

平阴玫瑰产业发展规划(2023-2026)



平阴县特色产业发展中心
二〇二三年六月

前言

为贯彻落实贯彻党的二十大精神和习近平总书记关于乡村振兴产业发展和增进民生福祉的重要论述，厚植平阴县特色产业发展新优势，深入推动平阴玫瑰产业高质量发展，更好地服务于富民强县跨越赶超发展战略，依据上位规划，结合我县实际，编制《平阴玫瑰产业发展规划（2023—2026年）》（简称：《规划》）。

《规划》是指导全县玫瑰产业以现代化产业体系推动高质量发展的重要依据，旨在明确平阴县发展玫瑰产业的指导思想、总体目标、发展领域及方向、重点任务和保障措施，突出科学性、战略性、前瞻性、指导性和可操作性，是推动平阴特色产业高质量发展的行动指南。

目录

第一章 规划总论	4	二、国内玫瑰产业布局分析	21
第一节 规划背景意义	4	三、平阴玫瑰产业在我国的地位分析	21
一、规划背景	4	第三章 产业发展基础分析	23
二、规划意义	5	第一节 产业发展基础	23
第二节 规划编制依据	5	一、区位条件优势突出	23
一、国家层面	5	二、经济实力稳中向好	23
二、山东层面	6	三、营商环境日益优化	24
三、济南层面	8	四、自然资源环境适宜	24
四、平阴层面	9	五、全产业链体系初步构建	25
五、总结	10	第二节 平阴玫瑰发展存在的问题	27
第二章 玫瑰产业发展分析	12	一、种植环节存在的问题分析	27
第一节 玫瑰产业概况	12	二、产品加工环节存在的问题分析	28
一、玫瑰的生物学特点	12	三、产品营销环节存在的问题分析	28
二、玫瑰的价值范畴	17	四、产业文化打造存在的问题分析	29
三、玫瑰产业链分析	19	第三节 发展战略分析与筛选	29
第二节 全球玫瑰产业发展分析	19	第四节 平阴玫瑰产业发展的战略选择	31
一、产业规模分析	19	一、资源驱动转变为创新驱动发展战略	31
二、产业布局分析	20	二、产业结构调整促经济高质量发展战略	31
第三节 国内玫瑰产业发展分析	20	三、积极承接产业转移与资源引进战略	31
一、国内玫瑰产业规模分析	20	四、搭建双创平台完善创新环境发展战略	31
		五、“金字招牌”与“特色品牌”战略	31

六、改头换面打造新型园区战略.....	32	三、坚持产业赋能中心带动圈层式产业发展.....	72
第四章 玫瑰产业发展对比研究.....	33	第二节 产业选择思路.....	72
第一节 国内外玫瑰产业发展对比.....	33	第三节 产业体系构建.....	73
第二节 国内主要玫瑰产区发展分析.....	36	第七章 产业发展路径.....	75
一、甘肃永登苦水玫瑰.....	36	第一节 科技创新驱动，构建产业新高地.....	75
二、新疆和田于田玫瑰.....	38	一、构建玫瑰研发平台.....	75
三、云南昆明食用玫瑰.....	41	二、建立玫瑰种质资源库.....	75
第三节 国际玫瑰产业发展分析及借鉴.....	45	三、加强创新研发能力.....	75
一、法国格拉斯特色玫瑰产业发展之路——“香水之都”格拉斯小镇..	45	四、加大玫瑰科研投入.....	76
二、保加利亚特色玫瑰产业发展之路——“玫瑰之都”卡赞勒克.....	45	第二节 科学化种植，助力提质增效.....	76
第五章 总体定位与发展目标.....	66	一、打造玫瑰种植标准化生产基地.....	77
第一节 指导思想.....	66	二、提升观赏玫瑰发展水平.....	78
第二节 规划原则.....	66	第三节 产业化生产，助力产业升级.....	79
第三节 发展定位.....	67	一、拉长玫瑰产业链条.....	79
第四节 阶段目标.....	67	二、构建产业大脑.....	80
一、总体目标.....	67	三、聚焦“颜值经济”打造“美丽产业”.....	81
二、阶段目标.....	69	四、培育龙头企业.....	81
第六章 产业体系构建.....	71	五、加大机械设备利用率.....	81
第一节 产业发展导向.....	71	六、发展玫瑰产业循环经济.....	82
一、坚持区域发展五大原则.....	71	第四节 编制产业图谱，围绕产业链精准招商.....	82
二、坚持产业发展四大导向.....	71	一、构建平阴玫瑰招商圈层.....	83

二、创新多元化招商模式.....	83	二、打造平阴爱情海玫瑰文化博览园.....	89
三、构建平阴玫瑰产业招商图谱.....	84	三、推进休闲农业和乡村旅游精品工程项目.....	89
四、培育招引优秀企业.....	86	四、推进田园综合体建设.....	90
第五节 打响区域公用品牌实现全面良性共赢.....	86	五、规划“双环”路网交通体系.....	90
一、打造有影响力的地方区域品牌.....	86	第九节 发展会展经济，助力玫瑰精品品牌打造.....	90
二、加大平阴玫瑰宣传力度.....	86	一、举办中国（平阴）玫瑰产品博览会.....	90
三、建立玫瑰产品溯源体系.....	87	二、建设玫瑰博览会国际会展中心.....	90
四、加强玫瑰产品质量安全监管与检测.....	87	三、举办世界玫瑰小姐大赛.....	90
五、品牌形象代言.....	87	四、举办世界玫瑰“赛花会”.....	91
第六节 搭建专业交易中心，构建良好产业生态.....	87	第八章 空间布局.....	92
一、建立平阴玫瑰展示交易中心.....	87	第一节 空间布局原则.....	92
二、建立平阴玫瑰数字化“产地仓”.....	88	第二节 产业空间布局.....	92
三、建立玫瑰智能冷链物流中心.....	88	第九章 规划实施保障措施.....	94
四、建设市场研发中心.....	88	一、组织保障.....	94
五、拓展平阴玫瑰营销网络.....	88	二、政策保障.....	94
第七节 玫瑰与文化创意相融，叠加文化创意的前沿价值.....	88	三、资金保障.....	94
一、积极开展玫瑰文创活动.....	88	四、科技保障.....	95
二、重视玫瑰文化创意产业发展.....	89	五、人才保障.....	95
三、开展玫瑰创客服务.....	89	六、品牌建设.....	96
第八节 实施“农业+”模式，谱写乡村振兴新篇章.....	89	七、风险防控.....	96
一、推动国家级玫瑰产业项目建设.....	89	附件一：平阴玫瑰产业发展重点项目库.....	98

第一章 规划总论

第一节 规划背景意义

一、规划背景

全球经济链、价值链平稳性持续降低。当前，世界经济增速放缓，全球价值链面临前所未有的挑战，呈现竞争优势重塑、经贸规则重建、力量格局重构的叠加态势。俄乌战争、中美关系、区域地缘政治危机等“灰犀牛”“黑天鹅”事件层出不穷，正在加速世界经济、政治、科技和治理格局的深刻调整和演化，全球产业链、供应链收缩重构，经济全球化遭遇逆流，对传统的生产模式、生活方式、贸易结构产生重大影响，世界经济的不确定性明显增强。

国家全面推进乡村振兴战略。“十四五”时期，以习近平同志为核心的党中央把乡村振兴作为治国理政的头等大事，国家国务院出台、制定了一系列关于农业高质量发展的方针政策：《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》《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》等。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的构建，既充分挖掘国内市场潜力，也更大力度吸引外资、发展外贸，为全国上下发展特色农业、促进产业兴旺、实现乡村振兴奠定了坚实的制度基础和保

障。

特色产业奠定乡村振兴核心引擎。近年来，以玫瑰、牡丹等为代表的特色农业兴起，有效带动了农民增收，促进农村经济发展。其中，玫瑰产业是集经济效益、社会效益、生态效益“三效合一”以及劳动密集、资金密集、技术密集“三密合一”的绿色产业，被称作新世纪“朝阳产业”之一。据市场调查，近十年来，玫瑰产业市场日趋扩大，一二三产业融合发展的带动效应十分明显，以玫瑰为主题的特色旅游如火如荼，玫瑰及其制品生产结构不断优化，交易方式多样快捷，“花样经济”逐步成为区域经济高质量发展的核心引擎。

山东深入打造乡村振兴齐鲁样板。近年来，山东从点上探索到全面推进、全面提升，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，持续深入打造乡村振兴齐鲁样板，改革红利加速释放，为高效启动农村市场特色产业发展提供制度保障。平阴玫瑰产业得到各级党委政府的高度重视，先后被列为全省优势农业特色产业和济南市重点培育的十大特色产业之首，成功创建省级现代农业产业园，目前正争创国家级示范园区，助推更深层次的一二三产融合。

济南大力扶持特色产业发展。作为“一带一路”玫瑰东方起点，济南拥有中国约30%的玫瑰种植面积、50%的玫瑰产品生产企业以及出油率最高的玫瑰品种，成为中国最大的玫瑰资产交易中心、玫瑰产品集散地以及中国玫瑰产品博览会永久举办地。平阴玫瑰地处济南特色产业高质量发展的核心，在《济南市支持平阴县加快发展若干政策措施》中提

出：从交通体系构建、产业高质量发展、乡村振兴、要素保障等方面支持玫瑰产业发展，对玫瑰三产融合项目给予重点扶持，壮大玫瑰产业集群，主办中国玫瑰产业博览会和“一带一路”玫瑰产业合作论坛，积极宣传、推介“中国玫瑰之都”金字招牌。

平阴积极提质玫瑰产业发展。作为“中国玫瑰之都”、世界玫瑰主产区之一、济南城市“西兴”战略的桥头堡，平阴是济南落实黄河国家战略、建设黄河流域中心城市、国际国内双循环战略枢纽的重要支撑。近年来，平阴以玫瑰产业高质量发展为引领，充分发挥省会城市辐射周边的战略支点作用，主动融入全市发展新格局，以玫瑰兴业、玫瑰美景、玫瑰惠民为核心发展理念，以玫瑰高端产业园、玫瑰特色小镇建设为契机，积极打造玫瑰“全产业链”，擦亮“平阴玫瑰”靓丽名片。

二、规划意义

《规划》将作为指导平阴玫瑰特色产业高质量、可持续发展的纲领性文件，本规划重要的现实意义主要体现在以下几方面。

1、有利于发展壮大乡村特色产业，助力农业增效农民增收。

规划将坚持“以农为本”的原则，坚持以科技创新为引领，构建全新产业生态体系，搭建产业网状结构，持续推动乡村产业基础高级化、产业链现代化。坚持推动农业农村优先发展，做强乡村产业，推进乡村振兴，着力促进农业增效、农民增收。

2、有利于构建现代玫瑰产业体系，增强高质量发展新动能。

近年来，平阴县努力实现城市功能定位的和谐相生，把平阴打造成

为中国玫瑰之都。本规划的编制，以构建现代产业体系为目标，促进玫瑰产业“研发、种植、加工、运输贮藏、销售、文旅”全链式发展，打造以特色农业为基础，以玫瑰精深加工产业为核心，以文旅休闲、电子商贸为双翼，以现代服务、数字信息为配套服务的玫瑰全产业链体系，提升产业创新能力、加强上下游产业布局规划、加强产业布局统筹协调，推动平阴玫瑰产业形成共生互补的产业生态体系。

3、有利于促进区域产业、城市与生态协调发展。

规划将坚持“生态优先、产城融合发展”理念。坚持生态环境保护优先，坚持绿色发展，坚持工业发展和城市建设两手抓，将产业功能、城市功能、生态功能融为一体，提升玫瑰产业集聚功能和竞争力，构筑宜业、宜居、宜商、宜游的发展格局，有利于促进区域产业、城市与生态协调发展，有利于人才集聚。

第二节 规划编制依据

一、国家层面

1、《中华人民共和国乡村振兴促进法》（2021年4月29日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议）

解读：发挥农村资源和生态优势，支持特色农业、休闲农业、现代农产品加工业等乡村产业的发展；引导新型经营主体通过特色化、专业化经营，合理配置生产要素；支持特色农产品优势区、现代农业产业园、农业科技园、农村创业园、休闲农业和乡村旅游重点村镇等的建设。

2、《中共中央国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》（国办发〔2023〕1 号）

解读：推动乡村产业高质量发展，做大做强农产品加工流通业、培育乡村新产业新业态、完善产业空间布局。

3、《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》（2021 年 3 月 11 日第十三届全国人大四次会议）

解读：展望 2035 年，基本实现农业现代化，美丽中国建设目标基本实现。

4、《“十四五”全国种植业发展规划》（农农发〔2021〕11 号）

解读：提高主要商品玫瑰自育品种的市场占有率，玫瑰产业链、供应链体系初步形成。巩固提升优势产区，积极发展独特品种、特殊品质和特定区域的产品、促进差异化发展。

5、《“十四五”推进农业农村现代化规划》（国发〔2021〕25 号）

解读：加强特色农产品优势区建设，发掘特色资源优势，建设特色农产品优势区，完善特色农产品优势区体系。加快农村三产融合发展，把产业链的主体留在县域，把就业机会和产业链增值收益留给农民。

6、《“十四五”全国农业农村信息化发展规划》（农农发〔2022〕4 号）

解读：推进“十四五”时期农业农村信息化加快发展，更好支撑农业农村现代化和乡村全面振兴。

7、《关于促进农业产业化龙头企业做大做强的意见》（农产发〔2021〕

5 号）

解读：支持龙头企业创新发展、做大做强。

8、《关于拓展农业多种功能促进乡村产业高质量发展的指导意见》（农产发〔2021〕7 号）

解读：到 2025 年，农业多种功能充分发掘，形成以农产品加工业为“干”、贯通产加销，以乡村休闲旅游业为“径”、融合农文旅，以新农村电商为“网”、对接科工贸的现代乡村产业体系。

9、《全国乡村产业发展规划（2020—2025 年）》（农产发〔2020〕4 号）

解读：坚持农业农村优先发展，以实施乡村振兴战略为总抓手，以三产业融合发展为路径，发掘乡村功能价值，强化创新引领，突出集群成链，延长产业链，提升价值链，培育发展新动能。

10、《地理标志保护和运用“十四五”规划》（国知发保字〔2021〕37 号）

解读：提升地理标志保护和运用水平。

11、《乡村振兴战略规划（2018—2022 年）》

解读：壮大特色优势产业，培育提升农业品牌。

二、山东层面

1、《山东省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》（2021 年 2 月第十三届人大五次会议）

解读：增强现代优势特色产业核心竞争力，推进“百园千镇万村”

工程，优先发展农业农村打造乡村振兴齐鲁样板，把解决好“三农”问题作为重中之重，全面推进乡村振兴。

2、《山东省促进化妆品产业高质量发展实施意见》(鲁工信消〔2022〕22号)

解读：围绕玫瑰等特色产品或资源优势，以技术为核心，以资本为纽带，整合周边研发、设计、物流、营销等资源，打造多层次多区位多品类发展格局。打造美妆界的网红打卡地、平阴玫瑰等地域特色区。开发丰富化妆品品种。

3、《山东省特色农产品优势区建设规划（2018—2022年）》（鲁发改2018年12月29日）

解读：加快推进特色农产品优势区建设，积极创建玫瑰等特优区。鲁中玫瑰产业区主要发展观赏苗木、盆栽玫瑰、食用药用玫瑰及盆景赏石等产业。特色园艺产品品种和重点区域。

4、《地理标志保护和运用“十四五”规划》（2022年3月21日，市场监管局）

解读：形成以平阴玫瑰等地理标志品牌为引领，龙头企业带头加强研发设计和品牌营销，中小微企业参与分工协作和配套服务的地方支柱产业、特色产业和区域品牌。

5、《关于加快县域经济健康发展转型发展的若干意见》（鲁办发〔2018〕33号）

解读：促进乡村产业融合，以县域为支撑，促进产业链相加、价值

链相乘、供应链相通“三链重构”，形成全环节提升、全链条增值、全产业链融合的农业“新六产”发展格局。实施农产品加工业提升行动。

6、《山东省黄河流域生态保护和高质量发展规划》（中共山东省委、山东省人民政府，2022年）

解读：加快培育特色优势现代产业体系，打造黄河流域高质量发展实验区。丰富创意农业、生态体验、特色民宿等农村消费场景，打造乡村振兴齐鲁样板。

7、《山东省乡村振兴战略规划（2018—2022年）》和5个工作方案（中共山东省委、山东省人民政府，2018年）

解读：实施乡村振兴战略，打造乡村振兴齐鲁样板。绿色生态农业六大工程。大力发展特色农产品品牌，平阴玫瑰等特色品牌培育工程。

8、《山东省乡村旅游提档升级工作方案》（鲁政办字〔2017〕84号）

解读：建设全域旅游示范县、全域旅游示范镇、乡村旅游示范村，打造平阴玫瑰等林业旅游商品品牌。

9、山东省人民政府关于农业优势特色产业培育方案（2021—2025年）的批复（鲁政字〔2021〕94号）

解读：进一步培育壮大平阴玫瑰等优势特色产业，推动农业优势特色产业高质量发展。

10、《山东省“十四五”林业保护发展规划》（鲁自然资发〔2021〕17号）

解读：优化玫瑰产业布局。依靠新技术创造玫瑰培育与种植、加工、旅游、休闲融合发展的新业态和新模式，逐步实现玫瑰生产经营专业化、特色化、现代化，推进玫瑰产业转型升级。

三、济南层面

1、《济南市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》（2021年5月济南市第十七届人民代表大会第三次会议）

解读：大力培育平阴玫瑰等农业特色品牌，提升平阴玫瑰节的品牌影响力。打造文旅健康产业融合发展区。依托优美自然风光、丰厚文化底蕴，强化阿胶、玫瑰、中草药等特色品牌效应，加快发展以健康食品、休闲康养、生态旅游为重点的大健康产业。

2、《济南市人民政府办公厅关于印发加快现代种业创新发展全力打造中国北方种业之都的行动方案的通知》（济政办发〔2021〕8号）

解读：重点开展平阴玫瑰等地方优势特色生物种质资源保护和创新利用。以市玫瑰产业研究院为依托，推动商河玫瑰、平阴玫瑰等产业转型升级。重点开展平阴玫瑰等具有地方特征的种质资源遗传多样性和精准鉴定评价研究工作，挖掘优异基因资源，创制新的种质资源。

3、《济南市农产品区域公用品牌建设指南》（济政办字〔2017〕70号）

解读：发挥品牌农业的引领作用，推进我市农产品区域公用品牌项目建设，主要创建内容：品牌培育能力建设，品牌管理能力建设，品牌

传播能力建设。

4、《济南市“十四五”文化和旅游发展规划》（济文旅发〔2021〕109号）

解读：加强平阴玫瑰、平阴阿胶等老字号、特色农产品、地理标志商品注册保护力度和品牌影响力推进全域旅游创新发展。指导推进平阴县等区县加快创建国家级、省级全域旅游示范区。

5、《济南市人民政府办公厅印发关于加快食品产业高质量发展的若干措施的通知》（济政办字〔2021〕9号）

解读：加快建设平阴县玫瑰生产基地产业带，力争到2025年，全县玫瑰种植面积达到并稳定在10万亩，玫瑰精深加工比例超过60%，全产业链的综合产值实现100亿元以上，培育国家级龙头企业3个，省级龙头企业10个，争创省级或国家级现代农业产业园。

6、《济南市人民政府关于推进全市园林和林业绿化高质量发展的实施意见》（济政发〔2021〕4号）

解读：支持平阴玫瑰等优势产业发展，组建省会经济圈玫瑰产业联盟，高水平举办中国玫瑰产品博览会、济南玫瑰园艺博览会，进一步提升玫瑰产业竞争力。

7、《济南市深入实施品牌战略三年行动计划（2020—2022年）》（济政字〔2020〕76号）

解读：做大做强平阴玫瑰等优势品牌，推行“公共品牌+企业商标”模式，对特色农产品实施“统一规划、统一形象、统一推介”，引导企

业按规定使用公共品牌。

8、《济南市支持平阴县加快发展若干政策措施》（济政办发〔2019〕13号）

解读：提升玫瑰、阿胶产业链水平，在济南市十大农业特色产业现有政策基础上，对玫瑰一二三产融合项目给予重点扶持。

9、《济南市工业和信息化“十四五”发展规划》

解读：推广平阴玫瑰等品牌优势，打造特色产业集群。依托我市玫瑰等精深加工产业基础，改善加工工艺，提升玫瑰等产品附加值。依托华玫生物开发玫瑰系列食品及保健品，打造特色功能性食品集聚区。

10、《济南市中医药发展“十四五”规划》

解读：实施“泉城药膳”品牌战略。加强以中药材为原料的药食同源食品开发和应用，重点推动阿胶、玫瑰、生姜等药食同源产品研发，延伸中药产业链。

11、《济南市现代都市农业发展规划（2019—2022年）》

解读：围绕争创全球种植面积最大的药食同源玫瑰产区，以玫瑰镇为核心区域，扩大种植规模，促进精深加工企业链式聚集，打造一批三产融合示范建设载体，建成中国玫瑰产业交易中心、定价中心。深度开发玫瑰等食药同源类加工食品，围绕特色农产品产业链培育多个年产值过亿元的农产品加工企业。

12、《关于加快现代农业优势产业集群高质量发展的实施意见》（济办发电〔2023〕1号）

解读：加强平阴玫瑰高端产业园建设，争创国家级、省级玫瑰产业园区，形成国家级玫瑰产品集散地和交易所，打造全球最大药食同源玫瑰主产区。建设高水平玫瑰研发基地，推动玫瑰精深加工比例超过50%，力争形成综合产值百亿级的重点产业链。

四、平阴层面

1、《平阴县国土空间规划2020—2035年》

解读：支撑济南向西南方向辐射的相对独立的门户型节点城市，引导差异化城镇功能集聚，完善城乡功能组织，发挥外围城区、县城和重点街镇对乡村地区的辐射带动作用。

2、《平阴县国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》（平政发〔2021〕3号）

解读：打响平阴玫瑰产业品牌。打造高标准玫瑰种植高地。打造高水平玫瑰生产、研发高地，培植优势加工企业，做大做强龙头企业，推进玫瑰产业化、集群化、品牌化发展。打造三产深度融合发展高地，创建国家级、省级玫瑰产业示范园区。打造“平阴玫瑰”品牌培育与市场营销高地，提升平阴玫瑰的市场认可度、话语权和影响力。

3、《“平阴玫瑰”优势特色产业培育方案（2021—2025年）》（2021年7月5日，平阴县玫瑰产业发展中心）

解读：深化培育“平阴玫瑰”区域优势特色产业，促进玫瑰全产业链高质量发展，实现玫瑰产业向价值链高端延伸，助力打造乡村振兴齐鲁样板。打造“平阴玫瑰”百亿产业、铸就“平阴玫瑰”百年品牌。

4、《平阴玫瑰特色产业集群平阴玫瑰产业振兴规划（2018—2021年）》

解读：形象定位：“平阴玫瑰香飘世界”。发展定位：国际知名的中国玫瑰产业集聚高地，玫瑰风情风貌浓郁的东方智慧新城，济南乡村振兴战略推进示范区。

5、《平阴县制造业高质量发展三年行动计划（2020—2022年）》

解读：充分发挥平阴玫瑰、阿胶两大地方金字招牌优势，以华玫生物等重点企业为引领，深度开发玫瑰在化妆、医药、食品、保健等领域的新产品，深入挖掘阿胶药食同源作用，提升阿胶精深加工技术水平，打造玫瑰阿胶产业集群。

6、《平阴县关于进一步加快玫瑰产业发展的实施意见》（平办发〔2021〕17号）

解读：进一步加强产业管理，提升“平阴玫瑰”品牌，提高产业综合效益，实现“特色靓县”的目标。

7、《平阴县乡村振兴战略规划（2018—2022年）》（2021年12月，平阴县农业农村局）

解读：打造世界知名的玫瑰产业基地。整合玫瑰种植资源，提升一产，集聚玫瑰加工企业，创新第二产业，推动玫瑰产业向服务业延伸，繁荣三产。搭建高水平玫瑰研发服务平台，吸引社会资金投向玫瑰产业，深度开发玫瑰销售市场。发展玫瑰文化服务产业。

8、发《关于促进玫瑰产业跨越发展的意见》（平办〔2023〕9号）

解读：力争用3-5年的时间，全县玫瑰种植面积达到10万亩，玫瑰鲜花（蕾）年产达到35000吨。电商交易额占销售总收入的60%以上，玫瑰深加工比例超过60%。国家级龙头企业达到3个，省级龙头企业达到10个，成立合作经济组织50个，完善“企业+基地（合作社）+农户”的全产业链经营模式。玫瑰产业标准体系实现全覆盖，产品竞争力和行业话语权持续提升。加快平阴玫瑰研究院、一国家级玫瑰种质（基因）资源库、世界玫瑰博览园、玫瑰美妆产业园和玫瑰会展交易中心、世界玫瑰博物馆等项目建设，打造集交易、观光、娱乐、科普等于一体的玫瑰产业示范园区。积极争创省级和国家级现代农业产业园区，推动一二三产深度融合。致力打造“平阴玫瑰”百亿产业、创建“平阴玫瑰”百年品牌。

五、总结

平阴玫瑰作为区域特色优势产业，在乡村振兴大背景下，高质量衔接国家、山东省以及济南市惠农政策，充分发挥区域比较优势，以供给侧结构性改革为主线，以培育特色优势产业为主攻方向，整合玫瑰种植资源，以构建玫瑰产业现代化生产体系、研发体系、深加工体系、国际化交易体系、文化创意体系、区域品牌标准体系、消费市场体系以及高标准展会体系为主要措施，瞄准“药食同源”特性，着力提高项目“引”的质量和“建”的效率，加强产业链供应链价值链的协同发展，横向围绕玫瑰产业多种功能延伸拓展产业链条，加快形成各具特色、品类齐全的主导产品，纵向贯穿玫瑰生产、加工、流通、消费全部环节，融合培

育新产业新业态，提升“平阴玫瑰”品牌，提升平阴玫瑰的市场认可度、话语权和影响力，打造最具内涵和影响力的领导品牌，推进玫瑰产业生态化、集群化、品牌化发展。

第二章 玫瑰产业发展分析

第一节 玫瑰产业概况

一、玫瑰的生物学特点

根据平阴县及全国各地的玫瑰引种栽培与应用现状，重点对以下10个玫瑰种类的生物学特点展开分析。

(1) 玫瑰 (*R. rugosa*)，又称单瓣红玫瑰。



图 2.1 玫瑰原种 (单瓣红玫瑰)

低矮灌丛，主枝直立。小枝灰色，密被绒毛，并有针刺和腺毛，皮刺直立较短且稀疏。小叶5~9枚，椭圆形，边缘有尖锐锯齿，上面深绿色，无毛，叶脉下陷，有褶皱，下面灰绿色，中脉突起，网脉明显，密被绒毛和腺毛。托叶大部贴生于叶柄，离生部分卵形，边缘有带腺锯齿，下面被绒毛。花单生于叶腋，或数朵簇生，花梗密被绒毛和腺毛；

花直径4~6cm，单瓣5枚，紫红色，浓香，雄蕊浅黄色，花柱离生，被毛，稍伸出萼筒口外，短于雄蕊。萼片卵状披针形，常有羽状裂片而扩展成叶状，上面有稀疏柔毛，下面密被柔毛和腺毛。果扁球形，直径2.5cm，砖红色，肉质，平滑，萼片宿存。一季花，花期5~6月，果期8~9月。

(2) 单瓣白玫瑰 (*R. rugosa* f. *alba*)

低矮灌丛，枝条直立松散。小枝灰色，皮刺稀疏。皮刺直立较短。小叶阔椭圆形，较大，微曲，皱折明显略卷曲，叶背被白毛。叶缘疏锯齿，叶轴被疏刺。小叶多数7枚。萼片5枚，短于花瓣，背面具小绒毛。花多数单生，花径5~7cm，花单瓣5枚，白色浓香，雄蕊浅黄色，花柱离生。果扁球形，砖红色，肉质，萼片宿存。一季花，花期5~6月，果期8~9月。



图 2.2 单瓣白玫瑰

(3) 重瓣白玫瑰 (*R. rugosa* f. *albo-plena*)

灌丛极低矮，枝条匍匐或拱垂。小枝灰褐色，皮刺稀疏，尖端下弯。叶片椭圆形，深绿色，皱折卷曲，叶背有白毛，叶轴有刺。叶缘锯齿钝，叶片微曲，边缘有波皱，小叶多为5或7枚，稀9枚。萼片5枚，被浅绿色绒毛，宿存萼片半开张。着花繁密，单生或2~3朵聚生。花重瓣，花瓣数量20枚以上，直径6~7cm，白色芳香，雄蕊浅黄色，偶有瓣化，花柱离生。果实扁球形，可结实。一季花，花期5~6月，果期8~9月。



图 2.3 重瓣白玫瑰

(4) 重瓣红玫瑰 (*R. rugosa* f. *plena*)

灌丛直立开张，分枝较多，枝条扭曲。老枝灰白色，新枝暗红色，基部密被皮刺。小叶披针形，多为7小叶，叶背面被白色绒毛，叶轴有疏刺。叶缘锯齿细密而锐，叶片微曲，叶脉下陷明显。萼片5枚，有红

晕并覆小刺。着花繁密，单生或2~3朵聚生。花重瓣，花瓣数量25枚以上，直径6~7cm，紫红色，芳香。雄蕊浅黄色，有明显瓣化现象，花柱离生。一季花，花期5~6月。



图 2.4 重瓣红玫瑰

(5) 丰花玫瑰

由平阴玫瑰研究所通过种内杂交选育而成，父本为单瓣的玫瑰 (*R. rugosa*)，母本为重瓣红玫瑰 (*R. rugosa* f. *plena*)。灌丛直立开张，较低矮。上部枝条近平直生长。小枝灰白色，皮刺较小且密，先端下弯。小叶椭圆形，多为7小叶，叶背具白色绒毛，叶轴有刺。叶缘锯齿不明显，叶片较平展，边缘略有皱褶。萼片5枚，萼片及花梗均被褐色绒毛。着花量极大，单生或数朵聚生。花重瓣，花瓣数量可达45枚以上，花径6~7cm，花紫红色，浓香。雄蕊浅黄色，极度瓣化，花柱离生，花

开时雌雄蕊不露或稍露。不结实。一季花，花期5~6月。



图 2.5 丰花玫瑰

(6) 紫枝玫瑰，又称四季玫瑰。

由平阴玫瑰研究所通过种间远缘杂交选育而成，父本为重瓣红玫瑰 (*R. rugosa* f. *plena*)，母本为山刺玫 (*R. davurica*)。枝条下部直立，上部松散，多分枝。小枝枝条基部皮刺较多，随着枝条高度的增加，皮刺分布逐渐变稀疏。老枝紫红色，自然生长当年生分枝较多较细，青绿色。小叶椭圆形，多7~9枚，稀5枚。叶轴及叶背面具白色绒毛。叶脉下陷明显，叶缘具大钝锯齿，新叶微曲，老叶平展。部分小叶可因

营养不良呈黄色。花单生或2-3朵聚生，多单生；花重瓣，数量可达25枚以上，紫红色，芳香，稍淡；花径9~11cm，单花鲜重可达3.5克。雄蕊浅黄色，明显瓣化，花柱离生，花开放时雌雄蕊外露。可结实，果实扁球形。可多次开花，在平阴第1次花期为4月下旬至5月中旬，第2次花期为6月上旬至6月下旬，以后陆续开花至10月中旬，具抽枝即可开花的优良特性。



图 2.6 紫枝玫瑰

(7) 苦水玫瑰

苦水玫瑰是甘肃省兰州市永登县苦水镇传统栽培的玫瑰品种。据不完全考证，苦水玫瑰可能是当地钝叶蔷薇 (*R. sertata*) 与玫瑰 (*R.*

rugosa) 自然或人工杂交后代。该品种灌丛性强, 高可达 1.5~2.0m。上部枝条细弱拱形下垂, 具白粉。二年生以上枝条红褐色, 一年生嫩枝灰绿色, 被白绒毛。皮刺较疏, 尖端下弯。小叶极小, 5~9 枚, 多数 7 枚, 叶轴无刺, 叶背有稀疏白毛。叶缘密锯齿, 叶片平展无皱褶。着花繁盛, 花单生或 2~3 朵聚生, 多单生。花重瓣, 数量可达 20 枚, 深紫红色, 香味较淡, 无典型玫瑰香味; 花径 7~8cm。雄蕊浅黄色, 有瓣化, 花柱离生, 花开放时雌雄蕊外露。偶尔可自然结实。一次开花, 花期 5~6 月。



图 2-7 苦水玫瑰

(8) 大马士革蔷薇 (*R. × damascena*), 国内俗称保加利亚玫瑰。

大马士革蔷薇可能是天然杂交种。最新的研究证据表明, 大马士革蔷薇可能是以麝香蔷薇 (*R. moschata*) 和法国蔷薇 (*R. gallica*) 重瓣变种杂交得到的优良后代为母本, 再以腺果蔷薇 (*R. fedtschenkoana*) 为父本进行杂交得到的。该种起源于叙利亚、土耳其、伊朗等中东地区, 后传播至保加利亚大量种植, 成为国际上玫瑰精油加工的首选品种。

该种为落叶丛生灌木, 株高 1~2 米, 枝条拱曲, 通常有粗壮钩状皮刺, 有时混有刺毛。小叶 5~7 枚, 灰绿色, 卵形、卵状长圆形, 边缘有单锯齿, 叶被短柔毛; 小叶柄和叶轴有散生皮刺和腺毛; 托叶有时为篦齿状, 大部贴生于叶柄。花 6-12 朵不等形成伞房花序, 花梗细长, 有腺毛; 花直径 5~6 厘米; 萼筒有腺毛, 萼片卵状披针形, 先端长渐尖, 外面有腺毛, 内面密被柔毛; 花重瓣, 花瓣 20~25 枚, 直径 3~5cm, 粉红色, 内部花瓣小于外部花瓣, 初开时淡香, 后渐加浓, 属清淡香型。花柱分离, 被毛。花开放时雌雄蕊外露。果梨形或倒卵球形, 红色, 常有刺毛。一次开花, 引种至我国花期为 5~6 月。



图 2-8 大马士革蔷薇

(9) 百叶蔷薇 (*R. × centifolia*), 国内俗称千叶玫瑰。

百叶蔷薇实际上是杂交种, 其来源非常复杂, 可能有大马士革蔷薇 (*R. × damascena*)、狗蔷薇 (*R. canina*) 和腓尼基蔷薇 (*R. phoenicia*) 等血统。百叶蔷薇育成有 200 多个品种, 我国引进栽培并用于精油提取的品种主要是来自法国的品种 ‘格拉斯’ (*R. × centifolia* ‘de Grasse’), 该品种属于国际香型 (清淡香型), 也是国际上玫瑰精油生产的主栽品种之一。

百叶蔷薇为落叶丛生灌木, 高可达 2 米以上, 直立开张, 枝条较软拱形下垂, 小枝上具有各种大小不一的皮刺。小叶多为 5 枚, 稀 3 枚或 7 枚, 长圆形, 叶片较薄, 边缘通常有单锯齿, 叶片平展。上面无毛或偶有毛, 下面有柔毛; 小叶柄和叶轴有腺毛; 托叶大部贴生于叶柄, 离生部分卵形, 边缘有腺。花单生或少簇生, 无苞片。花重瓣, 数量 17~

25 枚, 芳香, 直径 4~5cm, 粉红色。花梗细长, 弯曲, 密被腺毛; 萼片卵形, 先端不明显叶状, 片散开, 长于花蕾, 并被花梗和花苞盖住, 像花梗和花苞一样, 带有粘性芳香腺体。花瓣粉红色; 花柱离生, 被毛。果实圆形或椭圆形, 肉质果肉。萼片宿存。一次开花, 引种至我国花期为 5~6 月。



图 2.9 百叶蔷薇

(10) 白蔷薇 (*R. alba*)

白蔷薇是一类园艺杂交种, 一般认为具有法国蔷薇 (*R. gallica*) 和狗蔷薇 (*R. canina*) 的血统, 具有典型的蓝绿叶片以及在拱形长枝的二级枝开花的习性。具有浓烈的甜香味, 属于清淡香型, 目前在保加利亚还用于精油提炼, 但面积较小。国内在甘肃永登有栽培, 可与苦水玫瑰形成错季节采花, 提高生产效率。



图 2.10 白蔷薇

白蔷薇为直立灌木植物，高约 2 米。小枝有不等钩状皮刺，有时混有刺毛，二级枝条呈拱形下垂。小叶通常 5，稀 7，蓝绿色，宽椭圆形或卵形，边缘有单锯齿，下面被毛，托叶宽，半边有锯齿。花排列成伞房状，花梗有腺毛，白色；萼筒光滑，萼片卵状披针形，有羽状裂片，外被腺毛；花瓣单瓣、半重瓣或重瓣，花直径 6~8cm，白色或粉红色，香味浓烈。果长圆卵形，鲜红色，萼片脱落。一次开花，引种至我国花期为 5~6 月。

二、玫瑰的价值范畴

玫瑰(*Rosa rugosa* Thunb)是蔷薇科蔷薇属落叶丛生灌木，是世

界上重要的观赏和生产兼用型花卉之一。玫瑰广泛应用于食品、医药、化妆品、保健品等行业，具有非常广阔的市场前景。玫瑰产业是集玫瑰种植和玫瑰相关产品各级加工为一体的高端农业和高科技产业，随着浪漫经济的崛起，玫瑰经济应运而生：即以玫瑰及其相关产品为产业基础而发展起来的经济，在全球范围内都具有广阔的市场应用前景，在中国更属于朝阳产业。

全球玫瑰种有 250 多种，由于其自身的变化及杂交，玫瑰约有 18000 个品种，但以观赏玫瑰品种居多。玫瑰种植面积广泛，以保加利亚、土耳其、摩洛哥、俄罗斯、法国等北半球国家为主。山东平阴、甘肃苦水、新疆和田是我国最主要的 3 个玫瑰产地，而甘肃永登，新疆莎本、石河子，江苏江阴、铜山，山西清徐和北京妙峰山等地区的玫瑰种植和加工产业也较为发达。

玫瑰具备多重应用价值，市场开发潜力巨大。

芳香价值：目前，已探明的玫瑰鲜花中芳香物质的种类有近 400 种。玫瑰花特有甜韵香气深受人们喜爱，并被广泛应用于香料、玫瑰精油、玫瑰浸膏等。鉴于玫瑰芳香物质丰富，精油价格昂贵等特点，玫瑰品种的选育和栽培在国际上备受重视。大马士革玫瑰含油量高，香气丰满，是栽培最为广泛的油用玫瑰品种，其主要成分包括香茅醇、香茅醇乙酸酯、香叶醇、香叶醇乙酸酯橙花醇、芳樟醇、丁香酚、苯乙醇以及金合欢醇等。

观赏价值：玫瑰喜光、耐严寒和干旱，具有颜色艳丽、色彩丰富、

花期长等特点，是世界上最具有观赏价值的植物之一。同时，玫瑰还是绿化、美化环境的优良灌木。近年来，观果玫瑰在消费者市场中广受欢迎。观果玫瑰寿命很长，常被用来瓶插，广泛应用于花卉装饰中。观果玫瑰还能够美化环境，吸引鸟类，加固坡道，因此也常用于庭园美化和城市园林风景美化。野生玫瑰根栗性强、可用于防风固沙。

药用价值：玫瑰的根、茎、叶、花、果都具有极高的药用价值。玫瑰花期可以分泌杀菌素，能用抑制病原菌的繁殖；玫瑰花和根具有活血、顺气、杀菌等作用；玫瑰的花与叶对感冒、咳嗽等都有疗效；玫瑰果实能有效预防病原菌的侵入；玫瑰精油具有促进血液循环，提高身体新陈代谢等效果。玫瑰还能够排毒养颜、调节身体内部机理平衡，因此也常被应用于中医处方配药中。

食用价值：玫瑰花富含多种人体所必需氨基酸、色素、维生素、黄酮类、多糖类等生物活性成分，被广泛应用于食品生产中。玫瑰花酱酸甜可口、芳香浓郁、口感香醇。玫瑰鲜花饼口感酥松、甜而不腻、玫瑰香味浓郁。提取于玫瑰精油花渣中的玫瑰花色素稳定性高、颜色鲜艳、营养价值丰富。添加玫瑰花的蒸馏酒能使酒中总酚含量增高，进而增加对自由基的清除作用，以及对铜离子的还原作用。

玫瑰功能性强，根据不同的组织特点，可开发不同的产品。国际上很多国家都对玫瑰花的芳香价值进行了研究与开发利用。还有一些国家和地区对玫瑰果、根、叶的生物活性成分进行了开发利用。

表 2.1 玫瑰的开发利用

组织	富含成分	产品
花	黄酮类、多酚类、多糖、挥发油物质、维生素 C、膳食纤维、不饱和脂肪酸、葡萄糖、蔗糖、柠檬酸、苹果酸等	干花蕾、入药、食材、香料、色素
果肉	维生素 C、黄酮类、胡萝卜素、有机酸、糖、蛋白质、脂肪	生物活性成分分离
籽	亚麻酸、亚油酸	玫瑰果籽油等
根	黄酮类及酚类化合物	生物活性成分分离
叶	维生素 C、黄酮类化合物	生物活性成分分离

玫瑰衍生产品种类繁多，市场消费等级初步构建。玫瑰衍生产品经初、深加工形成各种不同用途的产品，按照加工工艺及产品形态分为低端、中端和高端市场三类。其中，低端市场以玫瑰整花为主，包括鲜切花和玫瑰花观赏；中端市场以玫瑰初加工产品为主，包括玫瑰茶、玫瑰膏、玫瑰酱和玫瑰饮料等；高端市场以玫瑰深加工产品为主，包括玫瑰精油、药用保健品、日用化妆品等，高端市场由于其产品附加值较高，核心竞争力较强，其产业规模、市场需求和市场缺口占据最大的比例。同时，文化及生活习惯差异使得东西方在玫瑰产品加工上存在差异，东方偏重食药文化，作用由里及外，西方则提取玫瑰精油为主。

表 2.2 玫瑰衍生产品细分及地理分布 (截至 2021 年)

主要产品 类型		低端市场	中端市场	高端市场
		玫瑰整花	初加工产品	深加工产品
产业 规模	全球	超 15 亿美元	约 25 亿美元	超过 60 亿美元
	中国	超 1.5 亿美元	约 4.5 亿美元	约 8.3 亿美元
市场 需求	全球	市场缺口约 10%		市场缺口约 50%
	中国	需求增长约 6% 市场缺口约 10%	需求增长约 18% 市场缺口约 15%	需求增长约 40% 市场缺口约 50%
地理 分布	全球	世界玫瑰种植地周边		保加利亚、土耳其等
	中国	云南、山东、甘肃	山东平阴和甘肃苦水	

资料来源：数据由中智科博整理

表 2.3 东西方地区玫瑰文化和应用差异

西部 ← ----- → 东部						
摩洛哥	法国	保加利亚	土耳其	伊朗	巴基斯坦	中国
偏重食药文化，入药、入食品，作用由里及外						
提取玫瑰精油，用于香水，作用由外及里						

三、玫瑰产业链分析

玫瑰产业链条不断拓展，“玫瑰+”结构逐步优化。玫瑰产业是以玫瑰为生产对象的各种经济活动的集合，包括玫瑰的种植、加工、销售以及衍生而来的康养、旅游、文化、现代服务等环节的一系列经济活动

总称。与玫瑰花紧密联系的产业链条包括鲜切花销售、精深加工制品和供应链，涵盖购物、酒店、娱乐、地产、疗养、美食等方面。玫瑰产业的农旅融合业态包括与玫瑰花相关的生态体验、民宿体验、观赏休闲、传统手工制造、育种育苗等方面的结合。康养产业包括养老服务产业、医疗保健产业、健康养身产业，与其相配套的有各类服务机构，如医学检验中心、影像中心、病理中心、消毒供应中心等服务机构。

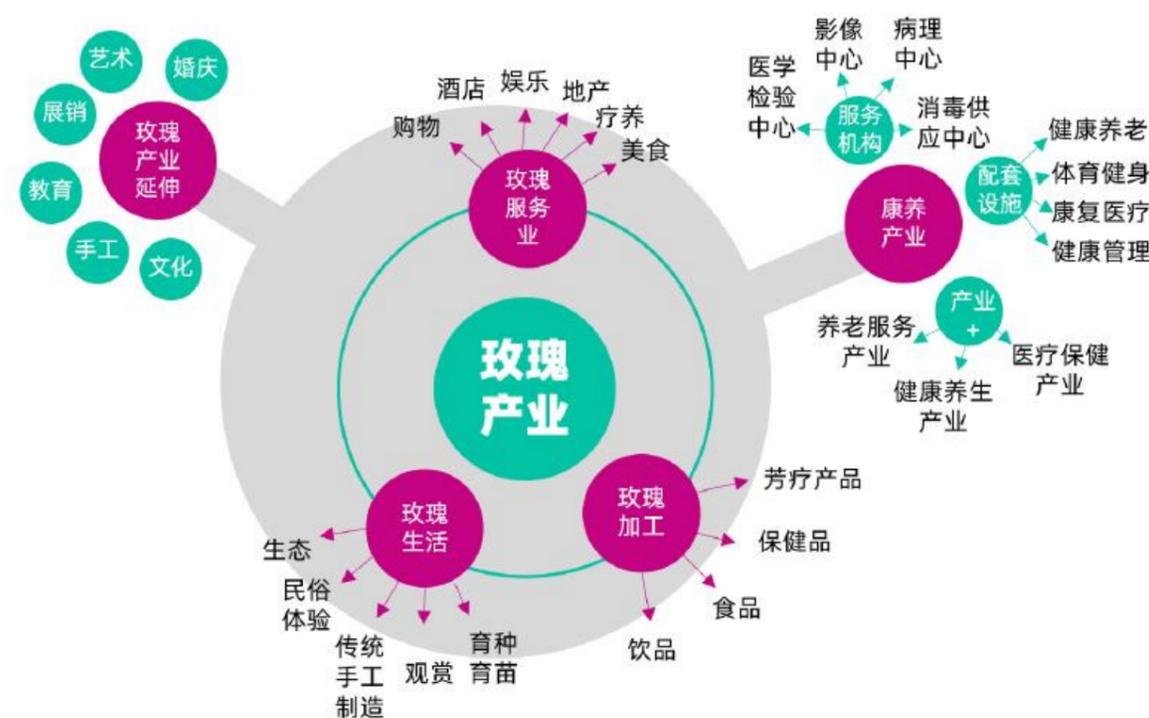


图 2.11 玫瑰花关联及延伸产业

第二节 全球玫瑰产业发展分析

一、产业规模分析

全球玫瑰市场需求增长迅猛，玫瑰产品附加值不断提升。截至 2021 年，全球玫瑰系列制品产值规模已经超过 100 亿美元，市场需求缺口超

过 60%，市场综合潜力巨大。国际市场上玫瑰产品主要用于提取玫瑰精油、切花等，盛产于保加利亚、土耳其和摩洛哥三地。保加利亚素以“玫瑰之邦”“玫瑰王国”“玫瑰之国”闻名，是玫瑰精露和玫瑰精油的主要生产及出口国，精油生产史已有 300 多年，大马士革总种植面积约为 6 万亩，产玫瑰精油约 2500 公斤，约占全球总产量 70%¹，已形成包含精油提炼、化妆品生产、主题旅游等完整的玫瑰产业链，玫瑰经济成为当地的支柱产业和文化符号。土耳其是全球排名第二的国际香型玫瑰精油的生产国，其精油产品主要出口到以美国、巴林、印度和沙特阿拉伯为主的 20 多个国家。

二、产业布局分析

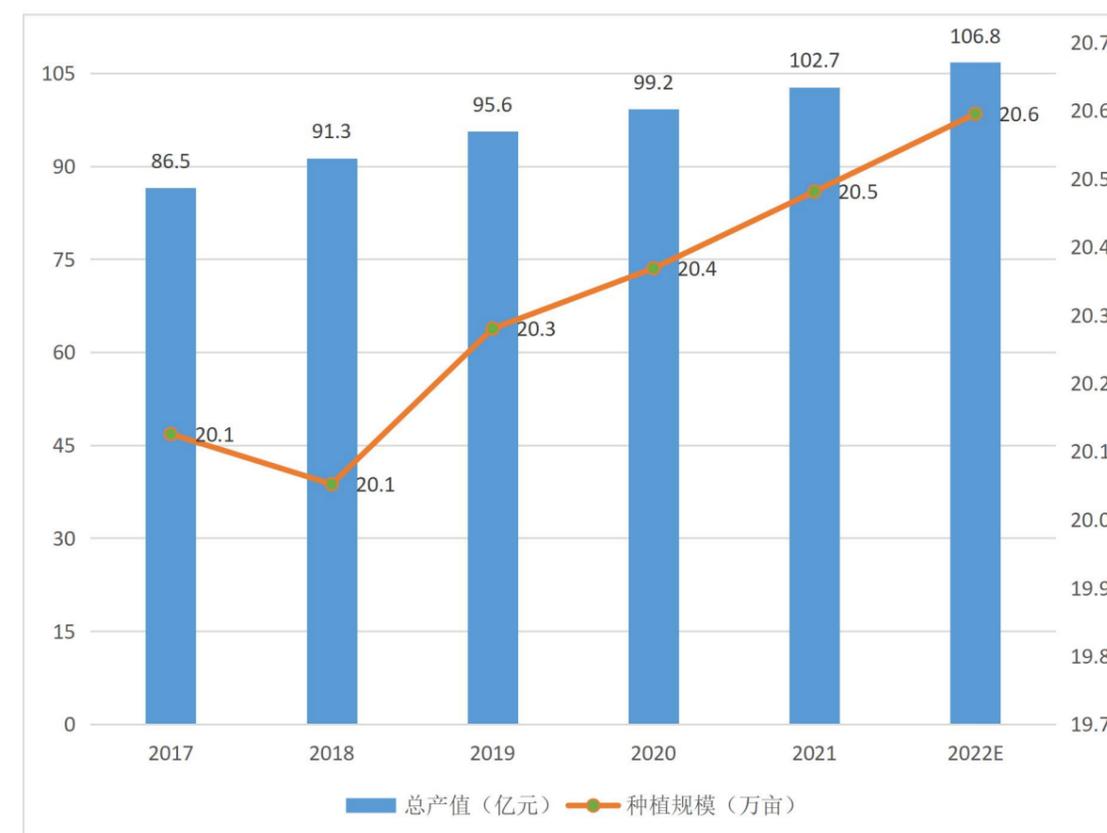
全球优势产区逐渐成型，消费市场集中于欧美地区。全球种植玫瑰的国家主要集中在亚非拉国家，其中中国、印度、肯尼亚、厄瓜多尔和哥伦比亚的种植规模最大。从各个国家看，中国的种植规模位列全球第一，主要供应国内市场、泰国和新加坡等国。印度的玫瑰消费市场主要为国内市场、英国和澳大利亚等。肯尼亚的玫瑰种植面积占非洲的 64%，产出玫瑰花主要销往荷兰、英国、挪威等欧洲国家。厄瓜多尔和哥伦比亚玫瑰种植面积占南美洲的 86%，其玫瑰鲜花主要销往北美和欧洲国家。

第三节 国内玫瑰产业发展分析

一、国内玫瑰产业规模分析

国内种植面积不断扩大，产业规模实力稳中有进。随着经济快速增

长和“浪漫经济”崛起，我国已成为仅次于欧盟的第二大玫瑰消费地区，食用玫瑰地位和作用日趋拓宽，渗透到药用、美容和日化等领域。近年来，随着国内玫瑰种植技术的提高以及鲜花电商的崛起，种植户积极性被充分带动，玫瑰花种植面积有所增长，经济效益将会更加显著，玫瑰产业规模也将保持稳定的增长趋势。截至 2021 年，根据政府官网及新闻公开资料整理测算，国内玫瑰种植面积达到 37.8 万亩，玫瑰及相关产品交易额突破 100 亿元。



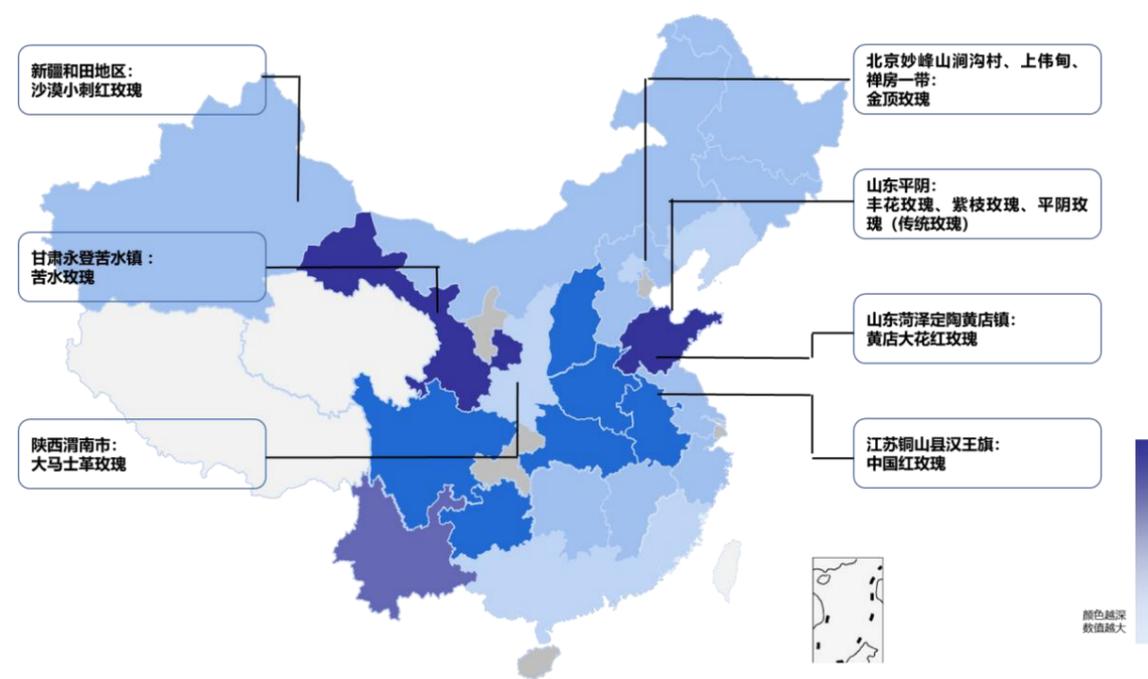
数据来源：中智科博根据网上资料整理测算

图 2.12 国内玫瑰产值及种植规模

¹数据来源：贤集网，保加利亚玫瑰精油产量约占全球 70%，享有“玫瑰之国”盛誉

二、国内玫瑰产业布局分析

玫瑰种植遍布国内，“四主多点”布局初步形成。我国是玫瑰花种植大国，具有 2000 多年栽培历史，初步形成以山东平阴玫瑰、甘肃苦水玫瑰、新疆和田玫瑰、云南玫瑰为代表的四大主产区，种植面积占全国总面积的 71.7%²。其中，山东省玫瑰种植集中在济南平阴、菏泽、济宁，主要用途为制作花茶、精油并运用于食品、药品、化工、饮用、酿酒等方面；甘肃玫瑰种植集中在兰州市永登县及其周边，主要用于玫瑰精油、干花蕾、纯露等产品；新疆主产区位于和田地区，昼夜温差大，极适宜玫瑰花生长，现栽培品种包括沙漠小刺红玫瑰和引种外地玫瑰；云南主产区位于昆明及其郊县，文山和安宁一带种植食用玫瑰为主。随着花卉产业的发展，逐渐发展出江苏铜山、陕西渭南、四川绵阳、江苏扬州、湖北襄阳、甘肃陇南两当县等新兴产区。其中，江苏玫瑰种植区主要位于江苏省铜山区汉王镇的苏皖交界群山中，后引种到无锡、南京等地，主打品种为中国红玫瑰；陕西主产区位于临潼、汉中、商洛等地，是国内最早引种大马士革玫瑰的产地，主要用于提取精油；四川玫瑰种植于绵阳市安州一带，以大马士革玫瑰，用于提炼精油和纯露。



数据来源：由中智科博根据网上资料整理所得

图 2.13 国内玫瑰种植热力图

三、平阴玫瑰产业在我国的地位分析

从种植规模看，截至 2021 年，全国从事玫瑰种植的企业、个体工商户、专业合作社等单位共 7600 多家，超过一半的种植企业集聚在甘肃省、山东省和云南省，占总体的 59%。其中最多的是在甘肃省，超过 2300 家，其次是山东省，达到 1310 家。平阴是我国著名玫瑰之都，种植面积约 6.1 万亩，种植规模位居全国第二。

从精深加工看，截至 2021 年，全国从事玫瑰生产加工企业约 800 家，山东省玫瑰加工企业超过 300 家，占总体的近 40%，占据绝对优势，平阴县作为山东省玫瑰主产区，生产加工企业达到 40 余家，玫瑰干花蕾产值占全国的 60%，产量位居全国第一位。甘肃虽然种植规模占据优

²数据来源：由中智科博根据网上公开资料整理、测算所得

势，但玫瑰产品的精深加工水平与山东还存在一定差距。

从销售流通看，截至 2021 年，全国从事玫瑰产品批发和零售的企业达到 1600 多家，超过一半的企业集聚在山东省、甘肃省、新疆维吾尔自治区和云南省。其中，山东省占据绝对优势，达到 514 家，占比达 32%。平阴现有大货流通型企业 21 家（包括电商营销企业），玫瑰系列产品出口量占全国同类产品出口总量的 30% 以上，玫瑰特色农产品加工出口创汇多年居全国第一³。

³数据来源：平阴县玫瑰产业电子商务发展规划研究报告

第三章 产业发展基础分析

第一节 产业发展基础

一、区位条件优势突出

多重战略机遇叠加，区域格局一体化显现。在构建国内国外双循环的战略大背景下，在丝绸之路经济带、全国新旧动能转换综合试验区、中国（山东）自由贸易试验区、黄河流域生态保护和高质量发展战略等国家级重大战略加持下，平阴县作为“西兴”战略桥头堡，立足济南辐射周边区域的战略支点，做好承接辐射，贯通鲁中东西通道的重要枢纽，全方位、宽领域、高层次对接泰安、聊城、济宁等地区，积极融入济南都市圈、省会经济圈、山东半岛城市群等协同发展大格局，构成“济南-郑州-重庆发展轴”的重要组成部分，进而增强要素集聚，最大程度吸纳优质资源，实现承接产业转移与推进动能转换紧密结合。

综合交通体系初步构建，交通枢纽集散能力显著提升。平阴县东靠济广高速和京沪高铁，西邻京九铁路，220国道纵穿南北，地处连接鲁西聊城市、鲁西南泰安、济宁、菏泽等地的枢纽节点，是华北与中原、山东半岛与内陆地区进行经济贸易的商品集散地和物资中转站。近年来，交通设施建设步伐加快，综合交通体系初步构建，青兰高速、东外环、国道220拓宽改造全面完成，已经纳入北京、上海、南京、青岛等沿海发达城市的四小时工作圈，优越的交通区位为对接京津冀玫瑰产品市场、玫瑰加工产品的运输提供了重要的基础保障。

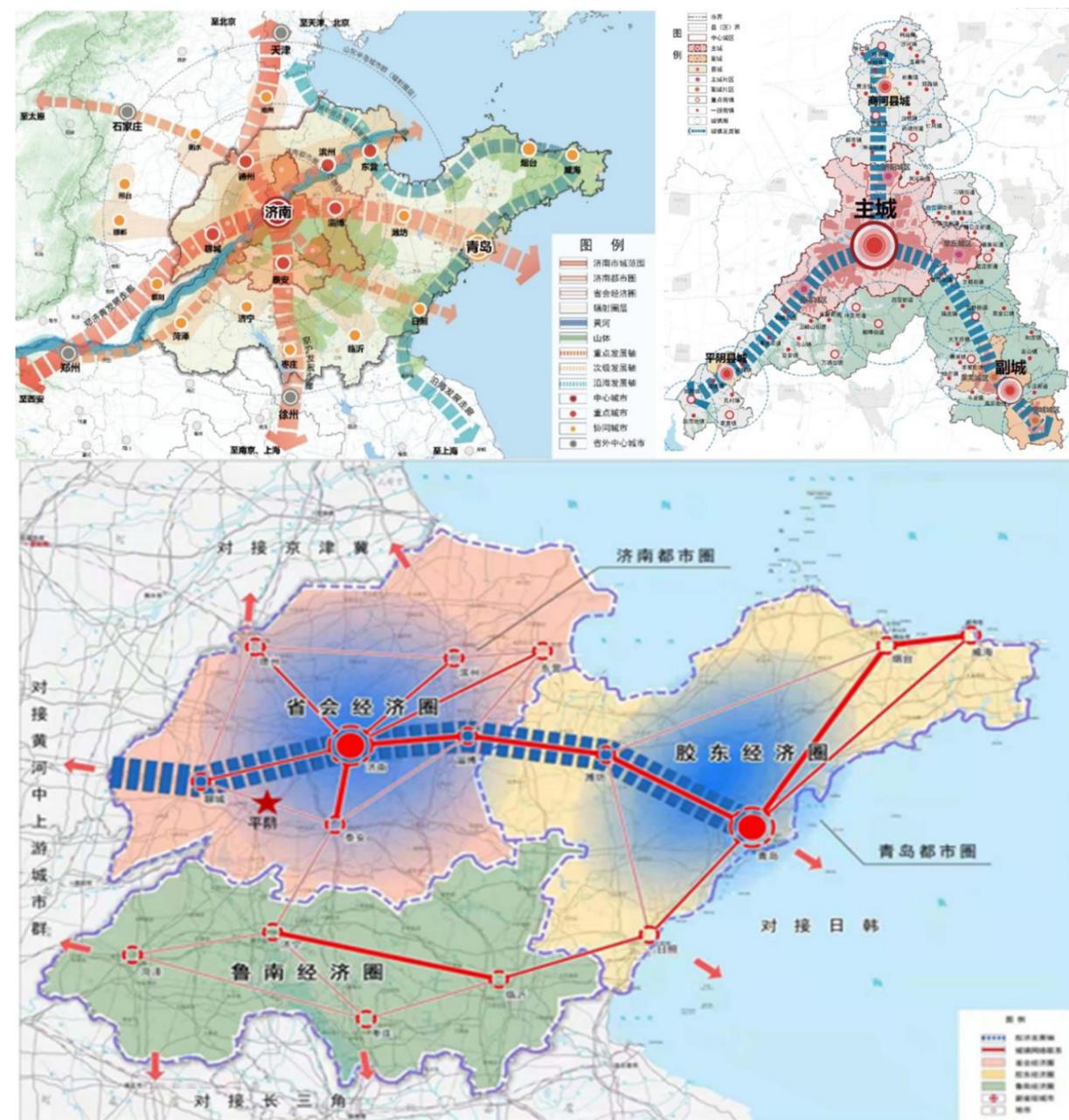


图 3.1 平阴在全国和中原城市群的战略区位

二、经济实力稳中向好

综合经济实力稳中有进，成为全域经济发展重要一环。2022年，全县经济呈现强大韧劲和巨大潜力，实现了平稳较快的增长，地区生产

总值 278.81 亿元，同比增长 2.7%。全年引进项目总投资突破 150 亿元，实际到账外资 6354 万美元，完成计划的 130%。完成社会消费品零售总额 85 亿元。全年进出口（海关口径）110.95 亿元，同比增长 21.2%。实际利用外资 6354 万美亿元⁴。创建省级农业产业强镇 1 个、市级农业重点龙头企业 2 家、省级乡土产业名品示范村 14 个。建成 12 个乡村振兴齐鲁样板村，4 个省级美丽乡村示范村。玫瑰文化节首次“云端”绽放，全网热度突破 2.5 亿，玫瑰产品线上销售增长 20%，平阴玫瑰获批中国地理标志产品示范品牌，40 项产品标准制定出台，品牌价值达到 30.28 亿元。

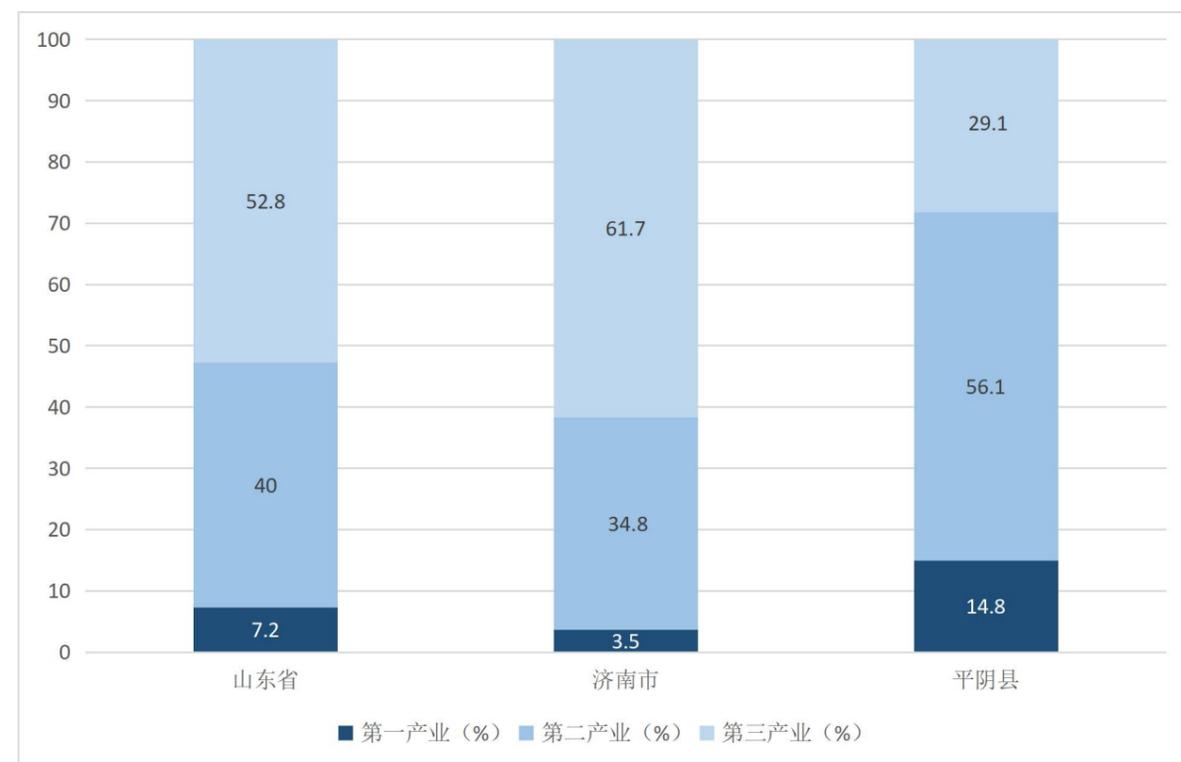


图 3.2 平阴县 2022 年一、二、三产业比重

产业基础良好，形成独具特色的产业高地。平阴实施制造业高质量

发展实施方案十大行动，正在逐步成为投资环境优良、服务设施配套、产业结构优化、功能布局合理的产业新城，具备了投资兴业的良好环境和条件。目前，平阴县聚焦玫瑰、阿胶两大特色产业，主动融入科创济南、智造济南、文化济南、生态济南和康养济南，初步形成了以智能制造和新材料、应急产业、绿色建材、大健康为主的产业体系。

三、营商环境日益优化

专业服务体系健全，产业政策体系日益完善。平阴具备较为完善的法律、财务、融资、检验检测以及知识产权等专业服务团队，积极构建了企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的区域创新体系，营造良好的产业生态体系。同时，平阴聚焦玫瑰产业发展，在济南市十大农业特色产业现有政策基础上，对玫瑰一二三产融合项目给予重点扶持，壮大特色产业集群，不断完善产业政策体系，出台玫瑰产业发展“金十条”《济南市支持平阴县加快发展若干政策措施的通知》《关于进一步加快玫瑰产业发展的实施意见》《关于促进玫瑰产业跨越发展的意见》等，提出鼓励和引导中心城区机械装备、食品医药、新能源、新材料等工业企业优先向平阴县转移，提升玫瑰、阿胶产业链水平。规划出台与政策体系完善为平阴县玫瑰产业的健康长远发展搭建了良好的发展环境。

四、自然资源环境适宜

自然条件得天独厚，种植环境适宜。平阴县地处泰山山脉西延余脉与山东西部平原的过渡地带，地势南高北低，中部隆起，属浅切割构造剥蚀低山丘陵区。境内沿黄地区与东部汇河流域为冲洪积平原和局部洼

⁴数据来源：2022 年平阴县国民经济和社会发展统计公报

地外,平阴县境内大部分地区为低山丘陵区,纵横交错,占地面积 515.16 平方公里,约占全县总面积的三分之二。海拔高程一般在 100~250 米,最高点大寨山海拔 494.8 米,最低点城西洼海拔 35.5 米,形成了本县以丘陵台地为主,平原、洼地为次的地形分布特征。全县土壤类型主要是褐土,土层厚度多数在 100 厘米以上,部分地块在 60 厘米以上,据测定有机质含量 1.2%以上,含氮 0.12%,含磷 0.3%,速效磷大于 80 毫克/千克,速效钾大于 120 毫克/千克,土层疏松深厚,保水保肥能力强,适合玫瑰花生长。

平阴县属暖温带大陆性半湿润季风气候。特点是四季分明,光照充足,降水集中,秋长于春,夏季来得早;春季干旱,气候干燥,多南风或西南风,降水集中于夏末秋初,冬季雨雪稀少。年平均温度为 13.6℃,绝对最高温度 42.1℃,绝对最低温度-18.4℃。全年日照时数累年平均为 2371.2 小时,日照率为 53%;年降水量 838.5 毫米,其中 70%-80% 集中于 7、8 月份。年平均相对湿度 65%。平均年无霜期为 169.3 天,最长年份 202 天,最短年份 142 天。5 月上旬平均气温在 15~23℃,相对湿度在 55%~70%,有利于玫瑰绽蕾开放,生长季节充足的光照和积温,有利于玫瑰养分积累,奠定了平阴玫瑰花大色艳,玫瑰精油含量高的基础。

文化历史悠久,旅游资源丰富。平阴历史悠久,文旅资源丰富,景点涵盖自然风景、古建筑、泉水、宗教等多种类型。全县有全国重点文物保护单位 2 处、省级 13 处、市级 23 处,登记文物近百处,阿胶古城、

翠屏山景区、洪范池、胡庄教堂、玫瑰湖国家黄河湿地、浪溪河湿地等闻名遐迩,浓郁玫瑰风情小镇玫瑰镇成为国内首个女性友好型旅游目的地。



图 3.3 平阴县旅游景点分布图

五、全产业链体系初步构建

种质资源多样,具备药食同源特性。平阴玫瑰被誉为“中国传统玫瑰的代表”,距今已有 1300 多年玫瑰种植历史,储存品种有 50 余个,主要以“丰花玫瑰”和“紫枝玫瑰”等重瓣红玫瑰为主。其中,种植加工品种以“丰花玫瑰”为主,是 80 年代培育的品种;观赏游览以“紫枝玫瑰”为主,多用于绿化栽种。平阴重瓣红玫瑰以花大、瓣厚、色艳、

味浓著称于世，富含 18 种人体所必需的氨基酸，4 种不饱和脂肪酸，10 种微量元素和花青素、花色苷、蛋白质、维生素、黄酮、多糖、多酚等生物活性成分，其中黄酮类物质含量高达 3.3%，蛋白质含量达 16.33%，维生素 C 每 100 克内，含 2000 毫克，是中华猕猴桃的 8 倍多，在预防心血管疾病、调节免疫、抗衰老、抗菌杀菌、活血化瘀、美容养颜等方面具有诸多药理作用及功效，是国家唯一认可的药食同源玫瑰。

种植面积规模化，产业分布呈现空间集聚特性。平阴位于北纬 36° 世界玫瑰种植黄金带，种植面积已达 6.1 万亩，年产玫瑰鲜花（蕾）2 万余吨，是世界玫瑰主产区之一。玫瑰种植遍布全县 8 个乡镇（街道），种植专业合作社 43 家，主要集中在玫瑰镇和孔村镇，产业分布空间高度聚集。其中，玫瑰镇是平阴玫瑰产业发展的核心区域，种植面积占全县 76.1%，玫瑰花产量占全县的 86.7%，其他镇街的产量均不足 5%，生产经营类企业占全县 31.3%；孔村镇的玫瑰种植面积占全县 16.4%，洪范池镇种植面积最少。

企业类型多元发展，“前店后厂”模式初现雏形。截至 2022 年，平阴现有玫瑰生产加工企业 42 家。其中，国家级林业龙头企业 1 家，省级林业龙头企业 8 家，市级农业龙头企业 12 家，规上企业 3 家（华玫、芳蕾、惠农），深加工型企业 17 家，初加工企业 15 家，电商营销企业 6 家，中小微企业 4 家。其中，玫瑰花蕾、花冠和大花采收量超千吨的企业有 2 家，分别为芳蕾玫瑰和天卉玫瑰，采收量超过 500 吨的企业有 6 家，玫瑰精油产量超过 100 公斤的企业有 3 家。“前店后厂”的

模式初现雏形，玫瑰镇是全县最主要的生产制造基地，集聚了全县超过一半的种植农业专业合作社，31%的玫瑰加工制造企业和 33%的个体工商户；县城区域集聚了全县 71%的零售企业、47%的制造业企业和 43%的个体工商户，是全县玫瑰产业经济活力最活跃的区域⁵。

新型交易业态不断涌现，行业市场优势较为明显。围绕平阴玫瑰产品，平阴县正致力于打造山东首个直播电商示范县，启动建设全省首个工业品直播电商产业基地，新经济、新业态不断涌现，直播电商、社交电商、博览会带动玫瑰产品畅销全国，济南市委书记走进电商直播间为平阴“玫瑰鲜花饼”代言、平阴 90 后小伙李志刚在网上推广带动平阴玫瑰系列产品风靡网络，与 10 多家 MCN 机构和 10 多位主播建立合作。与全国同行业县域相比，平阴玫瑰花及相关产品的交易额居于前列，位列济南市和山东省第 1 位，全国县域第 5 位（不含市辖区），并带动济南市历城区、历下区和槐荫区、泰安市岱岳区等周边区域玫瑰产品网销规模超千万元。

文旅载体建设逐步完善，产业带动能力不断增强。玫瑰产业的开发促进了城市形象面貌、文化旅游和相关产业的提升发展。近年来，平阴立足“康养济南”建设目标，牢固树立“全域旅游”发展理念，依托旅游景点，不断深化拓展产业业态，建设“玉带玫香”乡村振兴示范区、“玫瑰花乡”田园综合体、“花养花”玫瑰小镇等特色文旅项目，打造成为以山水旅游、生态旅游和养生度假游为核心的综合旅游板块，推动

⁵数据来源：平阴县玫瑰产业电子商务发展规划研究报告

特色产业与文化、旅游、康养深度融合，玫瑰花已成为农业增收、农民致富的支柱产业和特色品牌。

优势产品种类齐全，品牌基础强劲。平阴玫瑰系列加工产品涉及医药类、化工类、食品类、香料类等多个领域，形成了玫瑰茶、玫瑰酱、玫瑰酒、玫瑰精油、玫瑰化妆品等八大产品系列 130 多个品种，优势产品种类齐全；中国玫瑰博览会持续大放异彩，极大地宣传了平阴玫瑰，使平阴玫瑰的影响力越来越大，目前，平阴玫瑰品牌价值达到 30.28 亿元。1915 年，平阴玫瑰就获得巴拿马国际博览会银奖；1982 年，经工业部确定平阴玫瑰为中国玫瑰的代表；1983 年，在全国玫瑰花科研会议上平阴玫瑰确定为全国推广的优良品种；2000 年，平阴县被国家林业局、中国花卉协会命名为“中国玫瑰之乡”；2003 年，成为全国首家通过原产地域保护的花类农产品；2005 年，《原产地域保护平阴玫瑰》国家标准发布实施；2010 年，成功申请了平阴玫瑰新资源食品生产许可及平阴玫瑰地理标志证明商标；2018 年平阴玫瑰被列为全市十大特色产业之首，山东省将平阴玫瑰列为“三朵金花”之一；2019 年，平阴县被中国林产工业协会命名为“中国玫瑰之都”；2021 年，平阴玫瑰被增选为济南市花，开创济南市“荷谐玫好”新时代；2022 年，平阴玫瑰入选国家地理标志产品保护示范区名单。

第二节 平阴玫瑰发展存在的问题

一、种植环节存在的问题分析

品种老化单一，产品韧性不足。目前，平阴县用于加工生产的玫瑰品种主要以丰花玫瑰、紫枝玫瑰等传统品种为主，由于选育困难、更新换代慢等原因，适宜精深加工的保加利亚白玫瑰、大马士革等品种尚未规模化引进选育，品种过为单一、供应链韧性不足等问题较为突出，若出现市场需求饱和、环境温度改变等现象，存在产业链断裂潜在风险。

缺乏科研平台带动，新产品研发滞后。近年来，虽然平阴县玫瑰研究所、国家玫瑰工程技术研究中心、院士工作站等一批科技研发机构和合作平台先后建成，但由于存在科研人才缺乏和科创资金不足等问题，科研平台利用率不高，在食品、药品、化妆品等方面的新品种研发成效不明显、科研成果转化率较低，尚未完全应用到加工生产的产业化过程中。同时，“政府+科研院所+企业+种植户”统一协调机制尚不完善，存在供需关系倒置现象。

落实耕地保护制度，面临种植面积上行压力。在国家坚决遏制耕地“非农化”、防止“非粮化”的背景下，种植规模及面积近乎达到瓶颈，面临玫瑰种植面积无法继续扩大的发展困境。

规模化种植能力偏弱，成本投入较高。平阴玫瑰种植模式仍然以农户个体为主，企业集约化、规模化种植较少，缺乏规范、精细的管理机制与措施。目前，从事玫瑰种植的花农有 1.3 万余户⁶，多以散户为主，

⁶数据来源：平阴玫瑰产业发展专题调研报告

在机械化采摘等新技术应用方面推广难度较大。其次，按标准化种植技术估算，管护费、人工费和土地流转成本平均每亩地 3400 元左右，受劳动力数量减少、成本上升的影响，种植投入较高。

收购价格波动大，种植积极性受影响。由于市场供需、天气以及疫情等因素影响，玫瑰鲜花蕾价格不稳定、价格浮动大，2022 年估算平均收购价格约为 4.89 元/斤，较去年有所降低，在一定程度上影响了花农的种植积极性；同时，由于价格波动较大，使得种植户难以把握市场总体需求，陷入无序种植的困境难题。

二、产品加工环节存在的问题分析

深加工能力不足，产品同质化严重。目前，除华玫、芳蕾、紫金等地方龙头企业外，多数玫瑰企业除了生产加工玫瑰花蕾、玫瑰精油等产品之外，缺乏其他深加工产品、高附加值等拳头产品。据统计，每年约 60% 玫瑰花蕾作为原材料销往各地中药材及茶叶批发市场，而药用、化妆品等高附加值的产品仅占 19%。玫瑰系列加工产品有医药类、化工类、食品类等 130 余种，但是其中主要以花茶、鲜花饼、玫瑰精油三大类产品为主，缺少一批叫得响、立得住、传得开的拳头产品，尚未形成核心竞争优势。

龙头企业带动能力不足，尚未形成集聚规模化效应。目前，平阴 42 家生产加工企业中多以初级加工以及原材料供应的小企业为主，缺乏投资规模大、技术含量高、集聚效应强的龙头“链主”企业，上下游产业布局缺失，无法形成耦合度较高的完整产业链条，造成一定程度上

的产业雷同和同质化竞争现象，尚未形成以链主企业为主体的“产学研用”集聚规模化效应，整体辐射带动能力不强。

行业标准不统一，产品质量难以把控。统一权威的行业标准是衡量行业成熟与否的标志。目前，华玫、芳蕾、紫金等龙头企业均拥有各自的行业标准，同是花茶茶品，但是各家企业在包装、质量等方面全然不同，缺乏花冠、花蕾以及生产加工等统一的行业规范和产业标准，导致包装、品质、质量参差不齐、标准混乱，甚至出现恶性竞争，不利于产业协同、整合与壮大。

周期性发展特性显著，园区加工设备利用率低。由于玫瑰产业周期性生产特性显著，在种植加工机械化程度较大幅度提升的同时，也衍生出玫瑰种植加工机电设备利用率不充分、种植户和加工厂投入成本增加投资回收期长等问题，对区域整体也是玫瑰种植加工机电设备投入资金的浪费。

三、产品营销环节存在的问题分析

品牌影响力不足，品牌附加值较低。“平阴玫瑰”公用品牌价值发挥不彻底、不充分，文创产品类别少，在品牌的辨识度、市场的竞争力等方面处于相对弱势，品牌知名度仅仅局限在济南及周边地区，宣传半径小、辐射作用不强，在全国范围内尚未完全打开。“平阴玫瑰”公共区域品牌缺乏长期规划作为支撑，对于区域公共品牌的培养扶持缺乏系统谋划与顶层设计，品牌的文化内涵不足问题特别突出。在企业品牌打造推广方面除华玫、芳蕾、紫金等少数几家企业有较大规模投入外，其

他玫瑰加工企业缺少品牌打造方面投入的魄力，知名度有限。

产品推广力度不足，电商发展矩阵有待搭建。企业对新产品缺乏准确定位，产品搭配不成体系，宣传推介手段较弱，品牌推广活动多数靠政府带动，“等靠要”思想束缚了企业进一步推广新产品。电商生态体系不健全，县域电商主播小而杂，难形成直播辐射效应，直播带货议价能力差，大部分利润被抽走，与临沂、菏泽等地的电商企业差距较大。

产品流通渠道不健全，时间及物流成本急剧上升。目前，平阴玫瑰主要以食品、饮料等大众化产品为主，具有小批量、多批次、时效要求短、包装要求高等特点，对集货、冷链等仓储物流配送要求较高。但是，平阴目前暂无统一的现代化物流仓储设施，产品供应链运作不顺畅，现有玫瑰产品大部分先行运至济南进行仓储及中转，然后再运输及分销至省内其他地区及全国，在一定程度上造成了物流以及时间成本的提高。

四、产业文化打造存在的问题分析

产业文化缺乏支撑，特色文旅康养产业集聚效应弱。目前，平阴“玫瑰花乡”田园综合体以及“花养花”玫瑰小镇等文旅项目旅游多以“坐着小车转一转，拍张照片看一看”等形式为主，文旅产品单调雷同，对康养文化旅游资源的挖掘利用仍停留在“粗加工”阶段，对产业文化挖掘不深、精神文化关联度较低，休闲养生、医疗保健等附加值高、经济带动作用强的新业态尚在起步阶段，游客的参与感、互动感、融入感不强。同时，各个景点相对分散，尚未形成连点成片的精品旅游线路，缺乏旅游信息综合指南平台建设，极易出现游客找不到路、走错路现象，

导致玫瑰旅游“粘性差、留不住人”。

第三节 发展战略分析与筛选

平阴玫瑰从种植规模、品种资源、历史文化底蕴等方面都走在了全国前列，基于对平阴玫瑰产业发展的优势、劣势、机遇和威胁分析，形成四种战略组合，对延伸产业链、促进乡村振兴、畅通城乡经济循环具有重要的战略作用。

SWOT	优势 (Strengths)	劣势 (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 区位优势突出 <input type="checkbox"/> 产业基础良好，特色产业高地构建 <input type="checkbox"/> 产业政策体系日益完善 <input type="checkbox"/> 品质独特，种植环境适宜 <input type="checkbox"/> 文旅资源丰富，产业带动能力强 <input type="checkbox"/> 产全产业链体系初步构建 <input type="checkbox"/> 品牌基础强劲，行业市场优势明显 <input type="checkbox"/> 创新能力强，企业类型多元发展 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 产品韧性不足，新品种研发滞后 <input type="checkbox"/> 规模化种植能力弱，面临上行压力 <input type="checkbox"/> 深加工能力不足，缺乏拳头产品 <input type="checkbox"/> 企业带动能力弱，行业标准不统一 <input type="checkbox"/> 品牌附加值低，流通渠道不健全 <input type="checkbox"/> 产业文化缺乏支撑，文旅沉浸式体验感较差 <input type="checkbox"/> 营销方式缺乏创新 	
机遇 (Opportunities)	增长型战略 (S-O, 发挥优势、把握机会)	扭转型战略 (W-O, 利用机会、克服劣势)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 国家对特色产业支持力度 <input type="checkbox"/> 国内玫瑰市场缺口较大 <input type="checkbox"/> 多重战略叠加的区位机遇 <input type="checkbox"/> 浪漫经济掀起玫瑰消费潮 <input type="checkbox"/> 电商网红消费新业态 	<p>①利用国家政策，借助政府支持，保持规模优势；②突出平阴玫瑰地域、环境和品质优势，加强产品营销；③发挥规模化的生产格局优势，延伸产业链参与国际竞争；④壮大电子商务和物流渠道，做大做强区域品牌；⑤充分利用玫瑰文化资源，发展玫瑰相关文旅业。</p>	<p>①借助国家政策，更新种植品种，提高农业产业化水平；②加强科研力量，改进加工工艺；③引进培育链主企业，打造拳头产品，拓展市场空间；④借助电商和区位优势，创新营销方式，提高品牌影响力；⑤充分挖掘产业文化旅游康养资源，做好结合文章。</p>
威胁 (Threats)	多元化战略 (S-T, 利用优势、回避威胁)	防御型战略 (W-T, 减少劣势、回避威胁)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 产业发展缺乏顶层设计 <input type="checkbox"/> 甘肃永登等竞争对手挑战 <input type="checkbox"/> 国际市场的局限性，不具备国际市场认可度和竞争力 <input type="checkbox"/> 收购价格易波动，市场预见能力偏弱 	<p>①实施规范化种植、规模化发展，降低生产成本；②实行集团化经营，提高贮运设备与技术水平和规模，避免价格大幅波动；③实施品牌战略，提高产品竞争力，逐步打入国际市场；④加强与周边地区合作，共谋发展。</p>	<p>①制定产业发展战略，优化产业发展结构；②改良、引进新品种，实施精细化管理；③发展壮大龙头企业，培育区域玫瑰产业集群增强产业竞争力；④实施一体化战略，促进玫瑰三产融合；⑤加大宣传力度，拓宽玫瑰销售渠道，逐步进入国际市场。</p>

第四节 平阴玫瑰产业发展的战略选择

一、资源驱动转变为创新驱动发展战略

转变以资源要素、政策驱动发展思路，构建以创新驱动为核心的新型发展方式。以技术“进链”、企业“进群”、产业“进带”、园区“进圈”为主线，以“缺链补链、短链拉链、弱链强链、同链错链”为思路，以创新为核心，围绕发展潜力大、成长性强、带动作用显著的优势产业链，积极实施“专业化生产，提升产品档次；外向化拓展，壮大产业规模；集团化发展，优化产业结构；园区化配套，推进产业集群”战略，形成从种植到研发设计再到终端产品完整产业链的整体优势，建成一个“种植—研发—转化—生产”良性循环的产业生态体系。

二、产业结构调整促经济高质量发展战略

加速构建平阴玫瑰新型产业体系，具体包括各产业内部产业链完善、各部门产品生产规划与计划调整、配套服务体系完善、整体发展策略等内容，最终实现各项资源的合理配置，突出资源的多元化整合与利用，促进产业结构优化升级，将资源和政策两大优势转化为经济优势。积极实施企业创新转型战略，加速培育高新技术企业、上市企业、独角兽和瞪羚企业，鼓励企业积极申请创建国家级、省级企业技术研发中心、实验室等。销售环节，围绕玫瑰产品开展专项消费促销活动，扩大以平阴玫瑰为原料制成的玫瑰制品在国内零售市场的积极消费。

三、积极承接产业转移与资源引进战略

努力建设开放型产业发展格局，着眼全国乃至全球玫瑰产业结构调

整和产业转移背景和趋势，利用等各项机遇，积极承接产业转移，大力招揽专业技术人才，增加经济与技术交流合作机会。实施招商引资、招才引智工程，鼓励引入外资，特别鼓励企业引进高新技术产业和产品，积极参与传统产业和生产线升级改造，面向“一带一路”国家和地区开拓产品和市场空间，积极参与国际分工合作，利用国内外资本和先进技术推动平阴玫瑰产业高质量发展。

四、搭建双创平台完善创新环境发展战略

充分发掘高校院所的创新资源，构建“产业+龙头企业”“产业+创新平台”“产业+创新人才及团队”等创新科技平台；积极吸引京津冀、长三角等科技创新高地的技术交易中心、科技咨询机构、知识产权服务中心等科技服务机构，充分运用大数据和现代物流网络等服务手段建设科技服务平台；以“新服务、新生态、新潮流、新概念、新模式、新文化”为导向，按照“集中建设、优化功能”的思路打造“众创空间+孵化器+加速器+专业园”梯级创业孵化体系。

五、“金字招牌”与“特色品牌”战略

关注国家、山东省、济南市等不同层级的相关政策及重大项目安排，积极争取“金字招牌”落位，积极培育“特色品牌”。全力推动经济发展实现质量变革、效率变革、动力变革，结合先进管理理念、优质营商环境和逐步完善各项基础设施建设。建立具有可持续性的品牌认知 IP，提高平阴玫瑰在国内消费者中的认知，建立潜意识的消费心智。鼓励和争取国际化妆品品牌在中国市场使用平阴玫瑰原料。

六、改头换面打造新型园区战略

提升物流服务设施和能力，使平阴县逐步成为全国玫瑰产业物流汇聚的中心，进一步成为玫瑰产业进出口贸易的重要集散地。积极推进产城融合、绿色园区、智慧园区建设，以信息化为核心，结合高级技术和管理咨询服务，以云计算、物联网、移动互联网等技术为手段，打造“创新中心+研发转化+精细化管理服务+高品位宜居生活”的新型园区。

第四章 玫瑰产业发展对比研究

第一节 国内外玫瑰产业发展对比

全球种植玫瑰的国家主要集中在亚非拉国家，其中中国、印度、肯尼亚、厄瓜多尔和哥伦比亚的种植规模最大。从国内外玫瑰主要产地发展指标对比可以看出：

1、种植面积以国内为主：国内玫瑰种植遍布，“四主多点”布局初步形成，山东平阴玫瑰、甘肃苦水玫瑰、新疆和田玫瑰、云南玫瑰为代表的四大主产区，种植面积占全国总面积的 71.43%；国外优势产区以印度、肯尼亚、土耳其、哥伦比亚和厄瓜多尔为主，厄瓜多尔和哥伦比亚玫瑰种植面积占南美洲的 86%。

2、国内外玫瑰品种主要类型差异不大：目前国内外优势主产区的玫瑰品种多样，并形成以当地特色为主的玫瑰种植品种。其中，主要品种以丰花玫瑰、紫枝玫瑰、大马士革玫瑰、苦水玫瑰、滇红玫瑰以及小枝玫瑰为主。其中，国内玫瑰主要供应国内市场、泰国和新加坡等国；印度消费市场主要为国内市场、英国和澳大利亚等；肯尼亚玫瑰主要销往荷兰、英国、挪威等欧洲主要国家。

3、国内消费市场产品附加值相对较低：目前与玫瑰花紧密联系的产业链条涵盖购物、酒店、娱乐、地产、疗养、美食等方面，产品种类多样，以食品、药品、化妆品、化工品为主。产品市场主要分为高端、中端和低端市场三类。其中，高端市场主要集中在国外，如用于提取玫

瑰精油、切花为主的保加利亚、土耳其和摩洛哥等，并且已初步形成包含精油提炼、化妆品生产、主题旅游相结合的玫瑰产业链；中低端市场主要集中在国内，大部分的玫瑰花以原材料或初步加工的形态流出，如风干玫瑰花、鲜花饼等，而精深加工产品仍处于初步探索阶段、同时三产融合程度较低，国内玫瑰消费市场产品附加值整体较低。

表 4.1 国内外玫瑰主产区发展指标情况对比

区域		面积 (万亩)	品种	产品	
国内	山东	平阴	6.1	丰花玫瑰、紫枝玫瑰、平阴玫瑰	食品、药品、化妆品、化工品
		定陶县、胶州市、肥城市、威海临港经济技术开发区、单县、莒县	1.3	黄店大花红玫瑰、大马士革玫瑰、紫枝玫瑰	食品、切花
	甘肃	永登县	6	苦水玫瑰	食品、化工品、化妆品、药品
		榆中县、兰州新区、山丹县等	2	苦水玫瑰、娜欧米、雪山系列、紫霞仙子、红玫瑰	食品、切花、化妆品
	云南	昆明	4	滇红玫瑰、八街玫瑰	切花、食品
		麒麟区、宣威市、红塔区、通海县、易门县、峨山县、新平县			

新疆	和田地区：和田市、于田县、洛浦、和田县、皮山县、策勒县、民丰	5.5	沙漠小刺红玫瑰、中天玫瑰	食品
	吉木萨尔县、于田县、莎车县	2.1	红玫瑰、小枝玫瑰	切花、食品
河北	邢台县、隆化县、围场满族蒙古族自治县、枣强县	1.1	溢香玫瑰、四季玫瑰	食品、切花、药用
河南	通许县、新安县、伊川县、叶县、许昌县、舞阳县、卧龙区、商水县、项城市	0.5	丰花一号、四季玫瑰	苗木、食品、切花
贵州	水城县、播州区、绥阳县、七星关区、大方县、德江县、兴义市、兴仁县、贞丰县、雷山县、福泉市	0.8	紫枝玫瑰、丰花玫瑰、大马士革玫瑰、滇红玫瑰、墨红玫瑰	食品、切花、化妆品
湖南	新邵县、绥宁县、新宁县、通道侗族自治县、吉首市、花垣县	0.3	金边玫瑰、大马士革、卡罗拉、黑魔术、法国红	苗木、食品、化妆品
四川	青白江区、绵竹市、绵阳市、江油市、蓬安县、西充县、仁寿县、巴州区、小金县、盐源县	2.4	大马士革玫瑰、彩云、光谱、卡罗拉	化妆品、食品

江苏	江宁区、江阴市、宜兴市、通山县、沛县、句容市	0.5	中国红玫瑰、大马士革玫瑰、四时玫瑰、藤玫瑰、速生玫瑰、玫瑰树	苗木、切花、食品
湖北	黄陂区、大冶市、京山县、应城市、枣阳	2.6	卡罗拉、大马士革玫瑰、格拉斯玫瑰、保加利亚玫瑰、丰花玫瑰、紫枝玫瑰	苗木、切花、化妆品、食品
陕西	渭南市、城固县、西乡县	0.4	大马士革玫瑰、格拉斯玫瑰	化妆品、食品
广东	花都区、南海区、化州市、阳春	0.3	丰花玫瑰、紫枝玫瑰、大马士革玫瑰	切花、食品、化妆品
浙江	富阳区、衢江区	0.3	丰花玫瑰、紫枝玫瑰、大马士革玫瑰	切花、食品、化妆品
重庆	潼南、铜梁区	0.2	丰花玫瑰、紫枝玫瑰	切花、食品
福建	清流县、桂峰	0.2	滇红、墨红、丰花一号	食品、药品、切花
山西	乡宁县、静乐县	0.6	中天玫瑰、平阴一号	食用、盆栽
北京	门头沟区	0.3	金顶玫瑰	食品
天津	宝坻区	0.1	大马士革玫瑰等	食品、化妆品、化工品
台湾		0.2	戴安娜、加纳红	切花

国外	保加利亚	旧扎果拉、普罗夫迪夫、帕扎尔吉克	6	卡赞勒克玫瑰	化妆品、食品
	肯尼亚	奈瓦沙湖周边	2	肯尼亚特种玫瑰、肯尼亚高山玫瑰	切花
	埃塞俄比亚		0.3	高原玫瑰	切花
	厄瓜多尔	Cayambe、tabacundo	2	彩色玫瑰、钢琴、众星捧月、27	切花
	哥伦比亚		1	FreedomRose	切花
	印度		2	泰姬玫瑰(紫红色)	切花、食品
	俄罗斯	克里米亚	0.5	突厥玫瑰、法国蔷薇、寒地玫瑰	切花、食品、化妆品
	美国	加利福尼亚、科罗拉多、康乃狄格、佛罗里达、伊利诺、艾奥瓦、马里兰、新泽西、纽约	0.3	红玫瑰、大马士革玫瑰	切花、苗木
	法国	格拉斯	0.3	红玫瑰、五月玫瑰(千叶玫瑰)、大马士革玫瑰	化妆品、切花
	德国	斯坦弗	0.3	大马士革玫瑰, 千叶玫瑰	切花、化妆品
意大利		0.2	大马士革玫瑰	切花、化妆品	

	瑞典		0.1	寒地玫瑰、彩色玫瑰及超长玫瑰销	切花、化妆品
	日本		0.5	白勃艮第玫瑰、仙子之吻	切花
	土耳其	伊斯帕尔塔	3	大马士革玫瑰、突厥玫瑰、卡赞勒克玫瑰	化妆品、食品、切花
	摩洛哥		0.5	摩洛哥玫瑰、五月玫瑰	切花
	荷兰	Marjoland	0.6	大花玫瑰	切花

资料来源：网上官网及新闻公开资料整理测算

第二节 国内主要玫瑰产区发展分析

一、甘肃永登苦水玫瑰

苦水玫瑰主要种植区域在甘肃省永登县苦水镇，苦水玫瑰自引进种植以来已有 200 年的历史，虽然起步晚，但发展速度较快，截至 2020 年种植面积已达 6774 公顷。特定的自然气候条件使得苦水玫瑰鲜花精油产出率高、香味浓郁，深受广大消费者青睐，产品远销港澳地区及东南亚国家。苦水玫瑰作为甘肃特色农产品，近年来受到各级政府的高度关注，产业发展十分迅速。

1. 苦水玫瑰产业现状

1.1 种植规模不断扩大，经济效益较高

近年来，由甘肃省玫瑰产业的快速发展，种植规模迅速扩大，种植区域向周边延伸，面积从 2010 年 3067 公顷发展到 2020 年的 6774 公顷，其中永登县苦水镇 1887 公顷、红城镇 887 公顷、龙泉寺镇 600 公顷、大同镇 500 公顷、树屏镇 533 公顷、上川镇 733 公顷、兰州新区 1634 公顷，年产鲜花 2.6 万 t，干花蕾 2 万 kg，玫瑰纯露 20 万 kg，玫瑰酱 8 万 kg，玫瑰精油 200kg，总产值达 6 亿多元。

1.2 加工企业多，产品种类丰富

20 世纪末至 21 世纪初，随着玫瑰精油的走俏，每升玫瑰精油市场销售价达到 4.5 万元，利润剧增，促使玫瑰加工企业如雨后春笋般迅速发展，目前具有一定规模的玫瑰加工企业达 80 余家，满足了甘肃苦水玫瑰加工需求。同时，随着玫瑰产业的发展，为适应市场需求，由甘肃

九天玫瑰产业开发有限公司、甘肃茂林玫瑰产业开发有限责任公司等龙头企业领衔，研发出以玫瑰为主要原料，涵盖化工、香料、医药、酿造、饮料等领域的 100 多种产品，产品丰富多样，尤其是近年来玫瑰纯露、玫瑰细胞液、玫瑰酒、玫瑰酱、玫瑰茶、玫瑰膏等衍生产品市场占有率不断扩大。此外，随着玫瑰药用价值的深入研究，苦水玫瑰生产加工能力也随之提升。

1.3 市场占有率大，声誉不断提高

甘肃苦水玫瑰种植区域海拔 1600~3000m，平均气温 3.5~5.9℃，年降水量 260~290mm，年日照时数 2659h，无霜期 121d，土壤矿物质含量高，pH 值在 6~8，呈中性或微碱性，气候条件适宜玫瑰生长。据测定，苦水玫瑰多糖质量分数为 1.95%，还原糖质量分数为 4.51%，黄酮质量分数为 4.41%，多酚质量比为 91mg/g，精油质量好、出油率高，与大马士革玫瑰精油相比，香叶醇低 20%、香茅醇高 30%，总黄酮含量高 34%，玫瑰花水提取物清除 DPPH 自由基的能力强。由于苦水玫瑰产品品质在全国玫瑰产品中占据优势，在国内国际市场上声誉不断提高，市场占有率不断扩大。

1.4 产品功效好，销售渠道畅通

甘肃苦水玫瑰花色艳丽，玫瑰精油、花水香气溢人，玫瑰花蕾入药具有活血化瘀、消肿止痛、美容养颜的功效，玫瑰鲜花蕾、玫瑰干花蕾、玫瑰花茶、玫瑰饼、玫瑰酒等产品十分畅销，需求量迅速上升，产品价格也随之上涨，年均上涨 40%左右。日韩、东南亚等国和港澳台地区对

花茶的需求增长迅速，价格是普通花茶的 2~3 倍，随着玫瑰新产品的开发，市场行情好转，经济效益进一步提高。

1.5 政府重视，产业发展迅速

苦水玫瑰作为甘肃特色农产品，长期以来受到甘肃各级政府重视，玫瑰产业发展不断得到政策、资金等方面的支持，2019 年甘肃省政府制定特色农产品三年倍增计划，列支专项经费，成立专门的玫瑰产业包抓组狠抓玫瑰产业发展工作，兰州市农业委员会制定了《兰州“苦水玫瑰”产业发展规划（2016—2020 年）》，苦水玫瑰实现种植规模化、产品系列化、销售市场化、玫瑰旅游国际化、玫瑰科研主体化、玫瑰标准统一化。永登县专门成立玫瑰研究所，联合兰州市农业科技研究推广中心花卉站开展玫瑰育种工作。在各级政府的支持下，甘肃玫瑰产业得到长足发展。

2. 苦水玫瑰产业存在的问题

2.1 种植品种老化，品种混杂

水玫瑰自引种种植以来，没有进行品种改良，长期沿用压条繁育，自然扩繁，目前种植的玫瑰品种仍然以传统品种为主，品种杂。据调查，目前生产中的主要品种分为 2 种，一种茎干基部小刺多，大刺少，小刺均匀分布，长 0.2~0.5cm，大刺间隔 2cm 左右，长 0.7cm 以上，刺尖为钩状，产花量 2300 朵/株左右，产量较高；另一种枝条周身布满小刺，大刺较多，并从枝条基部一直延伸到枝条顶部，产花量 1300 朵/株左右，产量较低。实际生产中，种苗不纯，生产田混杂，产量较低。虽然近年

来重视新品种选育及引进推广工作，但进展缓慢，实际应用于大田生产的大花重瓣等优良品种较少，目前推广面积只有 67 公顷。

2.2 栽培管理落后，产量降低

苦水玫瑰鲜花和鲜花蕾市场收购价格波动较大，最高达到 12 元/kg，最低 4 元/kg，价格的波动直接影响着花农的生产积极性，导致栽培管理不适应生产需求，玫瑰产量不稳定。主要表现：一是生产中玫瑰生产田缺乏科学灌水量与施肥量，灌水施肥不精准；二是部分玫瑰在农田四周种植，灌水施肥与玫瑰生长需水肥规律不完全相符；三是农户对玫瑰的修剪及花后复壮不重视；四是各级农技部门技术培训指导滞后，技术与生产脱节。

2.3 机械化程度低，成本较高

玫瑰开花比较集中，花期只有 15d 左右。近年来，随着大量农村劳动力进城务工，劳动力缺乏，不能按时采摘，急需采摘机械。然而由于玫瑰生长的特殊性，截至目前，玫瑰鲜花和花蕾采摘机械还未研发出来。另外，在玫瑰生产中，病虫害严重，针对玫瑰生产田专用的中耕除草农机具研发还未成功，农机农艺结合不到位。玫瑰病虫害化学防治仍以人工背式喷雾器防治为主，无人机喷防应用还未普及，统防统治意识淡薄。

2.4 研发力量薄弱，基础较差

苦水玫瑰作为甘肃省特色经济作物，虽然知名度很高，但由于在全省农业中占比较小，各级科研机构投入不足，目前只有兰州市农业科技

研究推广中心花卉及特种经济作物技术推广站开展苦水玫瑰新品种选育及推广工作，虽已引进许多品种，适配组合，选育出了2个大花型新品种，但由于经费缺乏，繁殖速度慢，推广困难。永登县虽然成立了专门的玫瑰研究所，但缺乏专业技术人才，研究工作长期处于半停顿状态。

2.5 加工工艺落后，产品单一

甘肃玫瑰产区玫瑰收购加工企业较多，达80余家，但现阶段甘肃省缺乏加工工艺先进、设备精尖、销售链完善、市场声誉好的龙头企业，大多企业水平仍然以玫瑰精油和玫瑰花蕾初加工为主，加工企业良莠不齐，缺乏先进的加工设备，产品附加值很低。各企业加工产品种类单一，质量参差不齐，有的企业以玫瑰花蕾粗加工为主，生产规模小、成本高，产品质量不稳定，导致企业效益不好，生产积极性不高。

二、新疆和田于田玫瑰

于田县玫瑰花产业化涉及领域广，基本上实现了生产、加工、流通的全覆盖。由政府推动、农民参与种植，企业、合作社负责收购、生产、销售的“企业+基地+农户+销售”的联营模式得到不断完善，产品营销方式基本形成并稳步发展，初步形成玫瑰花规模化种植、精细化加工、商品化销售有机结合的现代化产业链条。

1. 于田玫瑰产业现状

1.1 种植方面

于田县玫瑰花种植户主要由四种形态组成，分别是园区、企业、合作社及个体农户。品种主要以大马士革玫瑰为主，园区和企业还引种山

东紫枝玫瑰、平阴玫瑰等各类品种。玫瑰花主要的主要销售方式有企业收购、合作社统一销售、商贩上门收购以及农户零售等。为促进于田县玫瑰花产业发展、农民收入提高，于田县政府积极推进玫瑰花产业园建设，于田县玫瑰花种植面积在不断扩大。截至2019年，该县共种植玫瑰花达到4.91万亩（其中：采花面积4.4万亩），主要以阿热勒乡、奥依托格拉克乡为中心，辐射带动喀尔克乡、科克亚乡等8个乡镇，特别是2018年围绕脱贫攻坚产业发展布局，整合涉农资金703万元，建成了全国两个最大的连片种植玫瑰花基地，其中：阿热勒乡1万亩、奥依托格拉克乡1.1万亩，为建设玫瑰花产业园奠定了坚实的基础。

近年来于田县玫瑰花产量一直处于稳定上升阶段，2012至2015年间玫瑰花产量增幅处于较低水平，2015年后于田县玫瑰花产量大幅度提升，增长幅度也呈逐年上升趋势。而玫瑰花的产值也在不断增加，特别是在2017-2019年呈快速增长的趋势。2018年全县玫瑰花产量达到4830吨，较上年同期增加580吨，增长了13.6%，总收入达到10626万元，较上年同期增加2126万元，增长25%。2019年玫瑰花平均单产187公斤/亩（其中：3年以上的2.3万亩，平均单产280公斤/亩；两年的2.1万亩，平均单产85公斤/亩），鲜花瓣每公斤18元左右，鲜花蕾30元左右，干花蕾140元左右，总产8225吨，实现产值18095万元。亩均收入4110元，纯收入3200元左右。

1.2 加工方面

于田县以龙头企业、4万亩标准化生产基地为抓手、14个专业合作

社为依托，采取“企业+基地+合作社+农户”发展模式。以玫瑰花为主要原料，生产出六十多种系列的加工产品，如玫瑰花茶、玫瑰花酱、玫瑰花酒、玫瑰花面膜等，其中小作坊或农户可以自己生产玫瑰花酱和玫瑰花饅，有的合作社不具备自己包装的能力，因此会选择外包。为加大产品的研发力度，延长高附加值的产品线，玫瑰花产学研一体化良性发展格局已初步形成，具备延长玫瑰花产业链、开发高端玫瑰系列产品的

1.3 流通方面

于田县在交通上具有一定的优势。随着于田机场、和若铁路的施工建设，于田县交通运输的条件得到了进一步改善，为玫瑰花产品外销提供便利条件。另外，与国内知名品牌策划公司进行合作，制定品牌营销战略。将电子商务销售平台与实体体验店相结合，开辟了玫瑰花产品外销的新途径。于田县依托龙头企业“互联网+”先进营销理念和集团化营销平台，利用网络做好玫瑰花产品推介、销售工作，培育一批电商网络销售人才，率先将玫瑰花茶、玫瑰精油系列产品成功入驻天猫、京东、一号店等电子商超，实现一线城市高端消费市场的突破。通过线上线下及网络平台，促使玫瑰花产业链的拓宽与延伸，极大地促进玫瑰花产品卖难的问题，促进农民增收。

1.4 科研发展方面

于田县玫瑰花产业发展过程中，十分重视科学技术对农业发展的引导作用。政府积极支持龙头企业与自治区药物研究所、新疆农业大学等

开展战略合作，推进产学研一体化发展，目前龙头企业已累计申报发明专利10项，其中4项发明专利已获得国家专利局授权。提升玫瑰花产业规划、产业园区建设、生产与营销管理、人才培养等方面的科技含量，实施玫瑰花产业科技创新和玫瑰花高新技术推广运用。该企业已获得“安全生产标准化三级企业”“产学研联合开发示范基地”等称号，取得HACCP体系、食品安全管理体系等认证证书，坚持经济效益、社会效益以及生态效益兼顾，推动玫瑰花产业可持续健康发展。

1.5 休闲旅游业方面

于田县在产业链方面也已经延伸到玫瑰花文化旅游层面，努力推动于田县玫瑰花产业纵深发展。充分发挥于田县玫瑰花品牌知名度、美誉度优势，利用每年的玫瑰花风情节重点打造玫瑰花旅游品牌，推出玫瑰花生态游、玫瑰花之乡体验游，重点发展一批以采花、制花酱为主题的旅游体验项目，不断丰富旅游活动。目前已连续举办多届玫瑰风情旅游节，每年5月玫瑰花时节，邀请各地游客、学者、摄影爱好者来于观赏玫瑰花海，举办文艺演出、摄影大赛、美食技能大赛、特色产品展示展销活动等，积极赢得旅游招商合作机会，提升于田县知名度，努力打造“玫瑰之乡”的名片。

2. 于田玫瑰产业存在的问题

2.1 产业化发展水平低

于田县曾是深度贫困县，地方财政收入低，产业发展资金极其匮乏，尤其在企业扶植、品牌创建、产品精深加工等方面投入缺失。工业反哺

农业、城市支持农村的能力十分有限。再者，于田县之前的贫困人口比重较大，农民对农业的投入也十分有限，导致玫瑰花产业化发展还处于初级阶段，经济基础相对薄弱。首先玫瑰花生产基础设施不完善，用水利用率较低，玫瑰花产业科技服务体系不健全，综合服务能力和手段落后。其次，在对玫瑰花进行加工以及开拓市场方面的能力还不够强。品牌创建滞后，虽形成了稳定的产品类型，产品深加工体系有待进一步完善。除此之外，标准化、规范化、商品化的产业化生产基地建设得还不够完善，缺乏种苗繁育、标准化生产示范、产品规范化加工基地，无法形成较好的示范带动作用。

2.2 农业科技推广亟需加强

农民科技文化素质不高是导致于田县玫瑰花产业长期处于初级发展阶段的首要因素。全县农村劳动力平均受教育年限仅为 7.1 年，主要集中在小学及以下程度，对于新的农业技术的接受速度较为缓慢，绝大多数玫瑰花种植户缺乏现代农业种植经营管理的理念。虽然于田县已经开始定期对农户进行农技培训，但由于地理分布零散以及自身文化程度低等原因，当地农民主动学习新技术的意愿并不高，多数农民每年参加农技培训次数在 5 次以下。另外，县、乡玫瑰花种植管理等技术人员严重短缺，种苗繁殖依旧按传统模式发展，种植管理经验模式占主导，严重影响产业提质增收。由于缺乏科技人才、产品质量安全检测机构不健全、不完善，使产品质量等级标准不规范，产品初加工粗放发展，与市场需求不配套，标准化建设滞后都严重制约玫瑰花产品质量安全保障工

作。并且缺乏有力的科技支撑，还存在新技术运用、推广进展缓慢，机械化管理水平低，节水灌溉设施不配套等问题。

2.3 新型农业经营主体有待完善

农民专业合作经济组织作为主要的经营实体，在市场上的竞争能力较弱，发展水平较低，农民有序地进入市场组织化的程度较低。虽然于田县农业产业化经营水平上有了很大提高，但在标准化生产、产品加工以及建立市场网络等方面的作用还没有充分发挥出来，农产品加工业发展存在诸多问题，与农业发展新阶段的要求还有较大差距。玫瑰花产业龙头企业极少，没有形成有效的产业引导效应，农民合作社的经营规模较小，服务水平较低，产品的科技含量不高，产品单一且粗放型加工模式，在市场上缺少竞争力。

2.4 物流与信息基础设施建设不健全

在当地玫瑰花产量和质量保持相对稳定时，农民提高收入的直接方式就是提升玫瑰花的销售数量以及提高玫瑰花的销售价格，而影响销售数量与价格的主导因素便是当地的信息基础设施与物流基础设施。农户要想提高玫瑰花的销售数量，完善的物流基础设施必不可少，而便利的道路交通是物流运输的保障。农户要想提高玫瑰花的销售价格，就需要对优良农产品进行营销推广，使外界社会了解和认可产品，这时起到决定性作用的就是信息基础。在农民增收的过程中，信息基础设施和物流基础设施建设是相辅相成的，其中一者建设不健全都会影响农民的增收。

于田县主要以农业、农牧业相结合为主，区域面积高达四万多平方

公里。其中，耕地面积达到 50.37 万亩，人均耕地面积为 1.74 亩，沙漠、戈壁、裸岩等不可利用资源或难以利用资源较多，占总面积的 94%。当地可利用土地资源稀缺，村镇、各农户之间距离较远，造成地广人稀的现状。这两个区域条件导致当地道路交通极为不便。虽然于田县如今开始着重于道路建设，但是农村道路多为沙石路、泥土路。因此，物流企业的入驻率低，玫瑰花的运输成本较高，在长远的运输过程中，玫瑰花还可能损坏，降低农户的利润，制约农户增收。

在信息技术高速发展、科技突飞猛进、电子商务崛起的经济形势下，健全的服务体系、良好的外部环境对于企业的稳定的发展有着重要影响。于田县玫瑰花发展过程中很少借助电子商务对自己的农产品进行宣传，为了推动农户获得更加优质的玫瑰花产业相关信息，促进农户对自家优质玫瑰花产品的宣传，完善信息基础设施是非常重要的。而现在于田县信息基础设施建设的现状是由于于田县地处偏远，手机网络信号存在缓慢、信号中断等问题，这些因素阻碍了于田县农民与外界进行信息的交流，制约农民增收。

三、云南昆明食用玫瑰

昆明食用玫瑰种植面积最大的品种是“八街食用玫瑰”和“墨红玫瑰”2种重瓣红玫瑰，其中“八街食用玫瑰”占昆明食用玫瑰栽培面积的 91%，茶用玫瑰以“金边玫瑰”为主。栽植的其他品种有“格拉斯”（油用玫瑰）、“法国墨红”、保加利亚“大马士革”（油用玫瑰）、“千叶玫瑰”和云南老品种玫瑰等。

昆明食用玫瑰种植，2012 年从安宁八街镇栽植 2800 亩兴起后，全市食用玫瑰栽培扩增迅速。在 2016 年之前都是上涨，但是 2016 年由于种植面积扩张过快，超过云南省市场容量，导致价格大幅度下降，2017 年种植面积急剧下降，之后几年基本保持稳定。

昆明下辖盘龙区、安宁市和呈贡区等 13 个区（县）及 1 个县级市，全市玫瑰种植发展不平衡，昆明种植的玫瑰品种主要是安宁八街玫瑰、富民金边玫瑰，种植核心区在昆明安宁市的八街、富民县的清水村、晋宁区、东川区、西山区团结乡、石林县、禄劝彝族苗族自治县。全市食用玫瑰种植企业种植占 70%，农户种植占 30%，种植面积分散、整体规模不大，2019 年全市种植 14500 亩，其中安宁市的栽培面积 9300 亩富民县次之，而其他 11 个区（县）的玫瑰种植面积相对较少，种植面积最小的是嵩明县仅 190 亩。

1. 昆明食用玫瑰产业现状

1.1 玫瑰加工企业现状

昆明全市现从事玫瑰产业的农民专业合作社 62 个、玫瑰加工厂（点）224 个，食用玫瑰加工有一定生产规模的玫瑰加工企业达 19 家（2019 年数据）。玫瑰加工行业内涌现了云南嘉华食品有限公司、云南潘祥记工贸有限公司、安宁八街高桥食用玫瑰专业合作社和昆明铿锵玫瑰食品有限公司等一批有一定技术水平、市场营销能力和辐射带动作用的龙头企业 7 家，2019 年全市玫瑰产业年销售收入 1000 万元以上农业龙头企业达 9 家（其中安宁有 2 家），玫瑰产值 1 亿元以上企业 1

家，已形成重点龙头企业领跑，中小企业支撑的产业格局，有省级龙头企业 3 家，市级龙头企业 6 家（数据来源为公开资料整理）。表明昆明食用玫瑰加工环节大量中小企业充斥市场，但主要还是集中在龙头企业把控，竞争激烈，但是企业集聚也带来了规模效应，企业之间互通、模仿带来的效应也比较明显。

1.2 玫瑰加工产品现状

昆明食用玫瑰加工多数以粗加工和初级加工为主，虽然加工产品种类在不断丰富，但产品附加值低，加工产品主要有 2 大类。一类是玫瑰初加工产品：主要产品有玫瑰干花、玫瑰冻花、玫瑰鲜花饼和玫瑰茶等。另一类是玫瑰深加工产品：主要产品有玫瑰化妆品、玫瑰酱、玫瑰纯露、玫瑰酵素、玫瑰酒、玫瑰香体含片、玫瑰原汁饮料、玫瑰花露 I 号口服液（主要用于解酒 50ml）玫瑰牙膏和玫瑰糖等。

据公开资料整理，昆明 90%左右的食用玫瑰鲜花瓣用于生产鲜花饼，5%左右用于生产玫瑰茶，5%左右用于生产玫瑰化妆品、玫瑰糖和玫瑰酱，玫瑰残渣用于生产玫瑰酒和玫瑰酵素。全市玫瑰产品加工以玫瑰鲜花饼为突破口，研发了“玫瑰食品、玫瑰饮品、玫瑰化妆品、玫瑰保健品”等 4 大系列 70 余个品种，年加工玫瑰产品 20000 余吨，附加值较高的玫瑰产品如玫瑰胶囊和用作食品添加剂的玫瑰花色素产量极少。全市没有生产被称为“液体软黄金”的玫瑰精油。

昆明从事鲜花饼生产的企业占到焙烤行业的 95%，昆明鲜花饼在全省占有绝对优势，产值占全省的 70%，年产销量不断攀升，日销量

平均达 80 万-100 万枚，靠鲜花饼一个“拳头”产品，带动了昆明乃至云南食用玫瑰产业的发展，昆明食用玫瑰鲜花饼已成为云南一张靓丽的名片，是云南最热销的旅游产品，也是很多旅客携带的伴手礼，撑起了昆明食用玫瑰产业的“半壁江山”。

1.3 玫瑰花瓣营销现状

从花瓣的销售模式看，目前昆明的玫瑰花瓣主要有两种营销模式：

（1）花农—合作社—中间环节—生产企业（加工点）

“食用玫瑰种植户—合作社—中间环节—消费者”模式是指食用玫瑰种植户自愿加入专业合作社，将自家采收的玫瑰花瓣交专业合作社销售，有的合作社直接销售鲜花瓣、有的合作社收购鲜花瓣烘烤待分销、有的合作社收购鲜花瓣冷冻待分销。这种模式克服了家庭经营小规模弱点，使花农与合作社形成“利益共享，风险共担”的机制，在一定程度上起到了“内带农户，外联市场”的作用，花农之间实现了“抱团发展”。

（2）花农—收购商—中间环节—生产企业（加工点）

另外一种模式是“食用玫瑰种植户—收购商—中间环节—消费者”，和上面模式的最大区别是农民专业合作社没有参与流通环节，这种模式花农将自家采摘的花瓣出售给收购商，由收购商完成流通，由收购商完成玫瑰花瓣的分级、包装等工作，有效利用了规模经济效应，降低了花农的生产与交易的风险。由于收购商拥有花农无法比拟的资金和技术等优势，在花农与收购商的“对话”中无法处于平等的地位，这种不平等

也体现在双方信息的不对称上，收购商掌握着一市场定价权和话语权，流通环节收购商会尽量压低花农的收购价，双方“博弈”的结果往往是花农蒙受巨额经济损失。

2017年、2018年、2019年玫瑰花瓣价格变化不大，原因是昆明2015年后对冷库建设补助力度大，花瓣采收后冷冻存储，加工企业可以随时根据生产需要采购花瓣，花瓣价格不受季节影响，价格平稳。

1.4 玫瑰加工产品营销现状

目前昆明玫瑰产品的营销主要由各加工企业自行组织，最大的企业是云南嘉华食品公司和云南潘祥记工贸有限公司，占据了云南70%左右的市场份额，在国内已有较高的知名度和市场占有率。从昆明市烘烤协会了解到从营销产品看，低端大众消费品玫瑰鲜花饼销量较大，占昆明玫瑰产品销售总额的95.1%，玫瑰化妆品、玫瑰酒等中高端产品和其他产品占昆明玫瑰产品销售总额的4.9%。

从营销渠道上看，大多玫瑰加工企业都通过线上销售和线下实体店，线上销售33%左右，线上都借助低成本的“微商”和“抖音”进行营销。建起覆盖全省各(地)州有营销网络的玫瑰企业只有“嘉华食品”，“潘祥记”2家，有2家企业有专门的营销团队。从昆明市烘烤协会了解到从销售额来看，

受价格影响，昆明近几年食用玫瑰加工产品销售额在波动中变化，整体来说，市场趋于理性，加工产品销售额趋于稳定，

1.5 食用玫瑰品牌创建现状

昆明食用玫瑰通过申请原产地域保护、研制出台相关标准、申请欧盟有机认证、参加各种高质量展会及争创名牌农产品等形式，不断创建昆明食用玫瑰品牌。79%的企业注册了商标，如螳川源酒业经贸有限公司生产的“玫里传说”系列产品获云南省著名商标、高桥食用玫瑰合作社生产的“春雨思竹”玫瑰鲜花瓣和“喜来甜”系列产品获得国家绿色食品认证、云南玖香鲜花食品科技公司玫瑰产品获欧盟SGS认证、潘祥记玫瑰产品获云南省著名商标、嘉华鲜花饼获中国及欧盟双有机认证等。12.6%的企业在京东、淘宝或天猫等网站建立了营销平台，6.1%的企业建设了官方网站。从宣传方式和品牌打造看，只有极少数玫瑰企业重视媒体广告，如“嘉华食品”在昆明公交车车身上打广告、“潘祥记”邀请云南歌星杨丽萍代言食用玫瑰鲜花饼，并在机场和大型购物中心等人流大的公共场所开设实体店。

2. 昆明食用玫瑰产业存在的问题

2.1 种植方面

一是种植品种单一。全市栽培“八街食用玫瑰”这一个品种占全市栽培玫瑰面积的90%，在昆明市食用玫瑰主产区和核心区的安宁市，栽培“八街食用玫瑰”品种甚至达100%。二是栽培管理科技水平低，自然灾害与病虫害现象严重。以露地栽培、自然生长为主要模式，除冬剪外，基本不进行任何整枝处理，对食用玫瑰栽培管理缺乏科学性、系统性，花农重栽不重管的现象突出，到2019年实施水肥一体化栽培管理的面积不到总栽培面积的0.2%，更谈不上利用温、光、水、气等环境

进行综合调节控制管理。遇到下冰雹的年份，花农损失与正常年份相比，收入减少 30%左右。由于大多数花农对病虫害的发病机理与防治知识知之甚少，不严格打药，有虫就打，盲目增加农药的喷洒量，多数造成土壤板结和养分失调，这些行为都是病虫害滋生的温床，而且大剂量、高频次地施用农药并没有达到彻底消除病虫害的目的，反而提高了病虫害的耐药性与免疫力。三是栽植面积变化大，花瓣价格波动大，全市县(区)玫瑰种植不平衡。2005 年花价低至 2 元还无人问津，2008 年遭遇百年不遇的低温霜冻，产量下降，食用玫瑰供不应求，收购价格达到 20 元/千克，2013 年价格最高时每公斤达 35 元，均价约为 25 元。2014 年因市场调节作用价格从收购初期每公斤 15 元降到最低的每千克 2.5 元，2015 年最低至每千克 3 元。

2.2 加工方面

一是加工水平低，缺少龙头企业。全市多数企业规模较小专业化程度低，主要是生产玫瑰馅料和冷冻鲜花瓣，甚至还有小部分家庭作坊式的馅料、玫瑰糖生产企业，现阶段仍以粗加工和初级加工为主，且生产规模小、成本高，加工方法和工艺落后，加工产品附加值很低，缺乏深加工产品，严重制约了昆明玫瑰产业的发展。虽然成立了一批专业合作社，也有几家行业内部和地方认可的加工龙头企业，但产品深加工并没有做大做强，龙头带动作用发挥不起来，全市加工产值 5000 万以上企业仅 2 家，昆明玫瑰生产发源地安宁八街加工产值 1000 万以上企业仅 1 家。二是加工产品结构单一。尽管昆明的食用玫瑰产业越做越大，加

工产品种类在逐渐丰富、数量也在增加，中间产品产量最大的是酱料，终端产品产量最大的是鲜花饼，全市 90%左右的鲜花瓣用于生产鲜花饼。三是产品科技含量低，同质化、无序竞争严重。昆明食用玫瑰生产企业的产品大同小异，95%以上的企业都生产玫瑰鲜花饼、玫瑰花茶，很大程度属于区域内同质性竞争，很难和国际市场竞争，这直接影响到玫瑰的栽植、加工和销售等核心环节的发展。同类产品质量参差不齐，价格相差数倍，一方面产品低层次模仿竞争，利润低；另一方面破坏行业生态，如部分质量次的鲜花饼和玫瑰花茶出现在旅游市场，低价倾销，扰乱秩序，消费者没有安全保障，行业信誉受到影响。四是开发深度不够，产品附加值低。昆明食用玫瑰产品多数以原料和初级产品销售为主，酿酒后的玫瑰花瓣、采摘完玫瑰花瓣的玫瑰花托和玫瑰花枝当垃圾处理，产业链条不长，产品的精细加工和增值难以实现，玫瑰系列产品的开发只局限在表面，深层价值没有被开发出来。对玫瑰花化学成分和药理方面的研究深度还不够，对有效成分的确证、分离、纯化以及化学成分和药理机制的研究也不够，没有生产附加值较高的玫瑰精油和玫瑰花色素等产品。

2.3 销售方面

一是宣传力度不够。在全国各大门户网站、食品期刊和食品博览会上，行业主管部门或行业协会从来没有站在昆明食用玫瑰整体的角度对外宣传昆明玫瑰产品，以提高其知名度和享誉度。全市到目前还没有专门针对食用玫瑰产业举办过一次推介会，企业都是各自宣传，宣传渠道

少，多数采用发促销广告纸的形式进行宣传。二是销售渠道不畅，营销网络不健全。全市玫瑰花瓣销售除少部分生产企业自建种植基地自产自销外，农户主要依靠合作社和外来商贩收购运销。这就造成一方面中间商赚取的利润是花农的几倍，花农利益少、利益受损，另一方面由于缺乏对销售渠道的了解，花农和玫瑰生产企业缺乏沟通渠道玫瑰生产受制于人，一旦市场价格下滑，中间商不去收购，花瓣滞销，挫伤农户的生产积极性。调研发现，80%加工企业通过实体门店传统销售渠道销售玫瑰加工产品，9%的加工企业通过购物网站、微商等新渠道进行营销，但销量占总销量的20%以下，市场拓展的范围和深度还不够。到目前还没有1家食用玫瑰企业建成覆盖全国的营销网络，营销网络尚不健全。三是品牌影响力不强。全市食用玫瑰产品注册了90余个商标，获省级著名商标5个，市级著名商标8个，全国名牌商标0个，品牌的优势不突出。相较于“荔浦芋头”“山东大葱”“山西老陈醋”“延安小米”等一些全国知名特色产品而言，昆明食用玫瑰产品还没有获得消费者的广泛认可，它的地方特色和系列产品独特的品质优势以及自主的品牌价值远远没有发挥其应有的效应。

第三节 国际玫瑰产业发展分析及借鉴

一、保加利亚特色玫瑰产业发展之路——“玫瑰之都”卡赞勒克

保加利亚有着“玫瑰王国”的美誉，年产玫瑰油占世界产量的

70%-80%，其玫瑰油的产量、质量和出口量均居世界第一，90%以上的保加利亚玫瑰油作为高级香精出口到美国以及欧洲各国。而在保加利亚，四分之三的玫瑰产量则来自一个号称玫瑰谷的山谷地带。



图 4.1 玫瑰谷的山谷地带

在希腊神话中，爱神阿佛罗狄特为寻找情人阿多尼斯，她奔跑在玫瑰花丛中，玫瑰刺破了身上的皮肤，鲜血滴在玫瑰的花瓣上，白色的玫瑰变成了红色。从此玫瑰被人们视为爱情的象征。人类最早的玫瑰种植地在今天的波斯湾一带，随后扩展到阿拉伯以及小亚细亚地区。根据历史记载，玫瑰谷最早的玫瑰是一位土耳其法官带来的，这位法官在卡赞勒克有一大片美丽的玫瑰花园。后来这片花园被奥斯曼帝国的苏丹定为

皇室专用。



图 4.2 玫瑰谷风景

卡赞勒克的玫瑰谷位于保加利亚首都索菲亚东南约 40 公里处，有着“上帝的后花园”之称。传说在创世之初，上帝在分配土地时，保加利亚人来迟了，软磨硬泡之下，上帝决定赐予他们自己的后花园。上帝的后花园缀满玫瑰，于是保加利亚就有了卡赞勒克的玫瑰谷。



图 4.3 卡赞勒克的玫瑰谷

玫瑰谷包括毗连的卡赞勒克谷和卡尔洛沃谷两条山谷，东西长 100-130 公里，南北宽 10-15 公里，海拔 350 米的狭长地带，整个山谷都种满了玫瑰，总面积近 4000 公顷，被誉为世界上九大最美花海之一。玫瑰谷地处巴尔干山脉中部南麓谷地，北面，巍峨的巴尔干山脉挡住了从北方吹来的寒风。南面，地中海的暖流沿着斯特勒马河和登萨河穿过峡谷，带来温暖潮湿的空气，独特的气候条件和适合玫瑰生长的沙质土壤条件，让这里成为世界上独一无二的油料玫瑰和玫瑰油产地。正因为有了玫瑰谷，保加利亚才被冠以“玫瑰王国”的美誉；也因为这个长满玫瑰的山谷，保加利亚成为世界上最大的玫瑰油生产国和出口国。



每年的5月到6月，是玫瑰谷最为繁忙和美丽季节，山谷都散发着浓郁的玫瑰花香，而世界各地的游客也会集中在这个季节造访，山谷热闹非凡。



数千名花农聚集在整个山谷，他们必须在清晨5点到7点进行

采摘工作，因为只有带露水的玫瑰花瓣含油量最大。在25天收割期内，抓紧时机采摘玫瑰花。采摘后的玫瑰花，会被送到精油工厂，玫瑰精油被称为“液体黄金”，每千克玫瑰精油价格高达5000-6000欧元。约100朵玫瑰花才能萃取出一滴玫瑰精油，萃取1ml的玫瑰精油需要约2000朵玫瑰花，4000公斤的玫瑰花可以获取1kg的玫瑰精油。



悠久的种植加工历史塑造了保加利亚玫瑰的国际品牌。早在十五世纪中叶，苏丹穆拉德三世（Murad III）任命园丁在埃迪尔内（Edirne）省卡赞勒克专门培育玫瑰，以供君士坦丁堡王宫使用，开启了保加利亚玫瑰谷的崛起之路。

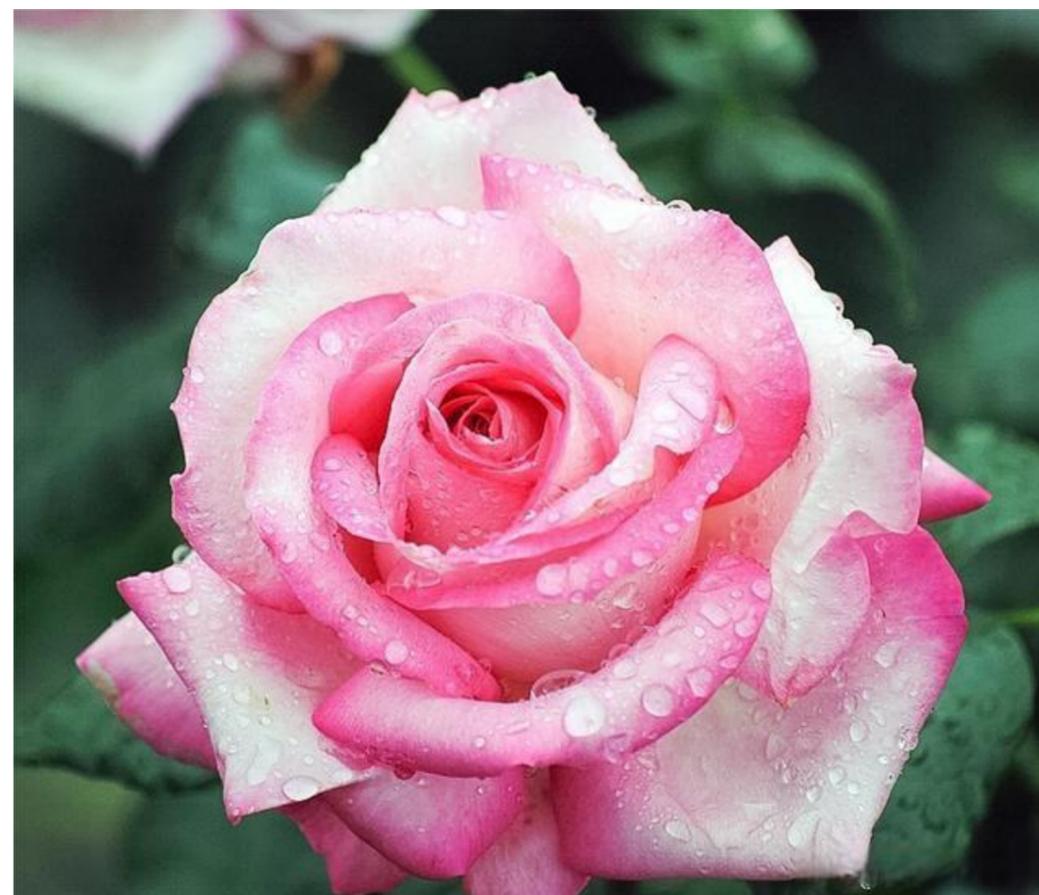
在这之后的几个世纪里，随着欧洲贵族对香水的需求的剧增，叙利亚等中东传统玫瑰种植地区的产量无法满足欧洲贵族的需求，而保加利

亚巴尔干山脉一带的气候特别适合种植玫瑰，因此保加利亚就逐渐成为欧洲重要的玫瑰原料产地。



图 4.4 玫瑰谷种植的大马士革玫瑰

玫瑰有 5000 多个品种，但只有少数几个品种才能做香水原料。经过数百年的精心种植和培育，玫瑰谷种植的大马士革玫瑰成为最为优质的玫瑰品种，这种玫瑰花苞比一般的玫瑰要大三分之一，出油量也高将近三分之一，是举世公认的香气最好，经济价值最高，最受市场青睐的玫瑰品种。



在玫瑰加工技术方面，保加利亚早在 16 世纪就掌握了玫瑰水的萃取技术。最早的蒸馏法是从波斯和突尼斯传入的，通过对玫瑰花的蒸馏，能萃取出玫瑰水，玫瑰水能更长时间地保持玫瑰的香味。后来，保加利亚人对这种技术进行了改良，采用双倍甚至多倍蒸馏法，生产出了纯度更高的玫瑰水。自 1680 年开始，保加利亚开始将大部分玫瑰用于生产香料工业用的玫瑰油，18 世纪中期保加利亚玫瑰油出口到欧洲。到了 20 世纪，保加利亚已成为世界上最大的玫瑰油生产国，从玫瑰种植、采摘、玫瑰油提炼和最终销售，形成了玫瑰油产业的全产业链。



图 4.5 玫瑰之城玫瑰节

卡赞勒克是玫瑰谷中著名的“玫瑰之城”，有着最著名的玫瑰节庆典。每年6月的第一个星期，伴随着保加利亚著名民族歌曲《一朵保加利亚玫瑰》“请带走一朵保加利亚玫瑰，让它用芬芳向你述说巴尔干的故事，述说我们的故事……”，当地最为盛大的庆典“玫瑰节”开幕了。最早的玫瑰节只是民间丰收庆祝仪式，规模不大，但随着旅游业的发展和玫瑰产业规模的扩张，玫瑰节的庆祝活动也日发隆重。

在节庆期间，卡赞勒克成为玫瑰的海洋，甚至用滑翔机在空中抛洒玫瑰花瓣、玫瑰香水，整个城市沉浸在玫瑰花的海洋之中。



玫瑰节为期一周，主要有四项活动，即“玫瑰女王”加冕仪式、玫

瑰庄园采收典礼、玫瑰狂欢和花车游行。



图 4.6 玫瑰女王的加冕仪式



图 4.7 玫瑰女王的加冕仪式

玫瑰女王的加冕仪式是游客最感兴趣的环节。自 1963 年开始，每年 5 月 19 日，卡赞勒克会从当地 16-18 岁的少女中评选出一位“玫瑰女王”。“玫瑰节”的前一晚，在人们的欢呼声中，金马车载着去年的女王来到卡赞勒克市中心广场亲手将皇冠传给新人。新女王将在众人的簇拥下，面带微笑地出席“玫瑰节”的庆典活动，并在各种国际论坛上介绍保加利亚玫瑰。



在玫瑰节当天，当太阳还未升起之时，采收庆典便开始了，穿着鲜艳民族服装的采摘能手簇拥着新加冕的玫瑰女王来到花田中，分散在一行行花丛中，一边兴高采烈地采花，一边放声高唱。



采收典礼结束后，玫瑰狂欢活动便拉开了帷幕。刚从花田回来的姑娘们身着传统的民族盛装，手上挽着盛满新鲜玫瑰花瓣的花篮，走向中

心广场。而小伙子则抬着装满花瓣的大筐跟在后面向广场进发。沿途不断有居民和游客加入盛大的游行队伍。这时，中心广场则是人山人海，人们跳着传统的民族舞蹈——霍洛舞，庆祝玫瑰的丰收。姑娘们会将一串串的玫瑰花挂到尊贵的客人们的脖子上，并将玫瑰花瓣抛洒到空中，或者将稀释过的玫瑰水喷洒到游客身上，以表达节日的喜悦。



图 4.8 民族舞蹈

一群群头戴面具，身穿奇装异服，腰系铜铃的“老人”们也跳起了驱鬼舞蹈，老者挥舞长鞭，驱赶恶鬼，预祝人们一年的好收成。最后，美丽的玫瑰女王出现在舞台上，向人们献上最美的节日祝福。

临近正午，人们都挤在街道两旁观看玫瑰女王的游行。游行队伍非

常有国际风和 Cosplay 范：人们扮演着中世纪的武士、身佩利剑并手持猎物的猎人、希腊神话中的女神、仙女纷纷登场，还有身着和服的日本妇女和头戴斗笠里的中国“功夫熊猫”，希腊、马其顿、塞尔维亚、黑山等周边诸国的人也前来助兴，穿起各自的民族服装，表演民俗节目。参加游行的人们则不断向观众喷洒玫瑰露，所到之处，鲜花满地，花香四溢。



图 4.9 驱鬼舞蹈

如今，卡赞勒克玫瑰节已经成为一项享誉世界的节庆活动，节庆期间，大约 30 万人次的游客到访，显著地拉动了当地的经济发展。除了卡赞勒克城区以外，玫瑰节庆典也会在玫瑰谷各村镇举行。



图 4.10 卡赞勒克玫瑰博物馆

卡赞勒克玫瑰博物馆是世界知名的花卉博物馆。玫瑰博物馆收藏了丰富的物品，图片和文件，讲述着保加利亚含油玫瑰生长的历史：一组老照片记录了 1860 年第一座玫瑰蒸馏厂、一排排小型蒸馏器坐在燃烧的柴火堆上、首批核心出口商正自豪地展示他们的实验室以及在维也纳/巴黎/伦敦的香水博览会所获得的荣誉，古老的登记簿则记录着山谷中每个村庄在世纪之交生产的玫瑰精油数量。



图 4.11 花卉博物馆



博物馆最引人注目的是一个铜制镀锡容器，形似扁扁的圆形水壶，用于盛放出口的玫瑰精油。当地人用保加利亚的传统配色的布料、丝带包装，然后蜡印密封，交付买家。这个被称为 Konkum 的容器，容量高达 200 升，气势恢宏，由此也可以想象历史上卡赞勒克玫瑰精油出口的盛况。如今，这个容器已经闲置了 50 多年，仍然散发着香气。博物馆里还展示了二战后玫瑰谷的发展盛况：漫无边际的玫瑰花田、大型现代拖拉机、成群结队的采花人以及历届玫瑰女王的照片。



图 4.12 铜制镀锡容器



图 4.13 历届玫瑰女王的照片

喜欢购物的游客，可以到当地的玫瑰集市，淘到庆典上使用的传统铜铃乐器、富有保加利亚民俗特色的彩绘陶器、玫瑰香水、面霜、护手液、香皂等当地特色的产品。



图 4.14 当地特色的产品

卡赞勒克是一座被玫瑰改变命运的城市。在种植玫瑰以前，这里是古代的手工业中心和陆上交通枢纽。中世纪时为军事要塞，到了 17-18 世纪时，则成为世界最大的玫瑰油制造中心。在苏联时期，这里的玫瑰产业也曾经蒸蒸日上。但随着苏联的解体，玫瑰加工业则呈现衰退的趋势，国有玫瑰油工厂也经营困难。近年来，随着玫瑰观光旅游产业的发展，这座面积 36 平方公里的小城，也逐步恢复往日的生机。



图 4.15 国有玫瑰油工厂

得天独厚的自然条件、悠久的种植和加工历史、大规模连片种植区和盛大的玫瑰节庆典，造就了玫瑰之都卡赞勒克，也成就了保加利亚玫瑰王国的品牌。

从这个案例的中，平阴县可以借鉴和学习以下两点经验：

一、好品种、高品质，塑造产业品牌。玫瑰按用途大概可以分为观赏玫瑰和精油玫瑰，在 market 需求的刺激下，卡赞勒克玫瑰谷的玫瑰在品种上引进和选育了产油量高的大马士革油用玫瑰。在生产加工过程中，采用了传统的种植方法和萃取工艺，保障了产品纯天然、无污染的特色，这与作为化妆品原料的需求非常匹配。正是这种高品质的产品，塑造了当地玫瑰精油的国际品牌，也进一步提升了当地的产业价值。

二、节庆助力，产旅融合。通过打造参与性、话题性非常高的玫瑰节，吸引了大量旅游客群的到来，在节庆期间，当地的酒店和民宿爆满，促进了旅游业的发展，也带动了当地特色产品的销售。

但我们也看到，由于卡赞勒克乃至保加利亚，没有发展出有国际竞争力的香水产业，因此当地的玫瑰油只是作为原材料出口给香水制造大国，这也在一定程度上制约了玫瑰产业附加价值的进一步提升。

二、法国格拉斯玫瑰产业发展之路—“香水之都”格拉斯小镇

南法的蔚蓝海岸是世界著名旅游胜地，毗邻地中海的城市群被公认是最奢华和最富有的地区之一，内陆地区的山城小镇则以艺术、鲜花和中世纪的建筑闻名。

格拉斯，在众多南法小镇中，自然资源并无禀赋，没有完美的地中海沙滩，甚至和大部分山城小镇近乎雷同。然而，格拉斯的旅游业在蔚蓝海岸地区中表现不俗，单个景点年接待量最高可达 80 万人次。



下图为 2018 年蔚蓝海岸最受欢迎景点，格拉斯有三个景点上榜，分别为：花官娜香水工厂、莫利纳尔香水工厂以及国际香水博物馆。

MAIN TOURIST ATTRACTIONS

(numbers in italics are estimates).

	Visitors
Parc Marineland - Antibes	850,000
Parfumerie Fragonard - Grasse, Èze	800,000
Musée océanographique - Monaco	622,009
Verrerie - Biot	600,000
Îles de Lérins - Cannes	393,076
Parc floral Phoenix - Nice	332,394
Parfumerie Molinard - Grasse	300,000
Jardin exotique - Èze	225,974
Fondation Rothschild - Saint-Jean-Cap-Ferrat	165,785
Musée national Chagall - Nice	152,546
MAMAC - Nice	134,470
Musée Picasso - Antibes	123,188
Musée international de la Parfumerie - Grasse	120,498
Musée Matisse - Nice	119,683
Fondation Maeght - Saint-Paul	116,725
Jardin exotique - Monaco	105,384
Musée de la Mer - Cannes	81,689

这个素有“世界香水之都”的小镇，凭借其强大的香水产业、香水历史文化以及 LVMH、Dior、CHANEL 等奢侈品牌的强大背书得以在南法小镇群中以香水主题旅游脱颖而出，每年吸引近百万的旅游者。



这是典型的以特色产业为小镇发展的第一驱动力，实现三产联动，形成产业集群并构建起良好的产业生态圈的成功案例。

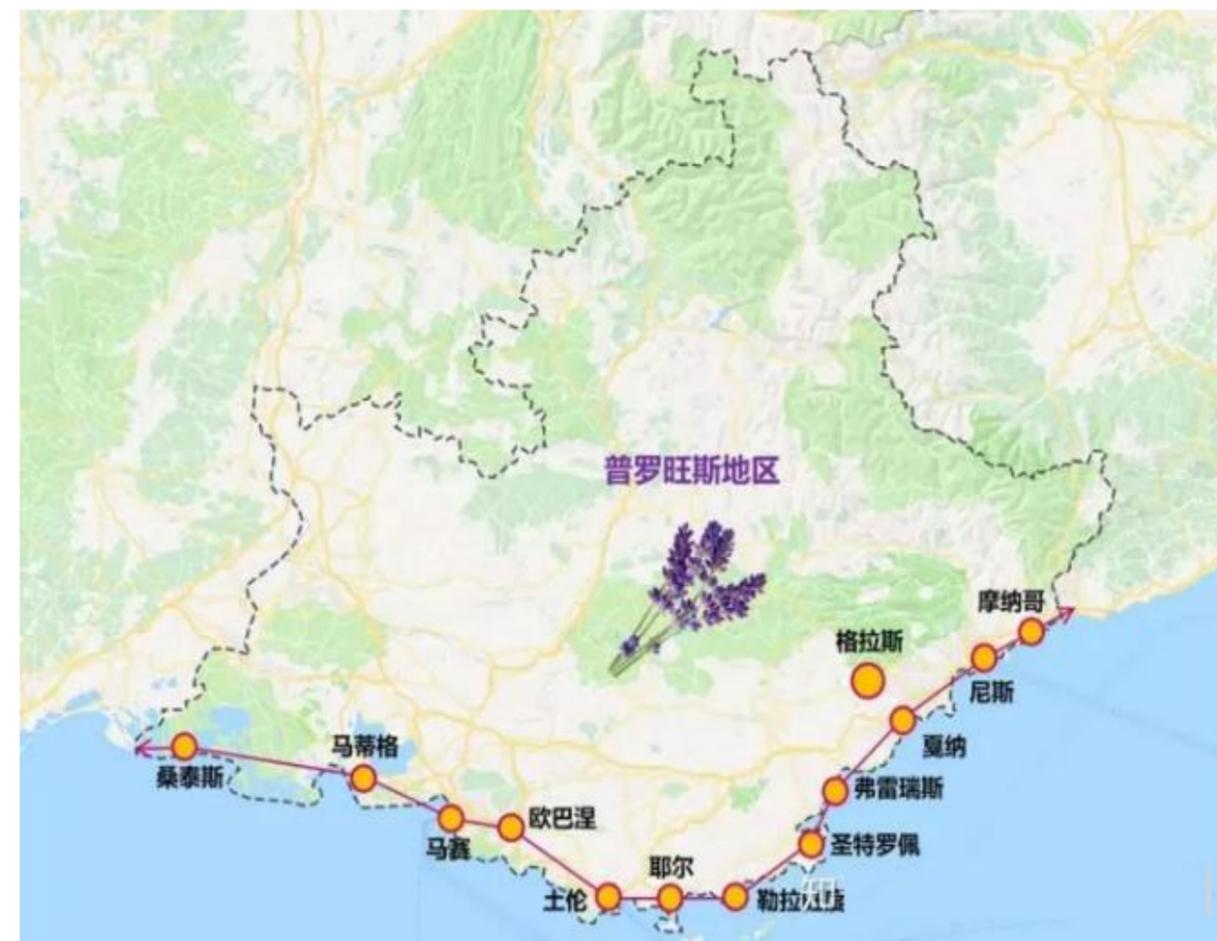
（一）格拉斯并不优等的地理区位自成风景

1、地中海的“阳台”使格拉斯成为花草优生地带

格拉斯坐落在距地中海 20 公里的山麓上，比较其他市镇，格拉斯不仅面积广阔，地势也陡峭，海拔高度变化很大。从临海到内陆，海拔逐渐增高，在平均海拔 300 余米的纬度差别下，海拔可以从不到 100 米，增加到 1000 米，是典型的山城小镇。

格拉斯的区位虽并不如比它南面的蔚蓝海岸城市群更接近地中海，

但它更高的海拔使其背靠阿尔卑斯山，俯瞰地中海，由此得到“地中海阳台”之称。

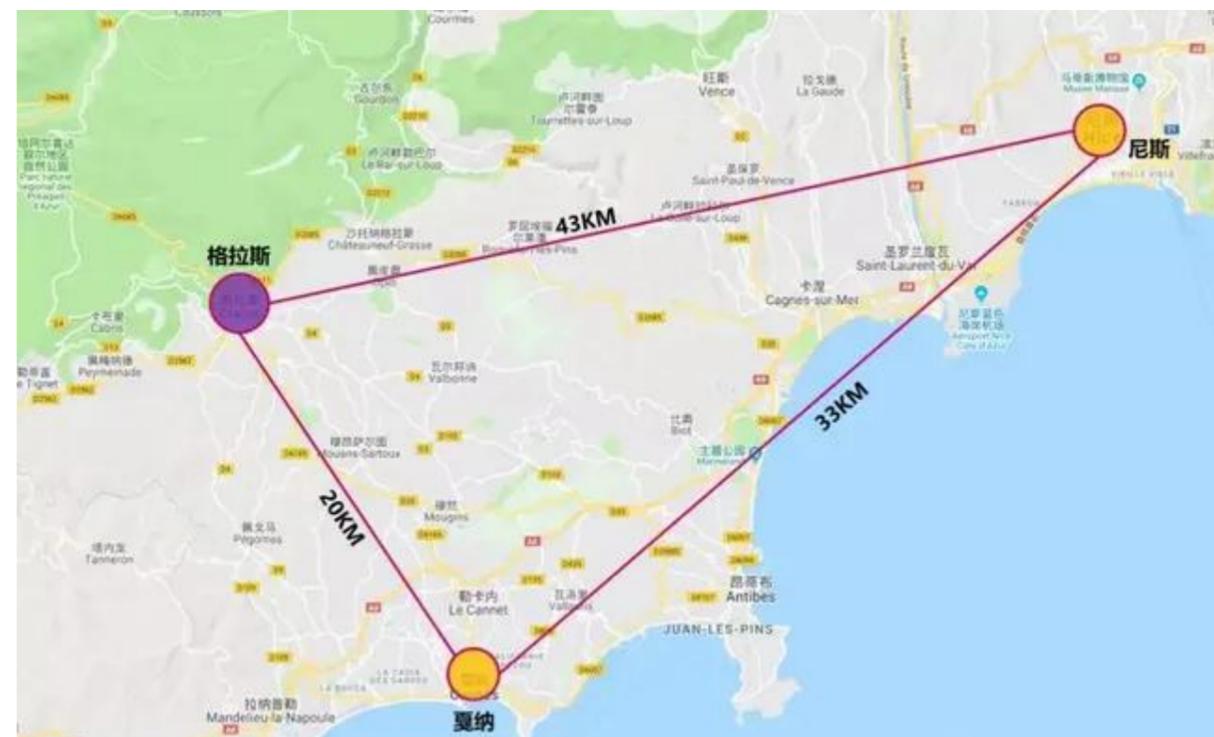


同时，地中海气候以及丘陵的山区地形令格拉斯冬季温和湿润，夏季干燥炎热十分适合花草生长，尤其是带有刺激性香味的花草生长。每年圣诞节过后，黄绒花将格拉斯染成一片金黄；5、6 月份玫瑰是田间的主角，8、9 月则是茉莉盛开。



2、与尼斯、戛纳两大旅游重地形成三角地带

格拉斯属于法国东南部普罗旺斯-阿尔卑斯-蓝色海岸大区滨海阿尔卑斯省。南边是戛纳，东北边是滨海阿尔卑斯省的省会尼斯，这两个地方都是南法旅游重地。格拉斯与他们形成一个三角地带，直线距离不远且南法蔚蓝海岸门户机场尼斯蔚蓝海岸机场也在三角带附近，使格拉斯直接受利于这两大城市带来的游客。



(二) 多次迭代更新是格拉斯产业永葆活力的核心

每一个产业都有发展周期，小镇的发展规律也是如此。每当格拉斯小镇处于产业下滑周期时，面临历史的选择，它都能如有神助般与时俱进地进行转型蜕变，这是格拉斯立于香水制造产业世界前沿的不二法门。

来看几组数据：

格拉斯目前已成为全球高科技香水研发中心，法国 55% 的芳香工业都在格拉斯。境内与香水产业关联公司共有 70 家，年产值达 7.3 亿欧元，占全球香水工业总产值的 8%，其中 70% 产品出口全球。香水产业造就直接工作岗位 3800 个，间接岗位 13000 个，约占格拉斯总人口的 1/3。

回顾格拉斯香水工业的发展，有三个关键转型期：

皮革制造业——香水制造业

16世纪以前，格拉斯的支柱产业是皮革业。由于皮革制造过程中气味难闻，熟皮手套匠人制造出了香精用于改善皮革气味。1614年，格拉斯开始种植各种香料花卉，随着王室大量使用香水，香水业日渐兴隆。1730年，法国第一家香精香料生产公司诞生于格拉斯市。从此，香水业在格拉斯落地生根。

香水制造业——旅游业

19世纪后期，随着皮革制造业开始衰落，加上工业革命为人们带来生活、工作及消费上的巨大转变，令当时的格拉斯成为种植原材料和制造香水的主要市场。由于格拉斯独特的地形以及当地的气候，使植物中的芳香分子得到充分成长，格拉斯种植的玫瑰、茉莉等刺激性花朵深受香水企业喜爱。同时，鲜花种植业也蓬勃发展，花田的兴盛使格拉斯成为花的海洋，带动了旅游观光业的发展。

香水研发中心与深度观光旅游并驾齐驱

近年来，格拉斯再一次进行产业升级。一方面被纳为法国科技新创生态圈13大城市之一，以香水、生物、化学等产业为主导，共同形成一个互补性极强的生态群落。同时，格拉斯开设香水学校以促进当地种植业和香水制造技术的发展，同时也培养了专业的调香师。从传统的芳香植物种植到香水制造再升级到芳香成品的配方研发。在专业垂直领域的进击，令格拉斯吸引了一批国际知名制造商和品牌商。



另一方面，格拉斯大力开发香水主题深度旅游，除了开放百年香水工厂、定制香水路线还依托田园诗般的花田景色和无与伦比的地中海气候，打造高尔夫球场、水疗中心等度假元素。



（三）格拉斯的旅游布局

格拉斯占地面积 44.44 平方公里，大部分面积由森林覆盖。我们看下图，涅瓦河在格拉斯境内分流成几支贯穿全城，最外围山丘环绕，溪谷周围散落着各大花田，城中心老城区在最中心，面积不大，中世纪风格建筑散发出厚重的历史感。



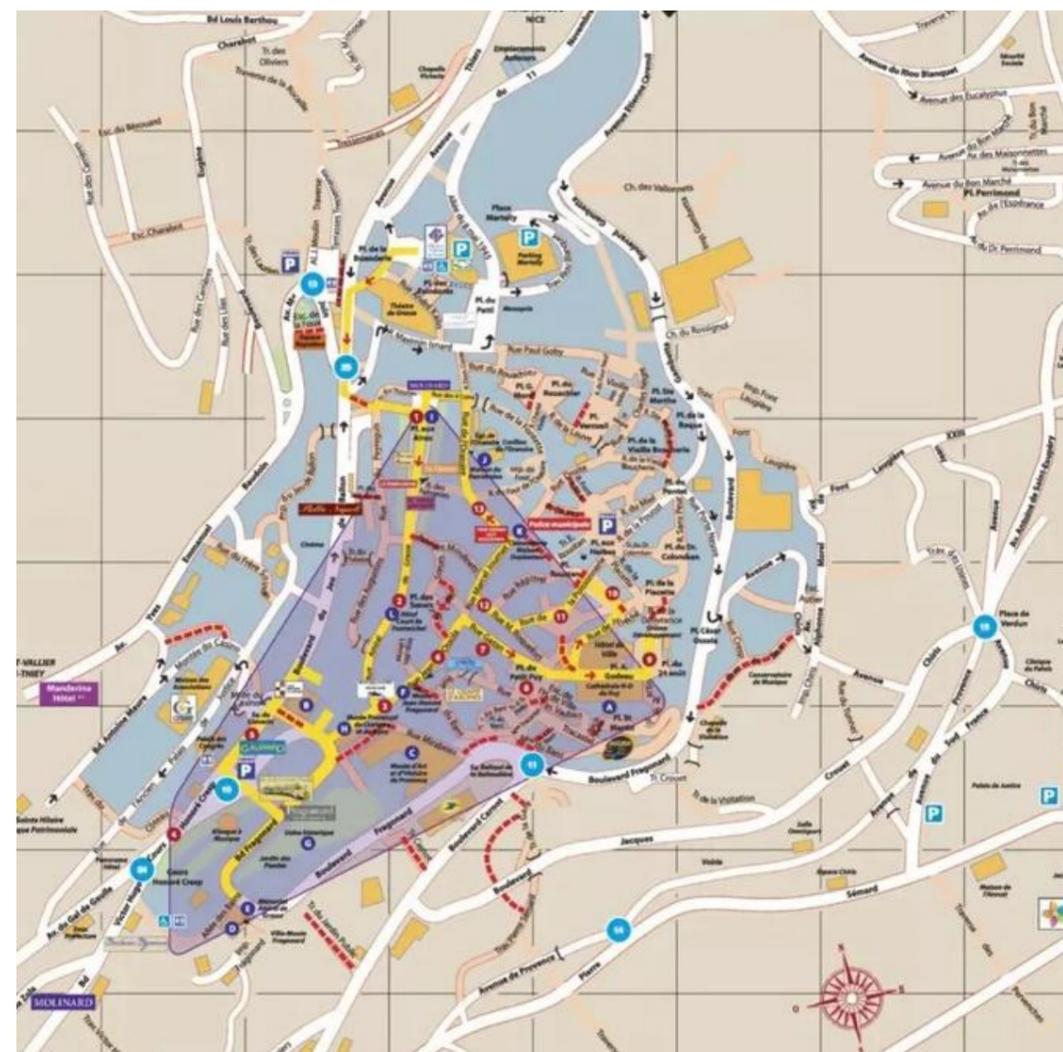
格拉斯根据自身的产业和资源优势，打造出四大成熟的旅游产品：香水制造体验、香水香精原产地购物、花田观光以及休闲节庆节事。

1、格拉斯老城区的规划

格拉斯的景点主要由香水工厂和香水博物馆组成，景点分布较密集，大多集中在市中心老城区。考虑到山城的特征地势起伏，格拉斯专

门设计了三条观光小火车的路线大约 35 分钟，覆盖老城区内大多数景点。

下图蓝色区域为格拉斯老城区，紫色不规则四边形区域为主要景点集中区域，黄色的三条路线则是观光小火车线路。



我们再放大看一下景点密集区域图。老城区主要由数个香水博物馆和工厂、一条商业街以及一个小镇中心组成。



图 4.16 香水工厂与博物馆

格拉斯最著名的三大香水工厂: Parfumerie Fragonard (花官娜香水工厂)、Parfumerie Molinard (莫利纳尔香水工厂) 以及 Parfumerie Galimard (加里玛香水工厂) 免费对游客开放。他们除了提供常规的参观活动还有香水定制的项目。每家工厂都有自己的香味工作

室以及附属的香水商店。这三家香水工厂联合国际香水博物馆为格拉斯打造深度香水体验路线奠定了基础。



图 4.17 Boulevard JeudeBallon 风情商业街

格拉斯小镇具备满足日常生活和旅游需求的各种商业业态, 这些业态以小店铺的形式分布在一条独特的商业街——Boulevard JeudeBallon 之中。

商业街上布满风情各异的小店铺, 既有满足日常生活的家居用品、电子商品、服装、照片洗印、餐馆、理发馆, 又有艺术品、陶瓷、香水等纪念品店, 让人流连忘返。



主街道尺度保留了 17 世纪狭窄的风格，沿街排布特色小店。街边的咖啡厅与餐馆把桌子摆放在沿街的空地上，使居民与游人闲适地享受午后的阳光。

芳香广场与商业街相连，联合旁边的 GrasseTheatre（小镇剧院）共同组成了小镇的活动中心，这里是当地居民和游客休闲社交生活的中心。



图 4.18 芳香广场



小镇中心拥有独特的餐馆、辉煌的宴会厅、丰富的娱乐设施（健身、

游泳、SPA)等。



2、为深度香水体验游开发衍生产品及提高配套设施

格拉斯 2017 年住宿游客量为 40 万人次。相比蔚蓝海岸其他旅游城市，格拉斯目前主要还是以观光客为主。在努力打造深度香水体验游的同时，增加旅游产品的丰富性和提高配套服务水平，是目前格拉斯所专注的。

提高住宿设施

格拉斯为游客提供各种各样的住宿设施，来满足不同人的住宿需求，共约 22 个酒店提供 1342 个床位。有酒店 (hotels)、公寓 (furnishedapartmentrentals)、家庭旅馆 (guesthouses)、别墅出租

(furnishedvillasrentals)、露天营地 (campsite) 以及度假村 (holidayvillages)

住宿形式	名称	规模
酒店	La Bastide Saint Antoine	11间客房
	Hôtel & Résidence Hôtelière des Parfums	61间客房
	Hôtel Mercure Grasse	NA
	Hôtel La Bellaudière	17间客房
	Hôtel Le Victoria	49间客房
公寓	Mme Duriez , Christiane & Alexandre Spapperi, Gilamour , L' Occident, M. Durpaire	共计200多平米
别墅	Allard - Le Mazet de Mai, Bastide Fontcolombe , Mme Urbaniack , La Vieille Ferme , Madame Leatitia Bloch	共计16间客房
家庭旅馆	Bastide Lou Pantail , Clos des Cypres , Le Balaour, Mas de la Bergamotte, Bastide des Oliviers	共计14间客房
度假村	Les Jasmins, VILLAGE CLUB "Le Clavary" , Village Vacances Les Cèdres	共计454间客房
露天营地	La Paoute	

打造高尔夫球场

格拉斯境内有十多个高尔夫球场，风格各异。在曼妙的场地伴随着醉人的芬芳挥杆使格拉斯同样成为了高尔夫天堂。



丰富多彩的主题活动

格拉斯通过主题旅游设施建设和节庆活动策划，使得“世界香水之都”魅力无限。节日中城市里将充满各种精彩的节目，还有烟花和歌舞表演，晚上广场上有草裙舞和花车游行，人们彻夜狂欢直到凌晨才结束离去。

小镇活动一览

- 三月：
Aromatherapy fair (按摩节)
- 四月：
« Venusia » beauty and well-being fair (健康节)
Grasse Car Rally (车会)
- 五月：
Expo-Rose, international cut rose exhibition (国际玫瑰展览)
- 六月：
National Music Festival (国家音乐节)
- 八月：
Jasmine Festival (flower parade, battle of flowers, election of Miss Jasmine, Provençal Mass) 茉莉节 (花卉游行、花战、茉莉小姐评选、普罗旺斯大集会)
- 九月：
Bio Grasse : vast market of organic products (格拉斯生态节)
- 六月-九月
剧院季节 (Theatre season)
- 十月：
International exhibition of farmyard animals (家畜国际展览会)
- 十二月
Provençal Christmas and New Year activities (圣诞节、新年活动)



花田观光

根据格拉斯最新的当地城镇规划，农田面积增加了五倍，释放了近

100 公顷已经开发的土地，其中包括已被指定用于房地产开发的土地，都将转化为香氛花卉栽培。至此，格拉斯农田比例由之前的 4% 上升至 21%。花田观光旅游也将得益于种植业扩大。



芳香游学

格拉斯著名的芳香学院 Grasse Institute of Perfumery 是世界顶级调香师的培训地。学院专门为热衷于香水的群体设计了暑期学校和专业

课程，每年吸引了一批游学者的到来。



(四) 结语

全球顶级的香水生产地和度假胜地格拉斯小镇，是特色产业小镇的典范，以花田加工业为主导，拓展到香水旅游、花田高端度假，实现产业延伸驱动。

其成功的关键要素在于：

1、格拉斯抓住历史的机遇始终保持着创新和活力，经历了从皮革制造业到香水加工业+花田观光的转型。直到今天还在不断进行产业升级，完成以香水工业研发+深度香水主题体验旅游的转型。产业垂直度极高，从第一产业向二三产业、向高附加值的产业链不断延伸发展。

2、纵观格拉斯的发展历程，它依托于当地的农庄、农业资源，专注于芳香萃取技术，大力发展香水产业，把产业发展与城镇建设相结合，

将整个产业链上下游资源汇聚在一起，从而形成规模经济和范围经济的协同效应，使小镇快速发展。

3、注重香水原产地品牌形象的打造，引入国际知名企业LVMH、Dior、CHANEL 等为其国际形象背书，将区域品牌与产品品牌相结合，从而形成强有力的原产地形象。不仅使其香水产业蓬勃发展，同时也衍生出香水原产地购物旅游热。

4、格拉斯的香水产业促进其旅游产业的发展，使其从南法诸多小镇中脱颖而出以独特的资源吸引着游客，最终演变成以香水制造和旅游产业为核心的区域产业经济结构。

5、以香水产业为主题，开发出香水制造体验、香水香精原产地购物、花田观光以及休闲节庆节事等成熟的旅游产品。

格拉斯小镇的成功对平阴县玫瑰产业的发展有如下启示：

首先，提升现有产业的科技含量，放弃对环境有污染的初级产业，结合平阴资源优势，找到与环境共生并可持续发展的产业。

其次，政府要制定相关产业规划，整合地区主要龙头企业，为投资者提供互联互通的平台，引导产业相关企业积极参与构建地区经济体系。

最后，旅游是特色小镇的外在驱动力，将地区文化传承和旅游功能紧密结合，通过旅游观光和特色节事活动，吸引游客，提高消费力与小镇内在产业进行打通，让特色小镇更具有生命力。

第五章 总体定位与发展目标

第一节 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，贯彻党的二十大精神，立足新发展阶段，按照“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念，对标乡村振兴战略总要求，依托平阴玫瑰产业发展基础和比较优势，抢抓国内国际双循环、全国新旧动能转换综合试验区、“强省会”建设以及济南西兴等重大战略机遇，围绕平阴玫瑰高质量发展为主线，以提高玫瑰综合生产能力、培育公共品牌影响力、锻造可持续发展能力为目标，聚焦产业链与要素链、创新链、价值链、信息链深度重构升级，完善玫瑰种质资源库、美妆产业园、种植标准化基地三个载体建设，瞄准“特色农业、精深加工、文旅休闲和电子商贸”四大产业方向，健全完善玫瑰产业纵向和横向融合发展，促进玫瑰鲜食化、药膳化、工业化、市场化、产业化、国际化并进，构建“一域、一核、一轴、两环、三片区”的产业空间布局，扩大平阴玫瑰品牌文化影响力，实现“一二三”产融合发展，打造国际知名玫瑰产业集聚高地、全国乡村振兴特色产业示范区以及全国独具风貌的东方玫瑰特色文旅城，塑造成为“世界玫瑰之都”。

第二节 规划原则

坚持问题导向，深挖问题根源原则。针对玫瑰产业快速发展中存在的产品研发薄弱、规模化种植不强、产业深加工能力不足、三产融合不

紧密、品牌影响力较小等瓶颈性问题，狠抓玫瑰标准化种植、精深加工集群、文旅休闲集群和商贸交易集群培育，打造以科研机构、产业基金为核心的多种支撑手段，提升玫瑰产业现代化能力，开发其在功能食品、药品和美容日化等领域新产品研发，反哺和带动玫瑰产业的高质量发展。

坚持政府引导，推动龙头带动原则。加强政府在玫瑰产业政策、投融资及公共服务等方面的引导带动作用，优化产业的整体布局，实现玫瑰产业规模集聚效应；坚持龙头企业在产业发展、品牌建设、投资研发、产品营销等方面的主体作用，发挥市场对企业配置人才、技术、资金等资源的决定作用。

注重盘活存量，强化引进增量原则。围绕项目布局，全面摸清可用土地、闲置厂房底数，统筹谋划县域用地指标，以新思路、新方法推进厂房、楼宇、土地等资源盘活，提高资源利用效率效益。加大招商引资力度，促进一批重大产业示范项目尽快落地，发挥串联效应、叠加效应、集群效应，形成种植、生产制造、科技研发与文旅创意集群，弥补玫瑰产业结构的不足。

坚持科技创新，促进融合发展原则。采取“政府+科研机构+企业+合作组织+种植大户”的方式，构建“五位一体”的玫瑰产业研发、示范、转化推广链；加快推进政产学研结合，集聚创新要素资源，加强玫瑰研发平台建设和实用性研究，在精深加工上转型升级，形成产业链相加、价值链相乘、供应链相通的玫瑰产业发展格局。

坚持高端引领，优化渠道流通原则。对标国际标准，整合品牌文化资源，培育宣传国际知名品牌，布局多元化、立体化渠道体系，塑造平阴玫瑰区域品牌形象，促进平阴玫瑰产业化、品牌化和高端化；以资源承载力和环境容量为基础，实现产量、质量、生产和生态的和谐统一，促进资源永续利用和产业绿色可持续发展。

第三节 发展定位

立足平阴玫瑰产业发展基础，围绕“一域、一核、一轴、两环、三片区”建设，延伸产业链、构建价值链、拓展供应链、培育技术链，逐步塑造玫瑰全产业链发展体系，扩大平阴玫瑰品牌知名度，打造成为东方玫瑰之都：

世界玫瑰之都

立足“一带一路”国际合作背景，融入国内国际双循环格局，放大玫瑰产品博览会带动效应，以平阴玫瑰高端产业园、中国云谷平阴玫瑰产业基地、中国玫瑰产业技术创新战略联盟为平台，依托华玫、芳蕾、惠农、紫金等当地龙头企业，加强与世界玫瑰产业集中种植加工生产区、玫瑰产品主要消费区以及科研院所的广泛合作，加大政策对玫瑰产业在人才、企业以及技术方面的支持力度，打造政策洼地，促进产业、资本、人才的集聚。以平阴县现有种植区为基础依托，适度开发“飞地”种植模式，以药食同源玫瑰为核心，扩大标准化种植规模，加大企业的招引力度，吸引区域玫瑰产品通过平阴向外输送，打造全球种植面积最大的

药食同源玫瑰产区和国际玫瑰的原产地品牌，成为国际知名的世界玫瑰产业集聚高地和交易中心、集散中心。

全国乡村振兴示范区

以玫瑰产业深度融合为主线，以产业兴旺为核心要求，将玫瑰产业和乡村振兴有效结合，以农业农村现代化为目标，创建国家现代农业产业示范园建设，通过“政府+科研机构+企业+合作组织+种植大户”模式，建立与基地农户、农民专业合作社“保底+分红”等利益联结机制，扩大标准化玫瑰种植面积，积极开发田园风情民宿、农家乐景区，促进玫瑰+“文旅、康养、电商”的多元化融合，提升玫瑰产业带动能力，打造全国乡村振兴示范区。

东方玫瑰特色文旅城

以平阴玫瑰镇和田园综合体等载体为支撑，聚焦大健康、大数据和大文化，以打造产业智慧新城为战略升级目标，以玫瑰展览展示为核心，以玫瑰风情风貌塑造为基调，深化平阴玫瑰文化内涵于城市建设和文旅资源开发，拓展玫瑰文旅、休闲养生、旅游观光等休闲业态，把平阴打造成为全国独具风貌的休闲文化旅游东方玫瑰特色文旅新城。

第四节 阶段目标

一、总体目标

按照“塑品牌、扩规模、提品质、增效益”的整体发展思路，着力提升现代科技含量，深化玫瑰产业链、供应链、价值链和技术链重构升

级，加快向二、三产业延伸，推行绿色生产方式，扩大平阴玫瑰市场知名度影响力，提高玫瑰产业附加值，提高玫瑰综合生产能力、提升公共品牌影响力、锻造可持续发展能力，塑造“世界玫瑰之都”形象。

力争到 2030 年，通过充分挖掘玫瑰作为药食新原料和文旅新主题的应用价值，培育 5 家国家级玫瑰产业龙头企业、20 家省级玫瑰产业龙头企业，推进“花养花小镇”“玫瑰花乡”等田园综合体建设，完成玫瑰交易集散中心、美妆产业园以及种质资源库建设，塑造 10 个以上知名产品品牌，打造集农业种植、精深加工、农业科技服务、电商物流、金融、商贸和文旅休闲等业态于一体的立体型、多功能、智慧化的玫瑰产业集群，鼓励农户和企业利用“飞地经济”模式，扩大种植面积（加飞地）达到 15 万亩，年产玫瑰鲜花（蕾）50000 吨以上，玫瑰鲜切花年供应能力分别达到 350 万枝，培育和引进各类玫瑰高新技术企业达到 40 家以上，开发玫瑰产品达到 200 种以上，玫瑰精深加工比例超过 70%，形成总产值超过 200 亿元玫瑰产业。

表平阴玫瑰产业发展指标一览表

类别	指标名称	阶段目标	
		2026 年	2030 年
产业 产值	总产值（亿元）	100	200
	平阴玫瑰在全国市场占比（%）	29.8	40
	种植面积（万亩）	10	15
	飞地种植面积（万亩）	0	5

	玫瑰鲜花（蕾）总产量（万吨）	3.5	5
	玫瑰鲜切花规模（万枝）	200	350
产业 融合	加工业与农业总产值比	5:1	7:1
	接待游客人数（万人）	100	200
	电子商务交易额（亿元）	50	75
	文创产值（亿元）	3.5	7.5
科技 支撑	研发平台载体（个）	8	15
	承担科研项目（项）	32	50
	专业技术人员数量（人）	200	300
	省以上科研院所合作机构（个）	20	32
	科技特派员人数（人）	22	30
质量 品牌	知名产品品牌（个）	5	10
	区域品牌价值（亿元）	30.28	55
	“三品一标”认证覆盖率（%）	78	83
	绿色食品认证面积（万亩）	1.5	3
	举办展会次数（次）	9	15
加工 流通	玫瑰高新技术企业数量（家）	20	40
	国家级龙头企业数量（家）	3	5
	省级龙头企业数量（家）	10	20
	产品种类（个）	180	200

	拳头产品数量(个)	3	5
	产业深加工占比(%)	60	70
	旗舰店建设数量(个)	10	25
	新营销模式产值与传统营销比重(%)	6: 4	8: 2
规模经营	产业化龙头企业产值占比(%)	60	75
	规模化经营占比(%)	73	90
	农户参与农民合作社比重(%)	85	95
辐射带动	民村居民年可支配收入(元)	20000	23000
	利益联结玫瑰产业基地农户比例(%)	25	32
	农民收入高于其他产业农民收入比(%)	52	70

二、阶段目标

产业高速发展阶段(2023-2026)

围绕产业链部署创新链，解决平阴玫瑰产业痛点卡点堵点。以“缺链补链、短链拉链、弱链强链、同链错链”为思路，围绕产业链关键环节和共性技术部署创新链，围绕创新链完善金融链，最终提升价值链，促进产业生态系统构建与成长。到2026年，培育3家国家级玫瑰产业龙头企业、10家省级玫瑰产业龙头企业，带动全县玫瑰种植面积达到并稳定在10万亩，培育和引进各类玫瑰高新技术企业达到20家以上，实现玫瑰产值达到100亿元，重点推进完成：

——体制机制协同推进工作。健全完善玫瑰产业协调推进机制，建

立重点产业领域制度规则和重大政策沟通协调机制，成立由县政府主要领导任组长的玫瑰特色产业重大项目协调推进小组；健全完善联农带农体制机制，强化业绩考核机制。

——三产加速融合发展工作。以推进农业农村现代化的为重要抓手，实现农村生产生活生态“三生同步”、一、二、三产业“三产融合”。全面完成“花养花小镇”二期、“玫瑰花乡”田园综合体二期建设；筹备国家级现代玫瑰产业示范园区申报、玫瑰产业强镇等申报工作；打造集技术研发孵化、美妆学院、大师工作室、美妆制造、工业旅游等功能于一体的美妆产业园。

——科研创新不断提升工作。围绕产业高质量发展，不断提升科技创新能力。集聚创新要素营造创新生态，加快推进产学研金平台、玫瑰种质资源库、人才培养基地建设；加大直播电商培训力度，进一步提高现有电商从业人员综合能力，培育和壮大电商队伍，带动传统企业触网转型。

——品牌效益不断优化工作。初步完成平阴玫瑰产业标准体系建设，建立产品追溯系统，编制《平阴玫瑰品牌规划》；组建玫瑰产业联盟；打造“线上+线下”媒体矩阵，通过产品、价格、渠道和推广这四大营销工具，以整合营销推广的手段为平阴玫瑰品牌建立行业领先的知名度、美誉度和忠诚度；医药店平阴玫瑰专卖柜台项目完成；完成功能保健型、旅游套餐等拳头产品打造；健全平阴玫瑰品牌评价、培育和保护机制，实施品牌形象代言及推广。

——玫瑰载体设施建设工作。筹建玫瑰产业发展集团，通过资源资本化、资产证券化，实现国有资本的投资和运营功能，更好抓住国家加大基础设施投资补短板的政策窗口期，充分利用国有资本运营平台，对产业领域中美妆产业园、平阴玫瑰交易集散中心、阴玫瑰数字化“产地仓”等重点项目实施精准投资、有效投资，促进产业转型升级，从而补齐民生短板。

——产业服务支撑工作。以服务链协同支撑产业链发展。完善玫瑰生产托管服务，提供市场信息、农技推广、农资供应、统防统治、深松整地、玫瑰产品营销等；推进金融链与产业链双链融合，运用信贷、债券、基金等金融工具，促进产业互动发展，从而实现价值的增值。摸清各银行信贷投放计划，争取最大力度的银行信贷资金支持。增加市场工具和手段，通用产品标准分级分类，创新完善“保险+期货”模式，积极推行玫瑰花灾害保险、目标价格保险。

产业链优化完善阶段（2026—2030年）

持续提升规模化能力，形成“研发—转化—生产”良性循环的区域产业生态体系。到2030年，累计完成培育5家国家级玫瑰产业龙头企业、20家省级玫瑰产业龙头企业，鼓励农户和企业“飞地”模式，种植面积达到并稳定在15万亩（飞地种植面积5万亩），培育和引进各类玫瑰高新技术企业达到40家以上，开发玫瑰产品达到200种以上，实现玫瑰产值达到200亿元，重点推进完成工作：

——三产加速融合发展工作。完成国家级现代（平阴）玫瑰产业示

范园区、玫瑰产业强镇以及乡村振兴百强县评审创建工作。

——科研创新不断提升工作。完成平阴玫瑰科技小院项目，形成集平阴玫瑰科技创新、示范推广和人才培养于一体的科技服务平台。

——品牌效益不断优化工作。平阴玫瑰数字展示交易中心建设完成，积极响应国家“一带一路”倡议，以龙头企业为主体，全面开拓国际市场，培育一批全国乃至世界知名的玫瑰产品品牌；进一步完成玫瑰产业标准体系建设。

——玫瑰载体设施建设工作。完成移动小型玫瑰仓储保鲜冷链设施项目；完成平阴玫瑰旅游康养研学基地、平阴玫瑰康养示范社区、平阴玫瑰泉水精品民宿集群、玫瑰爱情庄园以及温室玫瑰产业园项目建设。

——产业服务支撑工作。以玫瑰产业发展集团平台为基础，通过资源的资本化、资产的资本化、知识产权的资本化、未来价值的资本化实现产业与金融的融合，投资整合相关产业链，做大产业各价值链点，打通平台和各专业链点，构筑行业生态，优化产业结构，创新行业价值。设立玫瑰产业基金发展，以政府领投撬动社会资本跟投，进一步将资产配置在推动产业集聚和转型升级的先进生产力上，以基金赋能实现玫瑰产业新跨越；完成在渤海商品交易所开设玫瑰交易；完善玫瑰主题园林策划、设计、施工、运维全流程服务。

第六章 产业体系构建

第一节 产业发展导向

一、坚持区域发展五大原则

高位发展。区域高位发展，立足整个山东省，成为山东省未来特色农业发展的新引擎，同时“跳出平阴看玫瑰”，建设山东省特色农业产业发展的前沿阵地；产业高位发展，融入“一带一路”、以新旧动能转换等产业发展方针为指导，不断优化产业结构，强化科技支撑。

错位发展。发挥优势产业、优势企业的关联带动作用，优化产业空间布局，加强龙头企业标准化建设，支持平阴县“专精特新配”型中小企业开展协作配套体系建设，提高产业协作配套水平，推动产业和企业形成配套发展、互补发展、错位发展的良性格局。

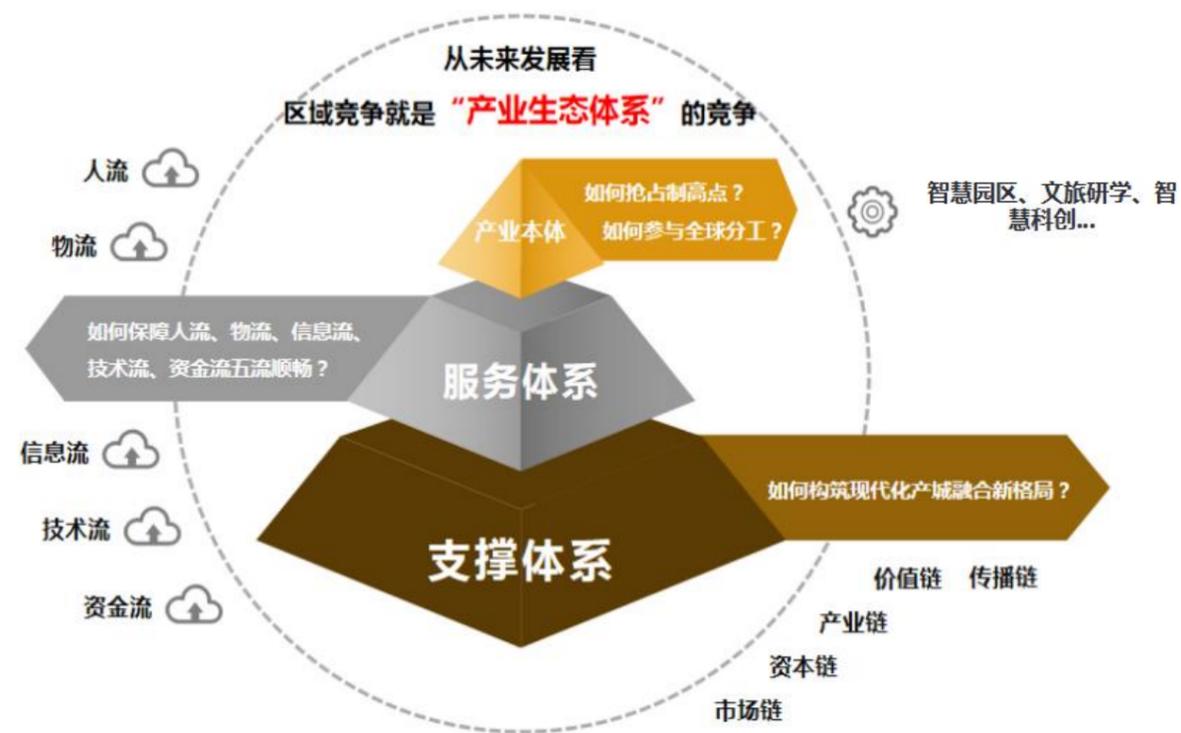
集聚发展。着力打造玫瑰产业集群，通过壮大龙头企业，引导和促进集群内的中小企业、上下游企业向平阴聚集，利用产业的集群效应、区域品牌效应、资本溢出效应和技术共享效应实现产业规模的壮大和产业结构的优化，并有针对性地开展产业招商，加强项目建设。

集约发展。协调好经济发展与资源环境之间的关系，通过空间集聚激发产业内部的集群效应，实现资源节约型、综合型和循环利用型的发展格局；强化集约用地，严格控制工业用地和商业用地的比例，严格执行建设项目投资强度、建筑密度、容积率等控制性指标，进而提高土地综合利用效率。

合作发展。坚持市场化运作和政府引导有机结合的原则：发挥市场这只手在资源配置中的基础性作用，推进产业分工与协作；发挥政府这只手在资源配置中的调控作用，加强规划和政策引导，提高和完善公共服务水平，为发挥市场机制营造良好环境。

二、坚持产业发展四大导向

坚持产业多样化、融合化、高端化、集群化的发展导向，构建高效的产业生态体系，打造引领济南市、辐射山东半岛城市群、具有国际影响力的玫瑰产业集群。



产业多样化导向：坚持产业多样化和功能多样化，结合自身优势及特点，打造丰富多元的产业生态体系，构建功能多样的产业空间。

产业融合化导向：产业融合是产业发展的新趋势，是产业分工和产

业技术升级发展到高阶段的产物，围绕“种植、研发、文化、品牌”，坚持“新一代信息技术+现代服务业”的融合、推动价值链融合，培育多元融合的产业体系。

产业高端化导向：坚持产业高端化发展，以产业结构高端化、技术含量高端化、研发水平高端化、人才高端化和传播形式高端化为发展导向，引导玫瑰产业高端化发展。

产业集群化导向：坚持产业集群化、企业集群化、人才集群化、科技集群化、创新集群化，打造良性循环的产业集群，提升产业品牌效应。

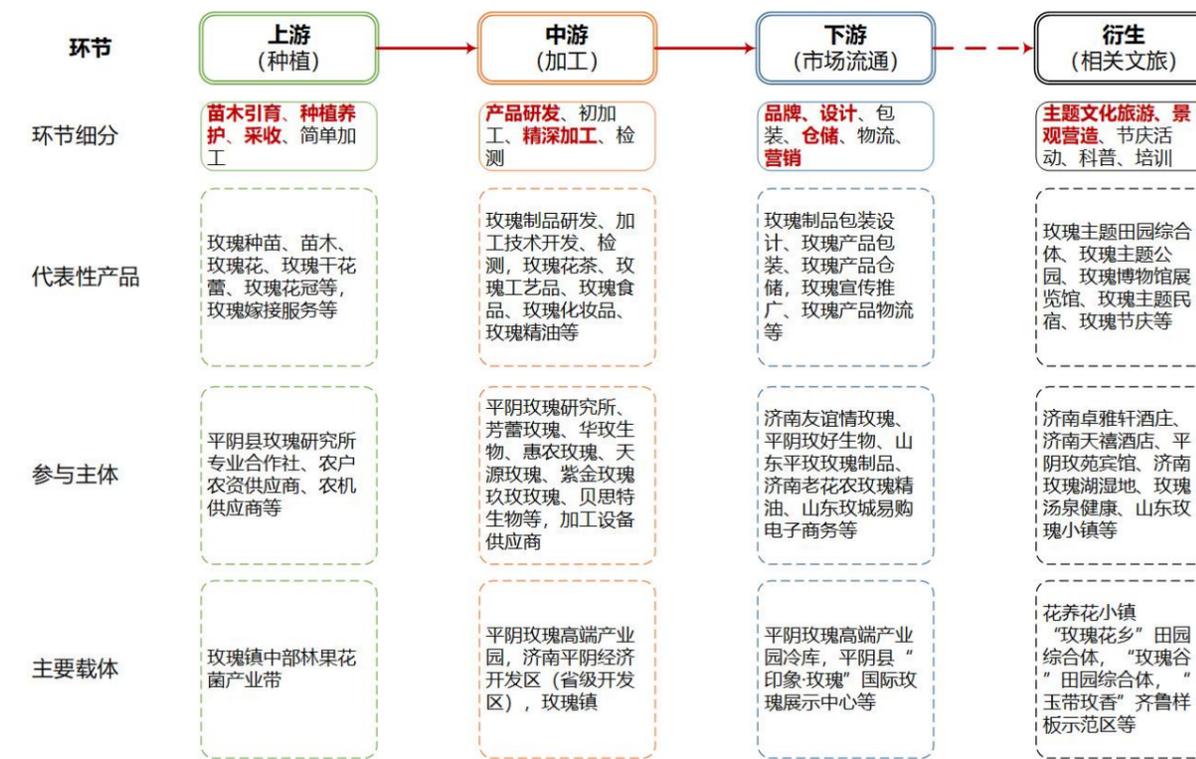
三、坚持产业赋能中心带动圈层式产业发展

以科创、数字、智库、人才与教育、资本、空间为核心，集聚知识、科技、信息、数据、金融等创新生产要素，融合幸福产业协同发展，培育创新业态与应用场景，辐射带动玫瑰产业智能化、数字化改造提升，积极培育发展特色产品，不断完善配套产业。

第二节 产业选择思路

针对平阴玫瑰现有短板和弱项，以培育平阴玫瑰品牌为引领，以玫瑰精深加工和玫瑰生产种植为核心，加快推进玫瑰产业纵向和横向融合发展，应用物联网、大数据等现代信息技术整合玫瑰全产业链上所涉及的物流、资金流、信息流等，拓展产业链、提升价值链、推动创新链、匹配要素链、贯通信息链，打造广泛联结、紧密互动、深度融合的现代化产业生态系统，进而提高农业利润水平和比较收益，拓展玫瑰产业链

增值增效空间。



注：加粗字体为发展所需重点加强环节

图 6.1 平阴玫瑰产业链示意图

延伸玫瑰全产业链升级。健全完善玫瑰纵向产业链条，贯穿玫瑰生产、加工、流通、消费全部环节，创造新供给。以田园综合体、玫瑰产业园等种植基地为中心，稳步提升玫瑰综合生产能力；瞄准“药食同源”特性，加快形成各具特色、品类齐全特异化主导产品，做强做细玫瑰产业；加强玫瑰产后分级、包装、营销标准统一，建设现代化特色农产品冷链仓储物流体系，促进产销有效衔接。横向融合培育新产业新业态，围绕玫瑰产业多种功能延伸拓展产业链条，实现玫瑰产业多元价值，催生产业新动能；推动玫瑰与旅游、教育、休闲等产业融合发展，依托田

园风光、村落建筑、民俗风情等独特资源，着力发展农耕体验、研学科普、生态、康养等新业态；推动玫瑰产业与数字信息深度融合，大力发展电子商务，推进直播电商带货等新零售发展，积极发展智慧农业、定制农业等“互联网+农业”新业态，释放玫瑰生产、消费价值。

推进玫瑰价值链重构。提高产业链供应链稳定性，充分发挥“链主”企业的创新引领作用，发展玫瑰产业化龙头企业牵头、家庭农场和农民合作社跟进、广大小农户参与的农业产业化联合体，明确各参与主体功能定位，实现优势互补、共同发展，形成具有区域特色、适应新型消费的玫瑰产业集群，最终形成“产业联结机制—新要素变化—新产业形成—新集群构建”的多业态发展格局。

加快玫瑰创新链研发。科技创新是支撑玫瑰全产业链发展的核心动力。围绕玫瑰全产业链上中下游环节，坚持产学研结合，在生物育种、耕地质量、智慧农业、机械设备、产品深加工等关键领域加快研发关键核心技术与产品，把“核心命脉”掌握在自己手中，推动科技创新成果在玫瑰全产业链的转化应用。

促进玫瑰要素链协同匹配。落实耕地保护制度，着眼玫瑰全产业链用地需求，以建设高标准基地提升耕地质量，创新玫瑰产业用地供给方式，挖掘乡村内部潜力。大力发展产业链金融，将产业链节点企业与金融机构的利益紧密结合，为全产业链发展提供有力的金融支持和现代服务，有效配置金融资金、降低信贷成本、控制金融风险，构建基于玫瑰全产业链的良好金融生态和信用体系。

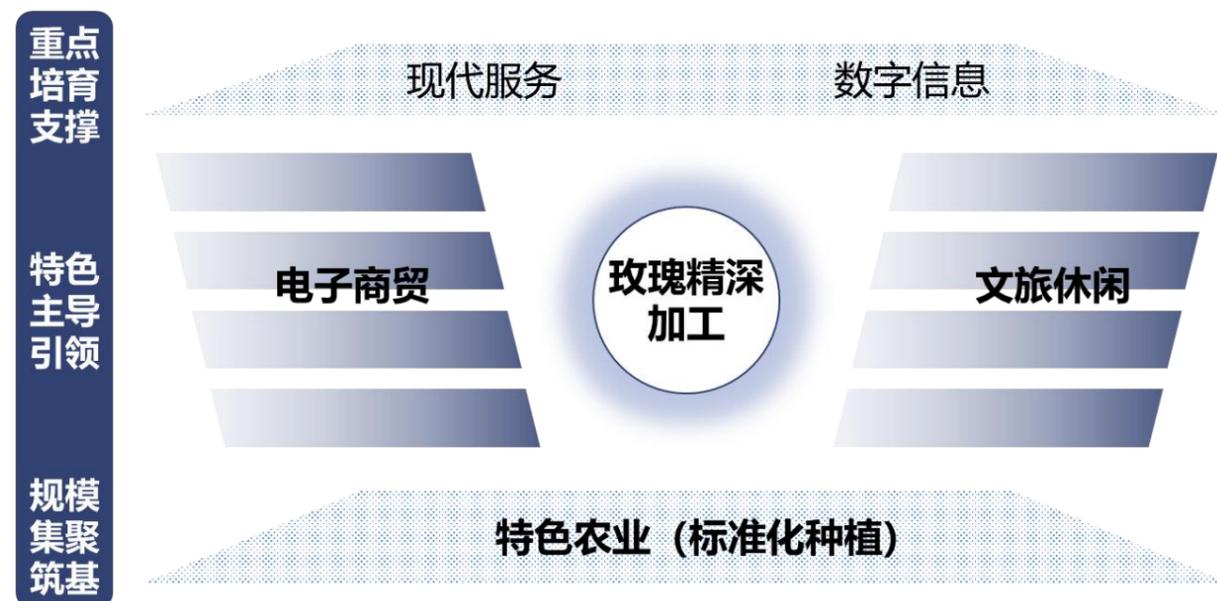
打通玫瑰信息链融合。充分释放“新基建”的赋能效应，注重发挥物联网、大数据、区块链、人工智能、5G、智慧气象等现代信息技术在玫瑰产业领域的应用，构建以新一代信息技术和新型基础设施为支撑，从生产、物流、流通到金融的完整体系，利用信息流打通产业链，运用价值链整合产业链，构建全产业链创新需求系统，达到真正的“供需匹配”。

培育打造国际国内市场战略制高点。国内市场，培育平阴玫瑰区域公用品牌，打造玫瑰高端品牌，迅速占领国内玫瑰精油、功能保健用品以及其他玫瑰产品高端市场，形成行业领导地位；加大与山东中医药大学等相关科研院所合作力度，加大玫瑰保健医疗产品研发，形成玫瑰保健医疗的行业主话语。国际市场，与国际香精、香料巨头达成长期合作关系，成为国际香精香料巨头固定的主要原材料供应商之一；扩大种植规模，占据全球1/3的玫瑰产量，成为全球玫瑰精油的主产地之一，打造国际玫瑰原产地品牌。

第三节 产业体系构建

围绕平阴现有产业基础和玫瑰文化内涵，延伸产业链条，聚焦国际和国内市场，加大种植规模范围，培育吸引相关龙头企业集聚入驻，促进玫瑰产业“研发、种植、加工、运输贮藏、销售、文旅”全链式发展，打造以特色农业为基础，以玫瑰精深加工产业为核心，以文旅休闲、电子商贸为双翼，以现代服务、数字信息为配套服务的“1122”玫瑰全产

业链体系，形成联动共生、协同发展的产业生态圈，实现平阴玫瑰产业集聚规模化效应，带动辐射相关产业的转型升级。



图平阴玫瑰全产业链体系示意图

其中，“1”为主导产业，即玫瑰精深加工；“1”筑基产业，即特色农业（标准化种植）；“2”为以文旅休闲、电子商务为主的特色培育产业；“2”为以现代服务、数字信息为主导的配套服务支撑产业。

第七章 产业发展路径

第一节 科技创新驱动，构建产业新高地

一、构建玫瑰研发平台

打造高水平科技创新平台。加强与国内国际重点科研机构的合作联系，依托资源和优势，引入共建工程研究中心、产业创新中心、技术创新中心以及院士、博士后工作站等科研创新平台，聚焦种质创新、新品培育、应用功能活性物质的高效提取利用、食品生物制备和特色食品资源精深加工等为研究方向，以“科技引领+协同创新”赋能玫瑰产业高质量发展，实施创新主体升级创标、研发平台协同共建、资源深度对接，吸引更多人才、科技成果等高水平创新要素向平阴集聚，全力打造科技创新体集群、创新创业新生态、成果孵化转化新高地，不断开辟发展新领域新赛道、塑造发展新动能新优势。

构建产业科技创新联盟。鼓励和支持重点企业在技术研发和引进、科技成果转化等方面发挥主体作用，加大投入力度，推动企业发展由生产要素驱动转向科技创新驱动。持续推进省级平阴玫瑰检验检测中心建设，提高玫瑰产品检测能力，完善质量评定标准。打造产业发展高端智库平台，开展产业关键技术联合攻关，推动创新链与产业链深度融合，加强高层次人才交流与培养，构建产业协同创新发展体系，推进科技交流和开放合作等方式，实现优势互补和协同创新，突破产业发展关键技术，促进科技成果转化与产业化，凝聚和培育创新人才，引导产业高质量发展。

二、建立玫瑰种质资源库

做强做优“种业芯片”。立足平阴玫瑰发展基础，瞄准“药食同源”特性，放眼全国乃至世界，保护利用好优势种质资源，加快构建玫瑰良种繁育体系，建设“全国最大，世界一流”玫瑰高标准种质资源库。发挥种质库产业引擎功能，以玫瑰资源种质库为核心，加大引进国内外大型骨干中药和现代种业公司力度，培育龙头型企业，高质量创建国家玫瑰产业发展试验区。

搭建科技交流平台。依托平阴玫瑰产业研究院、国家玫瑰工程技术研究中心、院士工作站、博士工作站等创新平台，进一步加强与中国中医科学院、中国医学科学院药用植物研究所、中国科学院上海药物研究所等沟通对接，积极争取国家及省层面的政策和资金支持，并在种质资源收集、保护、鉴评和开发利用等方面为平阴提供技术指导。

制定技术标准规范。制定种质资源考察、收集、引种、交换、整理、编目、鉴定、评价、繁殖、保存、监测、更新、研究、创新和共享等各个环节的标准规范，建立玫瑰种质资源大数据，为资源的科学管理、安全保存、精准鉴定、种质创新和深入利用提供数据支撑，实现工作管理全流程标准化、信息化。

三、加强创新研发能力

突破新品种选育。支持平阴玫瑰产业研究院与华大基因等单位做好玫瑰分子育种，进一步强化观赏、油用、切花、盆栽等专用品种的培育，重点利用基因片段的改变探索培育适宜切花的玫瑰品种和集观赏药用

加工为一体的多用途玫瑰新品种，加快玫瑰基因各项研究成果转化应用进度。做好杂交育种，加快培育平阴玫瑰新品种，更好更快地对接市场。

引领性关键技术研究。重点开展玫瑰种苗工厂化快繁技术的研究与推广、观赏新优品种玫瑰规模培育及产业化、玫瑰鲜切花保鲜储运与拉长花期技术、反季节玫瑰花期调控技术、油用玫瑰高产高效栽培关键技术及生产模式等领域的研究。依托山东中医药大学，深入挖掘玫瑰花在食用和药用方面的独特价值，针对玫瑰花疏肝解郁、美容养颜等方面的功效，系统进行研究和开发工艺探索，研发适用于药用临床、保健、康养类玫瑰新产品。

新产品研发。根据市场需求，做好玫瑰产品深加工关键技术的核心研发、玫瑰大健康产品精深加工研发等，重点提升玫瑰籽油品质和口感、提高玫瑰精油转化率等。通过科研与开发，提高平阴玫瑰的核心竞争力和主导地位，增加玫瑰产业效益。

专用机械装备研发。政府出台扶持政策，扶持龙头企业与大学、科研机构合作，加大适于山地、丘陵地区的微耕机械研发力度，推进丘陵山区农田宜机化改造，实现玫瑰机械化采摘，提高玫瑰产业农机装备水平。

四、加大玫瑰科研投入

加大科技投入提高科技含量。以市场为引导，加强基础性和实用性研究，不断提高科技转化率，努力实现科研优势向产品优势、产业优势的转化，力争形成一批有影响力、标志性和实用性的科技成果。重点支

持重大研究课题立项，对于能够促进玫瑰产业快速发展的科研机构委托项目，经专家评审、部门认定后，给予一定比例的项目研发资金配套。对科研工作突出的人员和单位给予奖励。

专栏一 玫瑰产业研发体系构建发展策略

近期（2023-2026）：

直播电商培训基地。面向现有电商从业者、有意进行电商创业人士、返乡创业青年等群体，加强短视频入门基础、直播带货、短视频拍摄等直播电商的理论和实操知识培训和更新，培养村播网红，打造短视频直播新业态。

玫瑰种质资源库。调查和收集国内外的玫瑰种质资源，挖掘筛选优良品种，建立玫瑰种质资源鉴定评价体系。

建设平阴玫瑰产业研究院，进行精深加工及产品研发，鼓励企业与高校及科研院所合作研发高附加值的食品、药品、化妆品等。

远期（2026-2030）：

平阴玫瑰科技服务平台。与平阴玫瑰产业研究院、山东中医药大学等科研院所合作，建立在生产一线（农村、企业）的集平阴玫瑰科技创新、示范推广和人才培养于一体的科技服务平台。

开展玫瑰创客服务。支持创新工场、创客空间、星创空间、社会实验室等新型众创空间发展，建设在国内外享有较高知名度的玫瑰产业人才集训基地。

平阴玫瑰良种繁育中心。依托平阴县玫瑰研究所，建设玫瑰良种繁育中心，包括组培室、炼苗室、标准化育苗中心温室，建立300亩母本园、砧木园，为大田繁殖提供种苗。

第二节 科学化种植，助力提质增效

一、打造玫瑰种植标准化生产基地

建设观赏类玫瑰种植基地。在玫瑰镇等重点区域规划建设观赏类玫瑰规模化、标准化优质种苗繁育和种植示范基地，实现优良品种、畅销品种专业化生产，提高批量化市场供应能力；提升四季盆花生产优势地位，逐步占领全年反季节玫瑰鲜花的高端市场。到2026年，建设规模化、标准化种苗繁育和种植示范基地2个，观赏性玫瑰种植面积达到1000亩。

建设玫瑰标准化种植基地。研究加工类（含药用类）玫瑰的旱地栽培技术，完善制定《玫瑰产品生产技术规范》等玫瑰产业深度开发产品的技术规范，占领国内玫瑰产品生产技术高地。充分发挥龙头企业玫瑰基地辐射带动作用，推广玫瑰与药间作和花林互作技术、玫瑰林下养殖技术、玫瑰节水灌溉技术，利用丘陵、坡地、宜林荒山荒地和廊道绿化等土地资源间作玫瑰，因地制宜拓展加工类（含药用类）玫瑰种植区域。以核心种植区为依托，打造2~3个品种纯、品质优、炮制考究、疗效突出，并具有平阴玫瑰地域性特点的道地药材基地。到2026年，建设10万亩玫瑰种植基地，其中玫瑰标准化示范区4万亩，玫瑰新品种更新区3万亩，有机肥示范区建设3万亩，富硒示范区建设1万亩，将平阴打造成为国家级的玫瑰产品供应中心。

建立玫瑰鲜切花基地。结合旅游产业发展，在基础条件较好的丘陵山区发展鲜切花基地，扩大鲜切花种植基地规模，打造鲜切花示范种植、出口基地2个以上，建立玫瑰鲜切花出口配套储运技术体系，拉长玫瑰

鲜切花采收期至2个月以上。到2026年，玫瑰鲜切花年供应能力分别达到200万枝，将平阴打造成国际知名的玫瑰鲜切花专业市场和出口基地。

建立全产业链标准化体系。着力构建全要素、全链条、多层次的玫瑰全产业链标准化体系，有效支撑现代农业产业体系、生产体系、经营体系建设，建立适用于高质量发展阶段的现代农业全产业链标准化体系。制定平阴玫瑰品种培育、玫瑰栽培技术、玫瑰制品加工、玫瑰加工设备、玫瑰制品检验等检测相关标准，进而推进玫瑰产业高产、优质、高效的发展。

加强智慧农业体系建设。充分利用“互联网+”平台，建设平阴玫瑰大数据中心，建立智慧农业标准体系，推进云计算、大数据、移动互联网等技术在玫瑰种植领域的应用，结合平阴现代农业产业园，搭建全国玫瑰大数据云平台，开展玫瑰相关加工产品产量、价格、贸易动态数据分析和监测预警工作，形成覆盖全国的玫瑰产区信息平台。

积极推行“飞地”种植模式。支持有条件的种植企业和种植大户到中西部土地流转成本较低地区发展玫瑰种植，解决农业生产中的耕作空置率和土地碎片化问题，同时还可以提高种植业的规模化和效益，帮助农民增收致富。将发展“飞地农业”模式纳入县乡村振兴总体规划，与全县经济社会发展一体谋划、一体部署、一体落实，制定责任清单，明确时间表及路线图，确保项目扎实有序推进。

二、提升观赏玫瑰发展水平

打造精品玫瑰观赏园。以现有玫瑰观赏园为主体，创新各个玫瑰观赏园的景观设计，拓展玫瑰观赏功能，提高玫瑰园的园艺水平和观赏价值。以国家玫瑰园为重点，高标准打造一批突出平阴特色、国际一流的四季玫瑰观赏园区；提升一批有文化、有品位、有特色的复合型精品玫瑰观赏园；重点打造1—2个园林景观，推动玫瑰全域旅游，提升城市玫瑰景观。

提升城市玫瑰景观。按照“规划引领、点面结合、整体推进、尽快见效、持久用力”的思路，充分挖掘城市平面与空间资源，在城市重要节点、公园绿地、道路沿线等区域，多点布局、线面呈现、立体点缀，增加以玫瑰为主的景观花卉种植量，打造“中国玫瑰之乡、华夏浪漫之都”，营造多彩园林景观。

发展乡村玫瑰旅游。以玫瑰产业为支撑，以玫瑰文化、当地文化、创意文化为底蕴，以“浪漫、休闲”为主题，培育一批生态美、生产美、生活美的乡村旅游目的地，打造一批有特色、有内涵、有品位的乡村旅游精品线路。力争到2026年，分别打造集旅游观光、休闲娱乐、产业示范为一体的多功能生态农业观光园和玫瑰特色园区5个。

搭建信息服务平台。对全县旅游进行统一规划、科学管理，打造建设玫瑰旅游公共信息综合服务平台，大力宣传推广玫瑰旅游产品，全方位推动玫瑰全域旅游发展。利用微博、微信、短信、报纸、广播、电视等多种媒介，对休闲娱乐与文化活动、旅游景区游客量、交通信息、剩

余车位、餐饮信息、旅游救援及预警信息、公共安全信息公告、天气预报和规范玫瑰旅游产品等数据进行实时更新，引导游客精准选择，对游客进行分流和疏导。

专栏二 玫瑰产业生产体系构建的发展策略

近期（2023-2026）：

“道地药材”基地。以平阴玫瑰核心种植区为依托，打造2~3个品种优良、产量高、炮制考究、疗效突出，具有平阴玫瑰地域性特点的道地药材基地。

大力推广机械装备。实现玫瑰机械化采摘，降低成本。政府出台扶持政策，扶持龙头企业与大学、科研机构合作，研发适合平阴玫瑰机械化采摘的装备。

有机食用玫瑰种植基地。有机玫瑰是采用传统种植方法，遵循玫瑰的生长规律，在种植过程中不使用化肥和化学农药而栽培的玫瑰。采用统一育苗供种、统一技术管理、统一回收加工及销售，带动专合社和家庭农场分散种植经营。

富硒玫瑰种植基地。在现有基础上，改良土壤、提高土壤含硒量、施用缓释富硒肥料，对玫瑰根部、花叶配制不同的富硒肥进行施肥，从而使人工种植出来的玫瑰富含人体所需的硒元素。同时，适当添加营养元素锌，提高玫瑰的营养成分，且符合现状人们的营养更高需求。

玫瑰观赏园以及城市景观设计。在城区规划和园林绿化中，特别是高速路、快速路等城市主要出入口绿化带、城区主要道路、城市游园、中心广场，增加玫瑰配植比例，增加玫瑰品种，形成“满城尽是玫瑰花”的浓郁氛围。

远期：（2026-2030）

标准化种植基地建设。依据“平阴玫瑰”种植标准，对土壤、种植、轮作、田间管理、收获各环节进行标准化生产和管理。

建立玫瑰鲜切花基地。基础条件较好的丘陵山区发展鲜切花基地，扩大鲜切花

种植基地规模，打造鲜切花示范种植、出口基地。

全国玫瑰大数据云平台。推进云计算、大数据、移动互联等技术在玫瑰种植领域的应用，结合平阴现代农业产业园，搭建全国玫瑰大数据云平台。

玫瑰生产托管平台。引导采取“农资+服务”“农机+服务”“科技+服务”“互联网+服务”等方式，发展玫瑰生产托管服务，提供市场信息、农技推广、农资供应、统防统治、深松整地、玫瑰产品营销等社会化服务。

推广飞地种植。支持有条件的种植企业和种植大户到中西部土地流转成本较低地区发展玫瑰种植。

第三节 产业化生产，助力产业升级

一、拉长玫瑰产业链条

以一二三产融合为路径，充分利用平阴玫瑰产业发展的基础优势、地理优势和品牌优势建圈强链，通过强龙头、补链条、兴业态、树品牌，推动产业链向上下游延伸，不断拉长产业链条，提高产品附加值，增强市场竞争力和可持续发展能力。针对老人、儿童、学生、孕妇、“三高”病人等特定人群，以玫瑰深加工产品开发为主线，在玫瑰籽油、玫瑰精油、玫瑰酵素、丹皮素和玫瑰食品等深加工产品的提取、生产工艺和科研成果基础上，加快玫瑰花、茎、根等部位综合加工利用和开发，延长产业链条，形成生产规模，提升玫瑰产品品质；利用玫瑰赏花旅游资源、玫瑰鲜花资源，开发适宜馈赠、留念的玫瑰干花、香包、香袋、精油、化妆品、“袖珍盆景玫瑰”等旅游商品和玫瑰鲜花美食、鲜花药膳、鲜花美容等项目，拓展玫瑰产品市场范畴，打造玫瑰全产业链。到

2026年，创建5个以上国内具有较大影响力的玫瑰产品知名品牌。

专栏三 平阴玫瑰重点产品发展策略

围绕平阴玫瑰产业基础，未来产品主要分为成品花冠花蕾、日化用品制造、精品套餐、功能保健品以及工艺品等类型。

1、玫瑰成品：花冠花蕾

将平阴玫瑰基于种植区域、种类以及药食含量等条件因素分析，针对青年人群，将玫瑰花冠花蕾产品划分为高、中、低端三个等级。

(1) 高端：有机精华版

此类玫瑰主要来源于核心区玫瑰镇翠屏山及玉带河流域，富硒、锌等微量元素，加工工艺要求花叶90%无污染、花色有光泽、无双心、花头开放度有90%一致；氨基酸和不饱和脂肪酸达到药食同源相关标准要求，用真空礼品装；安全性达到有机标准；零售价格达到每斤800-1000元之间；创建高端平阴玫瑰子品牌。

(2) 中端：优质版

此类玫瑰主要来源于核心区之外的主要种植区域，加工工艺要求花叶70%无污染、花色有光泽、花头开放度有70%一致；氨基酸和不饱和脂肪酸达到药食同源相关标准要求，用真空普通装；安全性达到有机标准；零售价格达到每斤600-800元之间；根据市场操作需要灵活创建商业子品牌。

(3) 低端：小康复兴版

此类玫瑰主要来源于平阴玫瑰的产区，加工工艺要求达到国家标准；安全性达到无公害或者有机标准；包装简洁实用；零售价格达到每斤400-600元之间；品牌无独特需求，可直接使用平阴玫瑰区域公用品牌。

2、功能保健型：平阴药食同源八宝玫瑰保健品/药酒等

平阴玫瑰药食同源是优势，被誉为“中国传统玫瑰”的代表，富含18种人体所必需的氨基酸，4种不饱和脂肪酸，10种微量元素等生物活性成分。然而在目前快节奏消费背景下，价值诉求越来越聚焦在养生、美颜功能上，突出平阴玫瑰的养生保健等特效，快速摆脱同质化进行差异化市场竞争。

依托道地药材基地建设认证契机，加大与山东中医药大学等科研机构的合作力度，开发有机玫瑰和富硒玫瑰种植规模，辅以大枣、陈皮、生姜、白术、山药、党参等名贵中药材，研制药食同源八宝玫瑰保健品等系列，突出扩大其抗衰老、美容养颜的功能，快速摆脱同质化，进行差异化市场竞争。硒元素对于老年人防癌抑癌、抗氧化、提高免疫，针对老年人的器官及其生理机能日趋衰弱的态势，还可以根据老年人补钙需求和其他需求，研制升级版的配方食物。

3、精品套餐：平阴旅游纪念套餐

目前，济南“泉水”“平阴玫瑰”旅游的兴起以及持续增长的趋势不断扩大，平阴也被认定为“国内首个女性友好型旅游目的地”，游客来到平阴后，没有标志性的美食、文创产品和伴手礼，只有浅层次表面的耳目之欲，缺乏精神震撼以及人文感悟。

针对到平阴旅游人群，广泛和平阴旅游区域餐饮和酒店展开合作，在旅游路线关键位置做好平阴旅游纪念套餐和平阴玫瑰推介和展示，打造标志性的伴手礼以及食用套餐，体现挖掘平阴玫瑰的文化内涵，同时界定平阴标志性的特色美食和伴手礼，形成当地的拳头产品，作为旅游、节日和活动馈赠礼物。

4、工艺品类

大力发展玫瑰不凋花、玫瑰雕塑和玫瑰手工刺绣等高端艺术品，打造满足客户个性化需求的玫瑰手工艺品，申请作为市礼，赠送给“一带一路”沿线的友好国家和友好城市。

5、休闲零食类

以平阴药食同源八宝玫瑰保健品的原料组合适当增删配减，开发研制适合儿童、孕妇、产妇、婴幼儿、老年人服用玫瑰茶、玫瑰饼、玫瑰酱等配套性休闲零食以及多功能食品馅料及配料，产品类似花生酥、沙琪玛或者苏化夹心饼，针对突出年龄不同阶段，辅以不同的材料，突出其针对不同年龄段的食品功能性保障。

平阴玫瑰的产品策略：以平阴药食同源玫瑰保健品为主推拳头产品，集中资源、始终如一、密集轰炸宣传推广；以孕婴童产品为核心，和主推拳头产品保持一致，密切配合、见缝插针进行助攻；以精品套餐和工艺品类为特色，借机制造热点、聚焦专攻传播，把平阴玫瑰的优势文化和核心功能，以消费便利、场景众多的形式多点影响消费者，从快速鲜明建立平阴玫瑰的知名度、美誉度；以玫瑰花冠、花蕾等原材料为跟随性产品。

二、构建产业大脑

积极贯彻落实数字中国战略，在产业数字化趋势的引领下，建成“玫瑰产业大脑”，依托“美妆产业园+未来工厂”模式，以产业互联网为支撑，以数据资源为核心，运用新一代信息技术，综合集成产业链、供应链、资金链、创新链，融合企业侧和政府侧，进一步提升平阴玫瑰产业的数字化、网络化、智能化水平。“产业大脑”建设围绕玫瑰的种植、加工、营销环节，通过数字化手段、实现对于玫瑰生产管理的数字化运营，并且建立玫瑰种植的数据模型，为种质资源、科学研究提供数据基础；通过数字赋能工厂环境、加工流程、安全防控三方面进行数字化升级；通过物联网设备，对于运输、仓储、加工、包装全流程进行监管、保障产品质量的同一性；通过对数字营销通过质量码平台，实现一物一

码，向消费者展示玫瑰的全程生产信息，建立与消费者互动的桥梁，同时也更容易与现有的电商、直播等形式相融合，做好品牌和营销的持续推动。

三、聚焦“颜值经济”打造“美丽产业”

依托自身资源优势，结合时代发展战略，高标准规划建设美妆产业集聚区。通过科学功能布局及核心要素聚合，借力平阴玫瑰基因和优势，打造美妆全产业链生态链。完善研发设计、数字智造、检验检测、展示体验、平台交易等产业链条，重点支持化妆品新原料研发、配方及工艺开发、品牌建设、技术创新、工业设计、检测检验、美妆新零售、美妆文化、时尚创意等，做强做长产业链条。打造原料供应链，推动原料本土化进程，发力化妆品的“芯片”研发生产，其中尤其以植物特色资源、合成生物为主要发展方向；完善产业供应链配套，打造产业一体化公共服务平台，如研发平台、技术平台、检测平台、营销平台、直播平台等，着力解决企业在获取前沿技术、原材料与人才、供应链等方面的问题；缓解人才短缺瓶颈。筑巢引凤，大力推进高效人才试验区建设，与国内相关高校开展产学研合作，推动产业高质量发展；促进代工企业转型升级，发展智能制造、柔性制造，不断完善原料供应、包装包材等上下游产业和融资租赁、金融服务、电子商务、物流配送等生产服务业，引入化妆品检测中心，提供第三方检测服务，进一步实现企业降本增效；聚力开拓营销渠道，建立直播基地、推出大型直播 IP、开设官方线上店铺，并引入专业 MCN 机构，合作头部达人，多角度提升入驻品牌的直

播带货声量、转化能力。

四、培育龙头企业

开展招商引资引智，引进大型企业，引导国内及当地国有企业参股控股玫瑰企业，重点打造技术先进、产品研发能力和核心竞争力强的玫瑰龙头企业。引导玫瑰产业龙头企业建立现代企业制度，充分发挥玫瑰龙头企业和玫瑰产业协会、玫瑰协会、花茶协会等各种协会的示范带动作用，统筹玫瑰加工产业资源，创建平阴玫瑰产业联盟，统一打造产品品牌，提高平阴玫瑰产品的形象和市场认知度，带动玫瑰产业向专业化、标准化、规模化、集约化方向发展，提升平阴玫瑰深加工产品的市场竞争力。设立平阴玫瑰产业发展基金，广泛吸收社会资本投入，通过股权投资、固定收益和合资等形式，解决企业融资难、融资贵问题；积极引导优质企业到我县从事玫瑰精深加工，加快我县玫瑰产业健康发展。建立县、镇领导干部联系玫瑰企业制度，及时解决企业发展中存在的困难和问题。力争到 2026 年国家级龙头企业力争达到 3 个，省级龙头企业达到 10 个。

五、加大机械设备利用率

加快推进数字化园区建设，借助数字化园区运营管理平台，整合园区内外部资源，推动园区共享制造空间与功能升级，引导产业链上下游和产业集群大中小企业开展广泛协同。围绕产业集群共性制造需求和关键环节，依托数字化车间、智能工厂建设，分行业打造一批“共享工厂”，集中配置通用性强、购置成本高的生产设备，探索基于线上平台的分时、

计件、按价值计价等灵活服务模式，促进产品制造向服务延伸。围绕集群产业定位，推动产业集群共享制造能力建设，引导产业集群内企业通过共享物流、仓储、采销、人力等方式，降低中小企业生产与交易成本，促进中小企业专业化、标准化和品质化发展，促进产业链各环节高效协同共享。

六、发展玫瑰产业循环经济

以资源的高效利用和循环利用为核心，有效减少产品的加工和制造步骤，延长材料和产品生命周期，提升产品的碳封存能力，减少由于原材料、原材料初加工、产品废弃处理和重新生产所造成的能源消耗和二氧化碳排放。加快推进农业废弃物综合利用项目建设，优化玫瑰废弃物集中收集场地布局，建立玫瑰废弃物无害化处理、资源化利用体系，研发食用菌栽培基质、有机肥等产品，逐步延伸产业链条，提升加工转化增值率和副产物综合利用水平，实现加工产品多层次、多环节转化增值。

专栏四 玫瑰产业深加工体系构建发展策略

近期（2023-2026）：

建设美妆产业园。打造集技术研发中心、孵化中心、检验检测认证中心、美妆学院、美妆博物馆、大师工作室、美妆制造、工业旅游等功能于一体的美妆产业园。

打造平阴玫瑰产品矩阵。加大与中国药膳研究会、中国烹饪协会等合作力度，打造平阴药食同源八宝玫瑰保健品/药酒、平阴旅游纪念套餐、玫瑰工艺品、休闲零食产品、化妆品以及玫瑰原料成品为主的产品矩阵。

设平阴玫瑰产业发展基金。通过股权投资、固定收益和合资等形式，解决企

业融资难、融资贵问题。

盘活土地资源。用好新增建设用地增减挂钩、低丘缓坡改造等政策，用地指标将优先保障玫瑰产业建设发展需求。

远期（2026-2030）：

建立循环经济产业园。加快推进农业废弃物综合利用项目建设，优化玫瑰废弃物集中收集场地布局，建立玫瑰废弃物无害化处理、资源化利用体系，研发食用菌栽培基质、有机肥等。

玫瑰企业精深加工设备更新。大力引进玫瑰花瓣自动揉搓加工、真空冷冻干燥、超临界超低温萃取等最新技术以及设备

搭建省级平阴玫瑰检验检测中心。对玫瑰系列产品进行质量监督、产品评价性检验，及时反馈质量信息；开展玫瑰系列产品的检测方法和检测新技术研发；做好相关人员的培训、咨询服务等内容。

直播电商培训基地。面向现有电商从业者、有意进行电商创业人士、返乡创业青年等群体，加强短视频入门基础、直播带货、短视频拍摄等直播电商的理论和实操知识培训和更新，培养村播网红，打造短视频直播新业态。

第四节 编制产业图谱，围绕产业链精准招商

分析全国乃至全球范围的产业发展情况，研判平阴玫瑰产业发展的趋势与方向，确定产业链关键环节，锁定潜在目标企业。对现有产业的发展基础及发展优势进行全面分析，研判出地区急需解决的关键技术瓶颈和所需引入的配套或互补性产业环节。以平阴现有条件为基础，对产业的上中下游产业链进行全面分析，提出产业的发展重点及产业转型升级路径。通过产业链上下游企业聚集，实现与供应商、市场高效衔接，

于地方招商引资，形成产业培育合力，为玫瑰产业建链、补链、强链、延链发挥积极作用。搭建大数据精准招商服务平台，积极实施线上线下联动招商，精准运用“云推介”“云洽谈”“云签约”“云落地”“云服务”的“五朵云”招商模式，将“面对面”变为“屏对屏”“线连线”，通过电话、微信、邮件等方式开展对接洽谈。积极组织参加济南市重点招商引资项目连线洽谈签约活动，积极对接济南市驻外办事机构、外地商会和重点招商代理机构，加强项目跟踪服务，为项目、企业引进牵线搭桥，建立健全覆盖京津冀、长三角、浙闽、粤港澳大湾区、成渝等重点地区的招商信息网。

三、构建平阴玫瑰产业招商图谱

从平阴玫瑰产业链全景式图谱视角，全面清晰梳理产业链上下游各环节，定位产业优势及缺失环节，精准绘制招商行动路线图，定位产业招商目标，对玫瑰产业链进行强链、延链以及补链，促进区域之间形成



主导产业错位发展、关联产业功能互补、关键领域共同推进的协同

图 7.1: 平阴玫瑰产业招商图谱

四、培育招引优秀企业

招引行业内著名企业。依托“东方玫瑰之都”优势，明确发展特色，彰显竞争优势，转变因招商而招商的传统理念，开辟招商新途径，积极探索利用市场机制，开展中介招商，降低招商成本；主动采取多形式的营销举措，加强以商招商，以存量带动增量进入，以增量带动存量优化，吸引国内外优秀玫瑰企业认识平阴、投资平阴。

重点龙头企业培育。重点培育山东华玫生物、芳蕾玫瑰、紫金玫瑰、平阴玫瑰开发公司、惠农玫瑰花精油公司等玫瑰产业龙头企业。国家级龙头企业力争达到3个，省级龙头企业达到10个，市级龙头企业达到15家。

展开定向跟踪招商。加强跟踪研究名录企业的发展趋势和投资动向，瞄准在近三年内有新增现有产能和布局新产品线的企业，每个环节精确锁定2家龙头企业，备选3家骨干企业，展开小分队式招商。针对较有潜力的合作对象，设计定制的招商方案；对于希望建立较大规模的企业，考虑大幅度免税、补助等有较大吸引力的方案。

以国内招商为主向“国内+国际”转变。完善专业招商机制，改变以往只针对国内大企业、大项目进行招商的思路，将视野放至全球，通过“国内+国外”联动招商模式，将招商优质项目集中布局，本地落户，实现利益分享。

第五节 打响区域公用品牌实现全面良性共赢

一、打造有影响力的地方区域品牌

打造区域公共品牌。坚持“企业为主、政府推动、多方参与”原则，集中建设“平阴玫瑰”区域品牌，制定使用标准和管理制度，实施“统一行业监管、统一标准化基地认证、统一生产标准、统一包装标识、统一品牌宣传”工程。进一步加大原产地地理标志、绿色食品、有机食品及中国驰名商标的申请认定工作和地理标志商标、国际商标的申请注册，创建从玫瑰种植、玫瑰生产到精深加工产品的全国知名品牌体系。

大力培育自主品牌。以企业自主、龙头带动、科技创新、政策扶持为推动，集中力量培育、扶持、壮大一批驰名、著名、知名商标，充分发挥商标兴企、商标富农、商标强县的积极作用，加快推进产业发展方式转变和产业结构优化，促进平阴玫瑰又好又快发展。深入企业进行品牌建设政策宣讲，引导企业弘扬“工匠精神”，大力培育自主平阴玫瑰企业和产品品牌。做到各方参与，形成合力，动员全社会各方面积极参与和推动品牌建设。鼓励引导企业加大科研投入力度，培育更多自主知识产权，创建更多名优产品。

二、加大平阴玫瑰宣传力度

线上线下联动做强宣传“矩阵”。依托线上线下两个渠道，借助各级主流媒体和新媒体的推广渠道，依托城市巡展和电商平台展示，强化供采对接，促进市场开拓，全面打响“平阴玫瑰”品牌和产品。开设“平阴玫瑰”抖音专属账号，持续推出原创内容，全网发布吸引拓展流量；联合全国主流媒体、高校和餐饮行业的新媒体平台，进行“平阴玫瑰”

主题宣传和报道。依托济南电视媒体策划播放系列节目，重点推介济南市、平阴县知名玫瑰系列产品的种植、加工、出口和销售流程，弘扬企业文化理念和名优产品特色等。开设“平阴玫瑰”报纸专栏，通过系列采访、专题报道和跟踪报道，充分挖掘平阴玫瑰产业优势，展示玫瑰名企亮点，组织开展“平阴消费者最喜爱的产品品牌”评选和颁奖活动等，形成纸网联动的矩阵传播。

打造以玫瑰元素为内涵的城市景观。针对平阴玫瑰元素完成户外、高空、楼体等广告设计内容，在平阴、济南主城区选取地标位置，投放画面清晰、气势恢宏的多媒体广告，力求辐射范围广、视觉冲击强、传播效果佳，让更强劲持久的威海海鲜品牌深入人心。组织平阴县相关玫瑰企业“走出去”，积极参加内陆城市、发达城市的展览展会和品鉴活动，现场设置“平阴玫瑰”产品展示区、“平阴玫瑰”专场品鉴会等。

三、建立玫瑰产品溯源体系

搭建平阴玫瑰产品质量追溯平台。强化源头管理，建立平阴玫瑰生产记录档案和产品质量跟踪制度，推动“防伪溯源”技术全覆盖，将信息监管的触角延伸到全县每一个玫瑰种植镇（街道）、村、企业，建立基地证，确保玫瑰产品、农业投入品做到有码可查、有码可循，落实“三品一标”认证，用信息化手段构建平阴玫瑰质量全过程监管体系。强化企业开展玫瑰种苗、玫瑰保健品和玫瑰衍生品的商标注册、运用和保护工作，鼓励企业对接国际标准，开展国际认证和国际商标注册，打造在国内外有影响力的平阴玫瑰产品品牌形象。

四、加强玫瑰产品质量安全监管与检测

健全平阴玫瑰品牌评价、培育和保护机制。制定“平阴玫瑰”区域品牌管理办法，建立“平阴玫瑰”品牌使用和退出机制，从种植、加工、营销、质量安全等方面加强品牌管理。建立平阴著名品牌评价体系，积极开展玫瑰品牌评定工作，对符合条件的产品，颁发“平阴著名玫瑰品牌”荣誉证书。依托现有质检体系，开展玫瑰产地环境监控，加强投入品生产、经营、使用的监督管理，完善玫瑰生产投入品登记制度；建立恶性竞争企业“黑名单”制度，对冒用、仿用他人知识产权，产品不达标或以次充好等不良经营行为，定期向政府主管部门推送，对相关企业提供联合惩戒。

五、品牌形象代言

一个有影响力的代言人比文字图片更有说服力，更能打动人，代言人应该是目标人群中的意见领袖和偶像能够与平阴玫瑰文化和精神内涵相联系，以当地文旅局长、明星等中具有知名度和影响力的人物，以玫瑰元素为依托，塑造文化故事、情景短剧等，打造口碑扩散的引擎，并取得平阴玫瑰在群体和粉丝的品牌认同。

第六节 搭建专业交易中心，构建良好产业生态

一、建立平阴玫瑰展示交易中心

以“互联网+”、云谷电商产业园为依托，以中国平阴玫瑰产业基地为平台，搭建集文旅推广、产品体验、实体交易、直播电商等功能于

一体，高标准、高规格、高端化的国家级玫瑰系列产品物流集散地和交易所，逐步把平阴建设成为玫瑰产品品质、价格、品牌等核心信息的权威高地和主要集散地。筹建“平阴玫瑰”城市展厅和玫瑰产品展销中心，建设平阴玫瑰产品线上体验馆，集中展销每个企业的优势产品和国内外玫瑰制品。

二、建立平阴玫瑰数字化“产地仓”

以平阴交通与物流发展有限公司为主体，以阿里巴巴集团为依托，合作建设数字化“产地仓”，实现数字化产品流通，减少中间环节，避免产品滞销，提升现货率，缩短订货前置期，降低物流成本，助力玫瑰产业管理体系创新。

三、建立玫瑰智能冷链物流中心

以建设平阴玫瑰国际冷链物流园为重点，发展一批现代化冷链仓储物流项目。建设智慧冷链物流平台，仓储中心、中央大厨房加工中心、配送中心、交易中心、商务中心等内容，打造集智能运营、高效管理、资源共享、绿色环保为一体的“互联网+物流”一站式新型智慧物流中心。

四、建设市场研发中心

开展玫瑰产品市场研究，重点研究玫瑰产品消费对象、消费习惯及消费分布区域和国内玫瑰产业发展情况等方面内容，开发不同档次、不同价位、不同包装规格的玫瑰产品，满足不同消费群体需求；聘请国内外知名策划和品牌推广专业团队，分析制定玫瑰产品营销方向、推广方

案和品牌营销策略；注重产品技术创新，培育国内外两个市场，拓宽市场空间，提升平阴玫瑰品牌的市场认可度和出口创汇能力。

五、拓展平阴玫瑰营销网络

鼓励各类经营主体打造拳头产品，在大中城市开办专卖店、直营店、大型超市专柜等品牌专营体验店，大力发展专柜专销、直供直销、直销配送等新型经营模式。支持企业线上与天猫商城、京东商城、拼多多等电商平台合作开设“平阴玫瑰旗舰店”，利用电视购物、网红带货、自媒体和融媒体等新营销模式，培育专业的网络营销师、消费引导员，加速平阴玫瑰产品品牌孵化，打通产品线上销售渠道，打造平阴玫瑰电商培育新平台。

第七节 玫瑰与文化创意相融，叠加文化创意的前沿价值

一、积极开展玫瑰文创活动

以玫瑰文化传承创新为重点，打造一批具有玫瑰文化特色的玫瑰文艺展演、玫瑰摄影、玫瑰诗词、玫瑰传说等文创作品。支持平阴玫瑰书画创作机构发展，做强平阴玫瑰书画品牌；筹建平阴玫瑰博物馆，扮靓“平阴玫瑰甲天下”的金字品牌。在“粉丝经济”和“个性消费”的背景下，运用传统媒体、网络新媒体、城市推介、行业会展等形式，加大与抖音、快手等短视频头部平台合作，开展全球文旅创作者大会，扩大玫瑰品牌特色传播与感染力，进而带动企业自身品牌发展。

二、重视玫瑰文化创意产业发展

深入挖掘玫瑰文化底蕴，策划创作一批代表玫瑰文化题材的文艺作品，开发一批具有平阴特色玫瑰元素的文创产品；做大做强玫瑰书画、玫瑰民间艺术等产业，促进玫瑰文化与祖源文化、水浒文化、黄河文化有机结合，推动玫瑰文化繁荣发展。打造玫瑰文化载体，完善平阴玫瑰历史传说和形象设计，开发具有平阴文化特色的文房四宝、手绘玫瑰丝巾、玫瑰床上用品、玫瑰旗袍、玫瑰艺术品等旅游产品。依托玫瑰相关的传说等历史文化，与新时期玫瑰花语、盛世之花有机结合，逐步形成爱情节日送玫瑰、健康祝福送玫瑰、庆典祝贺送玫瑰等新风尚，推动玫瑰产业发展。加大观赏玫瑰旅游产品的研发销售力度，打造“平阴礼物”品牌。延长旅游、观赏、购物等与玫瑰相关的文化旅游产业链条，全方位展现“满城国色天香”的文化景象。

三、开展玫瑰创客服务

支持创新工场、创客空间、星创空间、社会实验室等新型众创空间发展，建设在国内外享有较高知名度的玫瑰产业人才集训基地。加强玫瑰产业人才培育，重点培育玫瑰高效种植技术人员、加工技术人员、电商直播人员、营销运营人员等各类专业人员，提升玫瑰产业从业人员素质。

第八节 实施“农业+”模式，谱写乡村振兴新篇章

一、推动国家级玫瑰产业项目建设

统筹整合现有的玫瑰产业，发挥龙头示范效应和产业聚集效应，通过建设“种植示范区”巩固提升一产，建设“加工利用区”做大做强二产，建设“生态休闲体验区”加快发展三产，推动建设集资源培育、加工利用、科技研发、展览展示、贸易流通、生态休闲为一体现代农业产业园、数字农业建设试点、特色农产品生产基地、中国特色农产品优势区等一批国家级项目。

二、打造平阴爱情海玫瑰文化博览园

以婚庆甜蜜产业为主题，科技、生态、时尚、互动体验的建设理念，打造集花艺观赏、科普观光、休闲娱乐、文化传承等多功能为一体，融爱情文化、婚纱摄影、婚礼婚庆、为主题的“爱情圣地”，形成“爱情海”式的玫瑰特色景区。园区致力于为青年情侣、中年爱侣、老年伴侣们提供关于爱情的全方位服务，定期举办相亲大会、爱情主题摄影展、爱情主题情侣拓展等各种主题活动，以及“私人定制”婚庆所需的求婚策划、婚纱摄影、婚礼婚庆、蜜月婚房、爱情纪念等相关服务。

三、推进休闲农业和乡村旅游精品工程项目

依托IP形象“平小茵”、玫瑰花香田园综合体、阿胶文化旅游风景区、玫瑰湖国家湿地公园等旅游景点串联成线，加强“玫瑰之乡”的文艺作品创作，积极拓展文化旅游与生态、演艺、红色、研学等元素的融合空间，不断丰富旅游资源的玫瑰文化内涵，有针对性地为中外游客量身定制文化演出、讲书、游学体验、玫瑰展览等活动，形成以“平阴

玫瑰”为主题的精品文化休闲旅游路线，打造特色突出、主题鲜明的休闲农业和乡村旅游精品，积极申报休闲农业和乡村旅游精品工程项目。

四、推进田园综合体建设

以华玫公司为主体投资，推动“花养花小镇”二期建设，项目位于陶庄村，占地1120亩，其中山林山地面积540亩，土地面积580亩；发展“工业+农业+文旅”，带动周边村庄共同发展。推进“玫瑰花乡”田园综合体二期建设，以芳蕾公司为主体投资建设，项目位于北石峡、罗寨村，占地1000亩，打造以玫瑰文化产业旅游为主导的集玫瑰种植、加工、研发、电商、婚庆、休闲、康养、展销等于一体的玫瑰全产业链，建成集“种养加、吃住行、娱购游、教研颐”为一体的大型玫瑰产业示范园。打造“玉带玫香”齐鲁样板示范区，充分利用中央省市财政资金，以南石峡、北石峡、东塘村、西塘村、彭庄5个村落为中心，建设面积为1.2万亩，以“连路、串水、开花、靓村、兴业”为路径，规划统筹，整合资源，体系构建，全力打造具有玫瑰烙印的“玉带玫香”乡村振兴齐鲁样板示范区。

五、规划“双环”路网交通体系

“内环”为交通型环路，接玫瑰产业集聚区、玫瑰小镇片区及玫瑰镇行政服务区的环路。“外环”为游览型环路，主要连接翠屏山、玫瑰谷、滨河种植区等观光游览区。完善地下基础设施体系。统筹部署给水、排污、供热、电力、燃气、通信和消防等设施。在城市建设上，增加玫瑰元素，打造一批独具特色的玫瑰大道、玫瑰广场、玫瑰公园等，增加

玫瑰视听体验，充分展现玫乡风采，感受玫瑰气息。推进城市绿道、骑行专线、登山步道、慢行系统、交通驿站等旅游休闲设施建设，打造主题旅游线路。

第九节 发展会展经济，助力玫瑰精品品牌打造

一、举办中国（平阴）玫瑰产品博览会

以“荷谐玫好筑新城，药食同源享健康”的思路，积极举办中国（平阴）玫瑰产品博览会，展览展示玫瑰节庆礼花、玫瑰深加工食用药用饮用健康产品、玫瑰原料美容护肤日用品、针织玫瑰绣品及各种载体的玫瑰雕刻、瓷器工艺美术礼品、玫瑰香道文化演绎、全球牡丹产业经贸合作等，推进平阴玫瑰品牌经营，提高品牌知名度。

二、建设玫瑰博览会国际会展中心

筹办世界玫瑰大会，提高展会规格、提升办会水平，吸引更多国际有影响力的知名企业参展，真正做到“办好一次会，搞活一座城”，促进玫瑰产业交流发展。定期召开玫瑰学术高峰论坛或学术年会，交流玫瑰行业最新动态，传授学术知识，研讨玫瑰新产品，探讨行业发展方向。积极争取上级政策、资金扶持，建设博览会会展中心、世界玫瑰博物馆，举办年货节、美食文化节、产业论坛等活动，使平阴玫瑰产品走向世界。

三、举办世界玫瑰小姐大赛

充分利用中国（平阴）玫瑰产品博览会和平阴玫瑰文化旅游节等平台，遴选全国玫瑰主要生产、加工、流通、消费地区的美丽、健康行业

知名专家、知名企业家、创业导师、投资人或专业投资机构等，举办世界玫瑰小姐大赛，通过玫瑰形象代言人讲好玫瑰故事，推介玫瑰新产品，提高平阴玫瑰产品的知名度、影响力和市场占有率。

四、举办世界玫瑰“赛花会”

积极引入“国际创新玫瑰大赛”“世界月季洲际大会”“世界花艺大赛”“世界月季大会”等国际国内高水平赛事活动，建成与平阴城市气质相符的自主品牌赛事体系，打造扩大自主品牌系列赛事的队伍和能量，充分挖掘商业价值与赛事影响力，推动“中国玫瑰之都”高质量发展。举办玫瑰科技创新和商业模式创新等玫瑰产业类评选活动，以及玫瑰主题美术、摄影和文化创意设计等文化艺术类评选活动。做好玫瑰历史文化、玫瑰科普和玫瑰人物等专题宣传；在公共设施、公共交通工具和公共电子显示屏等广泛宣传玫瑰文化。在机场、高铁站和高速路口等设置玫瑰雕塑、玫瑰书画并建设微型玫瑰园，在道路两侧、中心绿地和公园小区等增加玫瑰种植面积，擦亮“中国玫瑰之都”品牌。

第八章 空间布局

第一节 空间布局原则

优化整合。在地域和功能上对现有产业园进行优化整合，撤并产业趋同、规模较小、发展缓慢的产业园，努力为城镇化发展腾出空间，缓解工业围城。强化产业园的主体功能，实现园区与园区的协调互补发展。

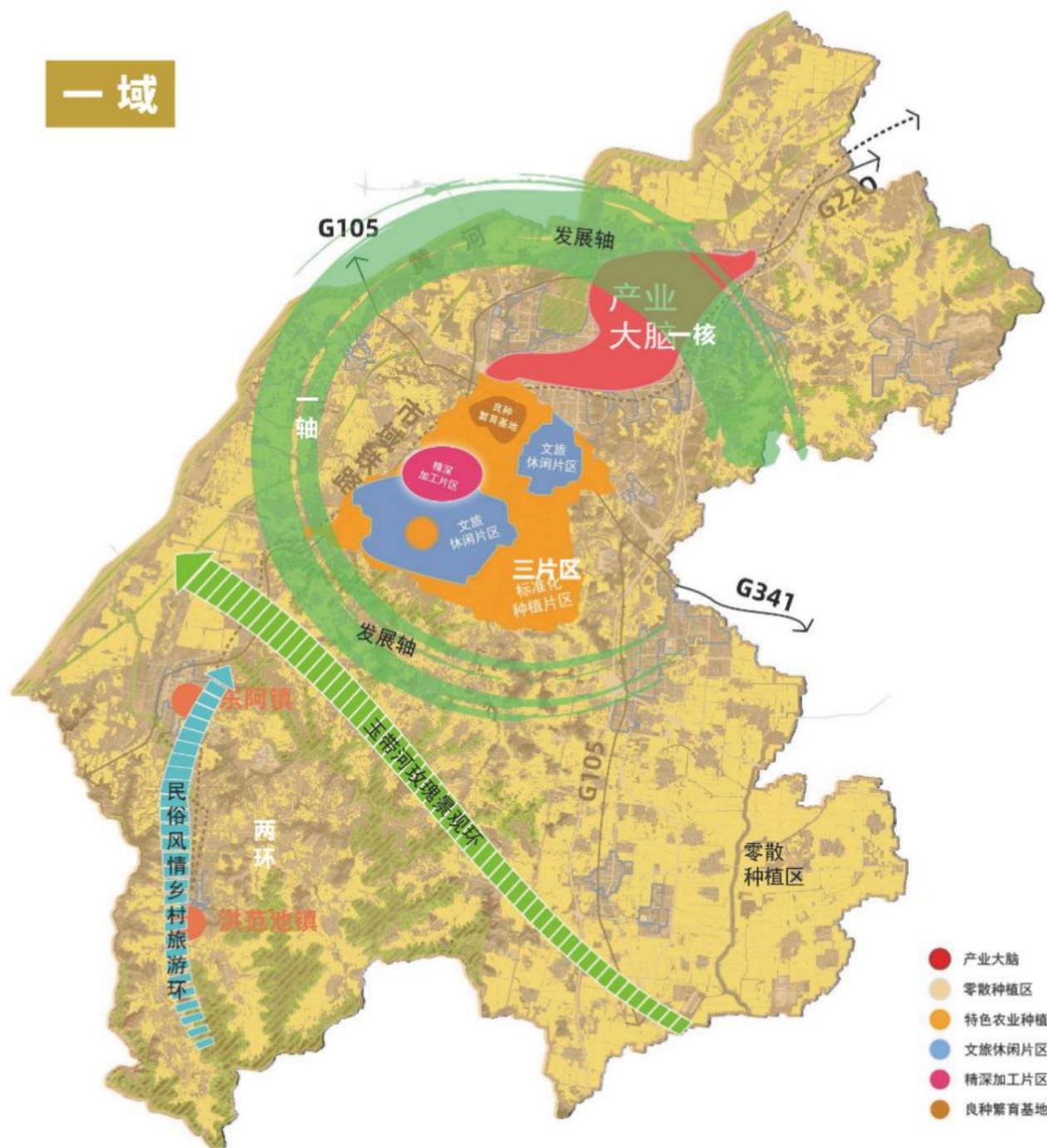
集群发展。通过产业园合理布局，构建以产业园区为载体的产业聚集平台，推动形成特色鲜明、具有较强竞争实力的产业集群和产业配套体系，延长产业链条，发挥产业的集聚和辐射效应，实现产业集约化发展。

绿色发展。用绿色、低碳引导园区发展，努力推进低碳生产、节约生产、环保生产，强化园区内企业“节能、低碳、减排、降污”意识，提高产业发展效率。优化高污染风险企业的空间布局，坚决治理或关停违规企业。

循环发展。推动企业发展循环产业链条，鼓励企业开展多种形式的联合协作循环发展，引导园内企业采用低投入、高产出、低污染、可循环的发展模式，提高企业之间的资源、能源、废弃物的循环利用水平。

第二节 产业空间布局

根据现有产业基础和发展潜力，集聚优势资源，突出产品特色，以打造玫瑰“产业大脑”为重点，进一步优化玫瑰产业布局，形成“一域、一核、一轴、两环、三片区”的产业空间布局。



一域：

即平阴全域，纵向健全完善玫瑰产业链条，横向挖掘玫瑰文化，加速三产融合，培育新产业新业态。

一核：

玫瑰产业大脑，布局玫瑰研发、检测、总部经济、交易展示以及金融服务等业态，为玫瑰产业发展赋能。

一轴：

主要发展轴线，串联几大功能区联动，带动玫瑰产业协调发展。

两环：

玉带河玫瑰景观环和民俗风情乡村旅游环，打造集生产生活生态于一体的玫瑰主题休闲观光和乡村旅游环。

三片区：

特色农业种植片区，分为良种繁育基地，以有机精华版玫瑰种植和种质资源库为主，种植示范区，以大规模的优质版玫瑰成品种植为主；精深加工片区，以高端产业园现有玫瑰生产企业为依托，延伸玫瑰精深加工产业链，提升产品质量和附加值；文旅休闲片区，位于翠屏山、圣母山区域，开展品牌创建、农事节庆、玫瑰花王比拼、体育比赛等活动。

图 8.1 平阴玫瑰产业发展布局图

第九章 规划实施保障措施

加强党对农业农村工作的全面领导，明确政府主体责任，凝聚全社会力量，加强在组织领导、政策保障、资金投入、金融服务、人才保障、品牌建设、风险防控、服务保障等方面保障力度，充分发挥规划引导作用，合理配置资源，营造全社会关心规划、参与实施和共同监督的良好氛围，确保本规划所确定的各项目标任务得以顺利实现。

一、组织保障

落实规划主体责任。成立以平阴县政府主要领导为组长，农业农村局、财政局、发改局、工信局、生态环境局、平阴特色产业发展中心等县直各部门主要负责人为成员的平阴玫瑰产业深化培育领导小组，负责玫瑰产业发展的全面规划、领导、政策制定和协调工作。领导小组下设办公室，设在平阴特色产业发展中心，负责落实有关配套政策，协调解决发展过程中的重大问题，落实总体规划、实施方案及监督考核等。

强化规划考核激励。将规划实施成效纳入平阴县党政领导班子和干部推进乡村振兴战略实绩考核的重要内容。实行项目化管理，滚动编制年度推进方案，明确重点任务，强化任务落实，推行绩效管理，深化绩效评定和结果运用。要加强工作督查，及时掌握工作推进、目标进展情况，发现问题、改进措施，确保实现预期的目标任务。通过多手段、多措施，促进玫瑰产业持续快速健康发展。

二、政策保障

积极争取补贴政策。积极争取国家、省、市在国家农业产业融合发

展示范园、优势特色产业集群、现代农业产业园、农业产业强镇、农业发展专项资金、生态补偿、农业保险、耕地地力保护补贴等方面的政策支持，抢抓市县委、县政府加大对玫瑰特色农业产业专项扶持的政策机遇，加大争取力度，确保各项政策可落地、能操作、有成效；积极争取省、市外贸发展专项资金，配套设立外贸发展专项资金，对参加境外展会、外贸品牌建设、境外商标注册、国际认证、国际专利申请等玫瑰行业企业予以资金支持。

加大政策扶持力度。加大对玫瑰龙头企业在项目立项、税收、信贷和贴息等方面的扶持力度，对涉及新型农业经营主体在信贷、保险等方面予以倾斜，有条件的地方要探索将玫瑰纳入政策性农业保险范围，鼓励保险机构开展玫瑰商业保险。加强对种植户实用技术培训，建立玫瑰技术推广人员定期轮训制度。

加强农村用地保障。落实农村土地相关政策，创新用地分类保障模式。健全农村产权流转交易平台，设立县乡村三级流转服务机构，探索飞地入股、土地托管等方式，引导农户规范开展土地流转，实现规模化发展、集中连片经营和土地变股份、土地变收益，激活沉睡分散的土地资源；调整存量土地资源，保证玫瑰产业发展的用地需求，按照农业生产、仓储物流、产品加工及水电路配套要求，加强对基础设施领域补短板项目的用地保障，优先解决龙头企业和农民合作社的建设用地需求。

三、资金保障

加大政府资金投入。整合财政资金，在现代农业产业园、农业产业

强镇、田园综合体、特色小镇等涉农项目的布局上向平阴玫瑰产业倾斜，通过整合涉农专项资金，推动平阴玫瑰产业集群建设。

撬动金融和社会资本投入。加强银行和企业的沟通联系，推动企业项目融资市场化。通过制定出台财政、税收、信贷等优惠政策，减少民间资本投资渠道、领域、方式等限制，吸引社会资本投资。

加大招商引资力度。持续优化投资环境，加快“放管服”改革，全面梳理整合和落实各类招商引资政策。

四、科技保障

建立健全产业科技创新体系。围绕培育玫瑰产业创新主体，依托省市高校、科研院所及产业龙头企业等载体，加快建立健全创新主体协同互动和创新要素高效配置的产业科技创新体系。

加快推动科技成果转移转化。加强专利导航引导产业创新发展，推动产业的专利协同运用，培育形成专利导航产业发展新模式。围绕产业全产业链的关键共性技术难题，加快科技成果转移转化，引进一批省内外高校及科研院所优秀科技成果，组织实施一批重点科技项目，提升农业特色科技研发水平。

推进大数据与产业深度融合。着力完善信息采集、价格分析与发布、产品追溯、市场交易等功能，提高玫瑰产业数字化、精准化和智能化水平。挖掘数据要素价值，通过数字基础设施投资建设实现数据采集，支撑玫瑰产业数字化，同时通过数据资源体系和生态资源体系促进数字产业化，发挥数据二次价值，助力玫瑰产业高质量发展。

打造高层次科技创新平台。充分发挥院士工作站、博士工作站、人才基地技术支撑作用，支持龙头企业联合高校、科研院所建立玫瑰产业技术研究院，扎实开展玫瑰产业农业基础与应用基础研究领域的技术开发和成果引进、转化，合理打造从土地开发、品种繁育生产、配套管理技术和产品标准、精深加工、废弃物循环利用等全产业链，深化产学研合作，实现源头创新重大突破，推动玫瑰产业高质量发展。

五、人才保障

加大技能培训力度。紧扣乡村人才需求，坚持“应培尽培”“愿培则培”“需培就培”，拓宽培养途径，加大培养力度，帮助农民开阔视野，增长见识，更新观念，提高其综合素质和经营管理水平、专业技术水平。

加强人才引进培育。在平阴现有玫瑰产业科技创新团队的基础上，由县农业农村局、平阴特色产业发展中心统一组织，加大与山东中医药大学、山东省农业科学院、山东农业大学等科研机构的合作力度，吸纳农业经济、财政、金融、政策、工程等相关领域专家，成立平阴玫瑰产业发展专家委员会，发挥专家专业技术优势，对平阴县玫瑰产业未来发展思路、重点、目标、布局和重点工程进行充分论证，更好地创造性地完成各项建设任务。

搭建创新创业平台。深入实施创新创业带头人培育行动，创建一批具有平阴特色的农村双创示范基地，积极组织参加技能评价、学历教育，设立专门面向农民的技能大赛，吸引城市各方面人才到农村创新创业，

参与乡村振兴和现代农业建设。

健全人才培养机制。强化人才服务乡村激励和约束。深入实施“百千万人才引进计划”，支持相关用人单位大力引进高端人才推进产业导师培训工作。持续加大农村人才培养力度，继续实施“五类人才”培育和农村综合改革人才培养。

六、品牌建设

完善品牌发展规划。结合平阴玫瑰产业特色和发展实际，制定玫瑰产业品牌建设规划和中长期品牌发展规划。由政府主导，确定特色产业发展中心抓品牌建设，培育壮大一个领军品牌，引导发展一批特色品牌，形成“众星捧月、常抓不懈”的品牌发展氛围。

强化全民品牌意识。突出“政府主导、部门主抓、企业主体、人人参与”的品牌战略意识，更加重视商标注册和专利保护，用品牌唱响企业，将企业做成品牌，更好发挥企业的品牌载体作用。同时，针对消费者的刚需打造和维护品牌。加强品牌文化底蕴挖掘和营销人才培养，利用央视、央网等融媒体大手笔宣传品牌，助推品牌咸宁建设。

提高品牌竞争力。以行业协会为依托，在区域公用品牌管理中做到统一行业监管、统一基地认证、统一生产标准、统一包装标识、统一品牌宣传。与央视、地方媒体、线上新媒体端及传媒公司建立合作关系，在重大节庆活动期间，线上投放推广信息，线下利用标志性建筑投放户外楼体广告等，进一步拓宽了流量平台，提升了平阴玫瑰的“在线度”和“活跃度”。

提升品牌价值传播。利用搜索引擎、大型门户网站、微博等网络媒体和报纸、杂志、广播电视等传统媒体，与山东省旅游宣传相结合，宣传平阴玫瑰品牌，推介平阴玫瑰产品，通过举办平阴玫瑰国际马拉松赛、中国（平阴）玫瑰产品博览会、赛花会等活动，锤炼和塑造平阴独具特色的城市精神和风范。

多渠道整合营销创新。以拓宽玫瑰产品网销上行渠道需求为重点，建立和完善电子商务支撑体系，完善线上分销渠道体系，积极争取举办玫瑰产业电商直播大赛，吸引优秀网红主播和玫瑰生产经营企业参与，培育壮大“网商”队伍，在淘宝、天猫、京东、拼多多、抖音、快手等主流电商平台建立全网营销渠道，将玫瑰产品体验融为一体，突出区域公共品牌和企业品牌产品，打通销售渠道。

七、风险防控

建立风险预警体系。加强产业发展风险防范意识，建立完善的风险预警体系。组织开展产业发展风险评估，将新型经营主体作为主要评估对象，系统评估产业发展面临的主要风险，督促新型经营主体制定风险防范和处置措施。把产业发展作为防止返贫动态监测的重要内容，对因自然灾害、病虫害、市场波动、产品滞销等出现产业发展困难的脱贫不稳定户、边缘易致贫户，及时采取有针对性的帮扶措施。

强化风险防控意识。做好市场预警，避免市场价格波动影响企业、合作社和农民收益。加强政策引导，完善政策措施，抓好政策落实，稳定经营主体。加强资金使用监管，防范产业资金风险。抓好绿色发展，

严防出现产品质量安全事故，严防环境污染。加强产业技术推广体系建设，壮大职业农民队伍，保障产业持续健康发展。

八、服务保障

持续推进“放管服”改革。深化行政审批制度改革，减少审批程序或审批改为备案、实行告知等方式。推行“一窗受理、集成服务”改革，全面实行“前台综合受理、后台分类审批、统一窗口出件”模式，提高登记审批效率，激发市场活力。深化商事制度改革，探索以承诺制为核心的极简审批，全面落实涉企行政审批事项“证照分离”改革，推进商事登记全程电子化和电子营业执照，建立普通注销登记制度和简易注销登记制度相互配套的市场主体退出制度。进一步优化营商环境，持续改善农业特色产业发展外部环境。

构建产业全链条可追溯体系。完善平阴玫瑰数字智慧追溯平台，强化全程监管，推动企业全程追溯码使用。建立“入企、入市”双重检测机制，定期对企业生产产品、市场销售产品及产品原料进行抽检，实行分批次留样检验制度，实现农产品智能化质量安全监管。以全产业链发展为基础，充分利用互联网、大数据技术实现全产业链信息化高效管理，将生产种植、加工分拣、仓储物流、市场销售等数据通过唯一编码将整个环节串联起来。通过二维码扫描，系统将生产管理系统的定植档案、投入品使用等数据展现给消费者，将生产者和消费者连接到一起，满足消费者知情权，并由消费者监督，促进了安全生产，带动了市场发展。

加强协会行业管理和服务能力。规范协会运行，引导、支持玫瑰产

业协会充分发挥管理、服务、监督、指导等作用，积极引导企业、团体参加主持或参与国际标准制定修订，申请建立相应的省级专业标准化技术委员会，对口全国专业标准化技术委员会，开展标准制定、标准化研究、标准实施推广服务等方面的技术工作

附件一：平阴玫瑰产业发展重点项目库

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
1	产业 服务 板块	玫瑰产业发展集团	以发展平阴玫瑰产业为核心目标，实现平阴玫瑰产业标准化、国际化、品牌化为宗旨，贯穿产业一二三产融合，打造辐射主要玫瑰产区、消费区，具有极强国际化和市场运营、资本运营能力的玫瑰专业集团公司。	产业大脑	百度	2023-2026	重点储备
2		平阴玫瑰科技服务平台	与平阴玫瑰产业研究院、山东中医药大学等科研院所合作，建立在生产一线（农村、企业）的集平阴玫瑰科技创新、示范推广和人才培养于一体的科技服务平台。	产业大脑	中国农业科学院、山东农科院、青岛农业大学	2026-2030	一般储备
3		组建玫瑰产业联盟	汇聚全县优势企业，引入研发机构、高校、投资等多领域资源，建立市场、政府、企业之间沟通的桥梁和纽带。		——		
4		搭建新农创服务平台	盘活土地资源，组建运营公司，探索搭建新农创服务平台发展模式。统一回收全县流转土地于运营公司，推动利用流转土地玫瑰种植不动产金融的REITs，在制度规范、权益属性、交易架构等多个方面实现创新和突破。	产业大脑	——	2023-2026	重点储备
5		产业综合服务平台	聚焦招商先导服务平台、企业管理运营服务平台、物业服务平台、政策服务平台、基金服务平台、生产服务平台、人才引进平台、创研服务平台，优化营商环境，延伸服务内容，促进企业优质、高效、和谐发展。	产业大脑	——	2023-2026	一般储备
6		玫瑰生产托管服务	引导采取“农资+服务”“农机+服务”“科技+服务”“互联网+服务”等方式，发展玫瑰生产托管服务，提供市场信息、农技推广、农资供应、统防统治、深松整地、玫瑰产品营销等社会化服务。	产业大脑	阿里云、京东农场、大疆创新、农信互联等	2023-2026	一般储备
7		移动小型玫瑰仓储保鲜冷链设施	移动式玫瑰贮藏保鲜、分级包装、冷链配送等小型设施，保证保鲜链完整无缝。	特色农业种植片区	北京辰丰众业、北京冷联制冷、上海腾农、江苏富澜德等	2026-2030	重点储备
8		医药店平阴玫瑰专卖柜台	在国大药房、同仁堂、一心堂、大参林、老百姓药房、桐君阁、益丰药房、海王星辰、华氏大药房、成大方圆等主要医药店开设平阴玫瑰专卖柜台。	平阴全域	国大药房、同仁堂、一心堂、大参林、老百姓药房	2023-2026	重点储备
9		渤海商品交易所玫瑰项目	在渤海商品交易所开设玫瑰交易。借助线上线下的整合和金融手段，通过玫瑰竞价权、挂牌指导价来规避价格风险，让玫瑰市场更加有序规范化发展。	渤海商品交易所	渤海交易所	2026-2030	重点储备
10		农业银行信贷资金支持项目	为玫瑰生产种植、加工设备农业智能装备应用示范设备技术提供信贷支持。	平阴全域	山东农行、山东农商行等	2023-2026	一般储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
11		直播电商培训项目	面向现有电商从业者、有意进行电商创业人士、返乡创业青年等群体，加强短视频入门基础、直播带货、短视频拍摄等直播电商的理论和实操知识培训和更新，培养村播网红，打造短视频直播新业态，努力拓宽平阴玫瑰系列产品的销售渠道。	产业大脑	抖音、拼多多、亚马逊卓越、广州华商、达内时代等	2023-2026	重点储备
12		开展玫瑰创客服务	支持创新工场、创客空间、星创空间、社会实验室等新型众创空间发展，建设在国内外享有较高知名度的玫瑰产业人才集训基地。		---	2026-2030	
13		玫瑰主题园林策划、设计、运维	提供现代休闲玫瑰观光园、玫瑰科技园、玫瑰主题嘉年华、玫瑰田园综合体、玫瑰主题公园、玫瑰主题园区等项目策划、规划、设计及工程建设、技术运营、玫瑰养护指导等服务。	平阴全域	芳蕾、华玫等	2026-2030	一般储备
14	完善体制机制板块	培育壮大联农带农主体	着力培育发展玫瑰龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、专业大户等农业经营主体。	平阴全域	---	2023-2026	重点储备
15		建立紧密利益联结机制	引导支持经营主体与农户通过订单生产、托养托管、产品代销、保护价收购等多种方式，建立利益联结机制。	平阴全域	---	2023-2026	重点储备
16		成立玫瑰特色产业领导发展领导小组	成立由县委县政府主要领导担任组长，相关单位为成员的“玫瑰特色产业领导发展领导小组”。	平阴全域	---	2023-2026	重点储备
17		强化业绩考核机制	建立严格的绩效自评机制，指标主要包括产业竞争力、要素利用、创新提升和环境保护等方面。	平阴全域	---	2023-2026	重点储备
18	种质资源板块	平阴玫瑰良种繁育中心	依托平阴县玫瑰研究所，建设玫瑰良种繁育中心，包括组培室、炼苗室、标准化育苗中心温室。建立300亩母本园、砧木园，为大田繁殖提供种苗。	良种繁育基地	---	2023-2026	在建项目
19		玫瑰种质资源库	调查和收集国内外的玫瑰种质资源，挖掘筛选优良品种，建立玫瑰种质资源鉴定评价体系。	良种繁育基地	---	2023-2030	在建项目
20	种植建设板块	标准化种植基地建设	建设10万亩玫瑰种植基地，其中玫瑰标准化示范区4万亩，玫瑰新品种更新区3万亩，有机肥示范区建设3万亩，富硒示范区建设1万亩。	种植示范区	---	2023-2026	在建项目
21		“道地药材”基地	以平阴玫瑰核心种植区为依托，打造2~3个品种优良、产量高、炮制考究、疗效突出，具有平阴玫瑰地域性特点的道地药材基地。	良种繁育基地	---	2023-2026	在建项目
22		大力推广机械装备	实现玫瑰机械化采摘，降低成本。政府出台扶持政策，扶持龙头企业与大学、科研机构合作，研发适合平阴玫瑰机械化采摘的装备。	特色农业种植片区	---	2023-2026	在建项目
23		全国玫瑰大数据云平台	推进云计算、大数据、移动互联等技术在玫瑰种植领域的应用，结合平阴现代农业产业园，搭建全国玫瑰大数据云平台。	产业大脑	---	2023-2026	在建项目
24		建立玫瑰鲜切花基地	基础条件较好的丘陵山区发展鲜切花基地，扩大鲜切花种植基地规模，打造鲜切花示范种植、出口基地。	其它种植区	芳蕾、华玫等	2023-2026	一般储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
25		国家全产业链融合发展示范区	山东芳蕾玫瑰集团有限公司承担，以田园综合体为载体向国家市场监管总局申报国家全产业链融合发展标准化示范区，已批复正在筹建。	其它种植区	芳蕾	2023-2026	重点储备
26		有机食用玫瑰种植基地	有机玫瑰是采用传统种植方法，遵循玫瑰的生长规律，在种植过程中不使用化肥和化学农药而栽培的玫瑰。采用统一育苗供种、统一技术管理、统一回收加工及销售，带动专合社和家庭农场分散种植经营。	种植示范区	北京素颜堂、上海起圣生物、倪氏国际、四川盛祥玫瑰等	2023-2030	重点储备
27		富硒玫瑰种植基地	在现有基础上，改良土壤、提高土壤含硒量、施用缓释富硒肥料，对玫瑰根部、花叶配制不同的富硒肥进行施肥，从而使人工种植出来的玫瑰富含人体所需的硒元素。同时，适当添加营养元素锌，提高玫瑰的营养成分，且符合现状人们的营养更高需求。	种植示范区	山东富硒帮、安徽硒维、青海浩宇、广州积德、金寨益农、德沃多	2023-2030	重点储备
28		玫瑰产业强镇	依托玫瑰镇，培育产业融合主体，创新利益联结机制，打造主导产业突出、一二三产业深度融合、创新创业活跃、产村产城一体的农业产业强镇，示范带动乡村产业转型升级。	玫瑰镇	大学、产业研究院等智库	2023-2030	重点储备
29		国家级现代玫瑰产业示范园区	建设集资源培育、加工利用、科技研发、展览展示、贸易流通、生态休闲为一体的玫瑰产业聚集区，把园区打造成为“产城融合、产城一体、产城互动”的发展样板	高端产业园	大学、产业研究院等智库	2023-2030	在建项目
30	三产融合板块	平阴玫瑰旅游康养研学基地	在现有田园综合体上，项目占地面积100亩，包含建设研学接待中心3000平方米，玫瑰种植50亩、其他经济花卉种植20亩。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2026-2030	一般储备
31		平阴玫瑰康养示范社区项目	平阴玫瑰产业社区，充分植入平阴玫瑰文化形象和代表性产品体验，打造立体体验玫瑰文化社区场景。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2026-2030	一般储备
32		平阴玫瑰泉水精品民宿集群	充分展示齐鲁地域特色文化，丰富民宿玫瑰文化内涵。鼓励农户和返乡人员开发利用自有房屋自主经营乡村民宿。大面积使用落地窗，将玫瑰花田等自然景观引入室内。	玉带河玫瑰景观环和民俗风情乡村旅游环	合作社	2026-2030	一般储备
33		玫瑰爱情庄园项目	以爱情为主题开展系列活动。提供旅居度假、推动婚庆、婚宴、婚纱摄影、打卡等服务。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2026-2030	一般储备
34		平阴玫瑰谷生态协同发展示范项目	通过集约化种植100亩平阴玫瑰，打造世界高端玫瑰精油主产区的现代农业产业园，以实现高附加值玫瑰精油及相关产品的开发利用，通过一二三产融合发展，打造玫瑰文化主题文旅园区，带动观光农业、智慧农业，数字农业，田园颐养、美丽乡村、一村一品、文化旅游。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2026-2030	重点储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
35		平阴玫瑰花海田园综合体完善项目	依托玉带河流域农业载体，以现有田园综合体为基础，以“黄河岸边·玫瑰花海”为主题，种植卡罗拉、白玫瑰、紫玫瑰、法兰西、戴安娜、雪山、玛利亚等观赏性玫瑰，建设集玫瑰种植、观光旅游、产品展销体验等于一体的农业综合体。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2023-2026	重点储备
36		温室玫瑰产业园项目	建设精品玫瑰主题园，集餐饮、客房、会议、洗浴、KTV、灯光广场、非遗、民俗展示体验等为一体的生态休闲度假中心，打造零季节度假中心、零距离绿色生活。	文旅休闲片区	华玫、芳蕾等	2023-2026	一般储备
37		乡村振兴百强示范县创建	持续推动乡村产业基础高级化、产业链现代化，培育高素质乡村人才队伍，推进农村生态产品价值转化。	平阴全域	农业农村局	2023-2026	重点储备
38	加工检测板块	循环经济产业园	加快推进农业废弃物综合利用项目建设，优化玫瑰废弃物集中收集场地布局，建立玫瑰废弃物无害化处理、资源化利用体系，研发食用菌栽培基质、有机肥等。	精深加工片区	——	2026-2030	一般储备
39		省级平阴玫瑰检验检测中心	对玫瑰系列产品进行质量监督、产品评价性检验，及时反馈质量信息；开展玫瑰系列产品的检测方法和检测新技术研发；做好相关人员的培训、咨询服务等内容。	产业大脑	——	2023-2026	在建项目
40		玫瑰花瓣自动揉搓加工项目	平阴玫瑰花瓣自动揉搓加工。	精深加工片区	浙江武义、日照盛华、安溪艺萌等	2023-2026	一般储备
41		真空冷冻干燥加工玫瑰项目	真空冷冻干燥加工玫瑰花，最大程度保留玫瑰有效成分。	精深加工片区	青岛聚创、北京松源、冠森生物	2023-2026	一般储备
42		平阴玫瑰干燥加工项目	更环保的空气能热泵机（烘干抽湿一体机）、真空低温干燥加工玫瑰。	精深加工片区	海尔、美的、日立、格力、中广欧特斯、广州恒星	2023-2026	一般储备
43		超临界超低温萃取平阴玫瑰项目	超低温超临界萃取平阴玫瑰精油、平阴玫瑰粉、平阴玫瑰纯露、平阴玫瑰原汁、玫瑰花酿、玫瑰果油等高级玫瑰深加工原料。	精深加工片区	上海成东科技、南通华安、无锡冠亚、美国应用分离等	2023-2026	一般储备
44		产品研发系列	建设平阴玫瑰产业研究院	进行精深加工及产品研发，鼓励企业与高校及科研院所合作研发高附加值的食品、药品、化妆品等。依托山东中医药大学，研发适用于药用临床、保健、康养类玫瑰新产品。	产业大脑	山东中医药大学、平阴玫瑰产业研究院	2023-2026
45	建设美妆产业园		打造集技术研发中心、孵化中心、检验检测认证中心、美妆学院、美妆博物馆、大师工作室、美妆制造、工业旅游等功能于一体的美妆产业园。	精深加工片区	上海东方美谷、广州白云美湾、湖州美妆小镇、北京未来美城	2023-2026	重点储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
46		平阴玫瑰面膜、护肤水项目	平阴玫瑰面膜、保湿精华生产线，及配电办公用房、仓储用房等。	精深加工片区	欧莱雅、资生堂、屈臣氏、佰草集、韩后、法兰琳卡	2023-2030	在建项目
47		玫瑰原料成品	将平阴玫瑰基于种植区域、种类等条件因素分析，针对青年人群，将玫瑰花冠花蕾产品划分为高、中、低端三个等级。	精深加工片区	现有企业	2023-2030	重点储备
48		平阴药食同源八宝玫瑰保健品/药酒等	开发有机玫瑰和富硒玫瑰种植规模，辅以大枣、陈皮、生姜、白术、山药、党参等名贵中药材，研制药食同源八宝玫瑰保健品等系列，突出扩大其抗衰老、美容养颜的功能，快速摆脱同质化，进行差异化市场竞争。	精深加工片区	平阴玫瑰产业研究院、现有企业	2023-2030	重点储备
49		平阴旅游纪念套餐	针对到平阴旅游人群，广泛和平阴旅游区域餐饮和酒店展开合作，在旅游路线关键位置做好平阴旅游纪念套餐和平阴玫瑰推介和展示，打造标志性的伴手礼以及食用套餐，体现挖掘平阴玫瑰的文化内涵，同时界定平阴标志性的特色美食和伴手礼，形成当地的拳头产品。	精深加工片区	旅游公司	2023-2030	重点储备
50		工艺品类	大力发展玫瑰不凋花、玫瑰雕塑和玫瑰手工刺绣等高端艺术品，打造满足客户个性化需求的玫瑰手工艺品。	精深加工片区	山东中新文创、壹心文化创意	2023-2030	一般储备
51		平阴玫瑰精油微胶囊	生产微胶囊玫瑰精油，与烟草合作在高档烟草中应用、推广。	精深加工片区	武汉中科、华南农大等	2023-2030	一般储备
52		平阴玫瑰酱膏馅料中心项目	以平阴玫瑰酱膏为基础，开发多功能食品馅料及配料，提供仓储、检测认证、配送等服务。为食品企业提供平阴玫瑰馅料及相关配置馅料。在元宵节、端午节、中秋节、情人节、妇女节等联名宣传。	精深加工片区	潘祥记、老塘子、千柏山等；味多美、好利来	2023-2030	一般储备
53		日用化工品	玫瑰精油及含玫瑰油的调制油，洁面乳、手工皂等产品生产。配套厂房、仓库、公共等基础设施。	精深加工片区	嘉媚乐、芊茗草、百雀羚、仁和等	2023-2030	在建项目
54		平阴玫瑰养生花茶、养生食品	生产即食玫瑰花瓣、平阴玫瑰花茶、玫瑰组合花茶、富硒玫瑰茶、玫瑰礼盒花茶、平阴玫瑰阿胶、玫瑰精油凝胶糖果等。	精深加工片区	方家铺子、福东海、忆江南、青源堂、福茗源	2023-2030	在建项目
55		平阴玫瑰啤酒项目	与啤酒厂等联合，创新研发利用平阴玫瑰作为补充辅助原料制作保健营养啤酒。	精深加工片区	百威、喜力、科罗娜、青岛、燕京等	2023-2030	一般储备
56		平阴玫瑰药酒项目	以平阴玫瑰为主要药用原料，生产改善和治疗功能障碍的药酒。	精深加工片区	杜康、洋河、汾酒等	2023-2030	一般储备
57		重点龙头企业培育	重点培育山东华玫生物、芳蕾玫瑰、紫金玫瑰、平阴玫瑰开发公司、惠农玫瑰花精油公司等玫瑰产业龙头企业。国家级龙头企业力争达到3个，省级龙头企业达到10个，市级龙头企业达到15家。	产业大脑	——	2023-2030	在建项目
58		组建玫瑰产业区域招商合作	组建平阴玫瑰产业区域招商合作办公室，采取代理招商、协议招商、合作招商等方式，结合玫瑰产业集群的建设进度和种植计划，以及新产品、新技术的开	产业大脑	——	2023-2026	重点储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
		办公室	发与储备情况，在全国范围展开“大招商和招大商”工作。				
59	贸易 交易 板块	平阴玫瑰交易集散中心	全力打造集文旅推广、产品体验、实体交易、电商直播等功能于一体，高标准、高规格、高端化的国家级玫瑰系列产品物流集散地和交易所，逐步把平阴建设成为玫瑰产品品质、价格、品牌等核心信息的权威高地和主要集散地。	产业大脑	---	2023-2026	重点储备
60		电商公共服务中心	设文化历史展示区、电商发展长廊、展供销展厅、直播互动区、电商大数据展区、数字乡村运营中心、众创空间、直播孵化区、产品品控室等功能区，充分发挥地区电商公共服务中心枢纽作用，增强公共服务能力，凝聚电商产业发展合力。	产业大脑	---	2026-2030	一般储备
61		平阴玫瑰数字化“产地仓”	与阿里巴巴合作建立，平阴交通与物流发展有限公司为主体，降低电商成本，促进电商发展。	产业大脑	---	2023-2026	在建项目
62		玫瑰智能冷链物流中心	建设容量8000立方米的恒温库、冷冻库。建设智慧冷链物流平台，仓储中心、中央大厨房加工中心、配送中心、交易中心、商务中心。	精深加工片区	---	2023-2026	一般储备
63		品牌旗舰店建设	天猫商城、京东商城、拼多多等电商平台合作开设“平阴玫瑰旗舰店”。	平阴全域	---	2023-2026	重点储备
64		建设市场研发中心	开展玫瑰产品市场研究，重点研究玫瑰产品消费对象、消费习惯及消费分布区域和国内玫瑰产业发展情况等方面内容，开发不同档次、不同价位、不同包装规格的玫瑰产品，满足不同消费群体需求。	产业大脑	---	2023-2026	重点
65		实施“五统一”工程	统一行业监管、统一标准化基地认证、统一生产标准、统一包装标识、统一品牌宣传。	产业大脑	---	2023-2026	重点储备
66		平阴玫瑰区域公用品牌推广	“平阴玫瑰”区域公用品牌推介，集中办好国际玫瑰电商节和“一带一路”玫瑰产业合作论坛，叫响“让世界爱上平阴玫瑰”的口号。	产业大脑	---	2023-2026	重点储备
67		建立产品追溯系统	建立平阴玫瑰生产记录档案和产品质量跟踪制度，搭建好平阴玫瑰产品质量追溯平台，推动“防伪溯源”技术全覆盖。	产业大脑	---	2023-2026	在建项目
68		区域公用品牌指导中心	区域公用品牌战略规划、推广应用、宣传推介、媒体传播等工作，培育5个以上传统渠道转型电商的示范企业。	产业大脑	大学、研究院等智库型企业	2023-2026	重点储备
69	宣传 推广 板块	组建宣传中心	利用搜索引擎、门户网站、微博、抖音、快手、西瓜等新媒体和报纸、杂志、广播电视等传统媒体，与山东省旅游宣传相结合，宣传平阴玫瑰品牌，推介平阴玫瑰产品。	产业大脑	---	2023-2026	重点储备
70		亚洲小姐大赛	加强玫瑰产业主要参与方交流，拓宽玫瑰产业视野，更加积极融入玫瑰产业合作网络，构建更大范围更宽领域更深层次更高水平的玫瑰产业开放合作新格局。	产业大脑	---	2023-2030	重点储备

序号	类型	项目名称	建设内容	空间布局	依托企业/机构	时间	备注
71		中国（平阴）玫瑰产品博览会	定期召开玫瑰学术高峰论坛或学术年会，交流玫瑰行业最新动态，传授学术知识，研讨玫瑰新产品，探讨行业发展方向。	产业大脑	——	2023-2030	在建项目
72		举办玫瑰“赛花会”	举办玫瑰科技创新和商业模式创新等玫瑰产业类评选活动，以及玫瑰主题美术、摄影和文化创意设计等文化艺术类评选活动。	产业大脑	现有企业、种植大户	2023-2030	重点储备
73		平阴玫瑰博物馆	以玫瑰文化传承创新为重点，打造一批具有玫瑰文化特色的玫瑰艺术展演、玫瑰摄影、玫瑰诗词、玫瑰传说等文创作品。	产业大脑	山东中新文创、山东壹心文创	2023-2026	一般储备
74		玫瑰旅游公共信息服务平台	对玫瑰文化节期间全市旅游进行统一规划、科学管理，打造建设综合性玫瑰旅游公共信息服务平台，大力宣传推广玫瑰旅游产品。	产业大脑	旅游公司	2023-2026	重点储备
75	基础设施完善板块	“玫瑰花乡”田园综合体二期	以芳蕾公司为主体投资建设，占地1000亩，建成集“种养加、吃住行、娱购游、教研颐”为一体的大型玫瑰产业示范园。	特色农业种植片区	——	2023-2026	在建项目
76		“花养花小镇”二期	以华玫公司为主体投资建设，占地1120亩，发展“农业+文旅”，带动周边村庄共同发展。	特色农业种植片区	——	2023-2026	在建项目
77		“玉带玫香”齐鲁样板示范区	充分利用中央省市财政资金，以南石峡、北石峡，东塘村、西塘村等11个村落为中心，打造具有玫瑰烙印的“玉带玫香”乡村振兴齐鲁样板示范区。	玉带河玫瑰景观环和民俗风情乡村旅游环	——	2023-2026	在建项目
78		完善基础设施	道路建设有连接玫瑰产业集聚区、玫瑰小镇片区及玫瑰镇行政服务区的环路以及连接翠屏山、玫瑰谷、滨河种植区等观光游览区环路。	平阴全域	——	2023-2026	在建项目
79		休闲旅游设施	加大玫瑰大道、玫瑰广场、玫瑰公园建设。城市绿道、骑行专线、登山步道、慢行系统、交通驿站等旅游休闲设施建设。	平阴全域	——	2023-2026	在建项目