尔西花展成功的秘诀: 高度专业与深度商业的嫁接[J]. 园林, 2016(7): 36–41.
- [3] 叶剑秋. 百年切尔西, 英伦花园史[J]. 园林, 2013(11): 74–79.
- [4] 刘婷婷. 英国园艺的发展机制研究[J]. 花卉, 2018(12): 109–110.

[5] 叶剑秋. 球根花卉专类园的典范——库肯霍夫郁金香花展[J]. 园林, 2018(9): 44–49.

[6] 王秉洛. 走进 2006 切尔西花展[J]. 中国园林, 2007, 23(5): 17–24.

[7] 田娅玲, 胡永红. 专题性花展可持续发展之路的对策与思考——以上海国际兰展为例[J]. 绿色科技, 2020(5): 17–20.

[8] 吴人韦, 苏晓静. 当代德国园林展的风景园林规划策略解析及其启示[J]. 中国园林, 2006, 22(2): 42–48.

作者简介:

张廷华/1984 年生/女/山东临沂人/硕士研究生/上海辰山植物园(上海 201602)/高级工程师/专业方向为植物栽培管理、公园花展及公园管理研究