

2021年中国花卉产业分析报告- 市场深度分析与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国花卉产业分析报告-市场深度分析与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/532283532283.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

花卉的用途较多，最主要的作用为观赏、绿化，也有食用、药用、工业等作用。我国主要的花卉产品可分为六类，分别是观赏苗木、盆花（景）及庭院植物、鲜切花（枝、叶）、种苗及种球、草坪、苔藓地衣。目前中国花卉行业育种技术有待提升，培育鲜切花所用的种球、种苗通常来自海外，对外依赖程度高达90%。

2019年中国花卉用途分布 数据来源：公开资料整理

中国主要花卉产品分类

分类

示例

应用场景

观赏苗木

梅花、瑞香等

城市绿化、住宅绿化等

盆花（景）及庭院植物

大葱花、蝴蝶兰等

办公室装饰、家庭园艺等

鲜切花（枝、叶）

玫瑰、百合等

节日赠送、婚庆装饰等

种苗及种球

绣球、郁金香等种球

鲜切花培育等

草坪

早熟禾、四季常青等

绿化造景等

苔藓地衣

金发藓、葫芦藓等

盆花（景）设计等资料来源：公开资料整理

根据数据显示，观赏苗木是我国主要的花卉产品，市场占比约为46.8%，盆花（景）及庭院植物由于运输方便、可长期种植，市场规模增长迅速，占比达24.6%，鲜切花（枝、叶）占比为11.1%。

2019年中国花卉产品市场占比分布 数据来源：公开资料整理

现阶段，我国花卉行业整体市场集中度处于较低水平，CR10不超过10%，领先企业可分为三个梯队，具体来看：第一梯队是以森禾、锦苑花卉、英茂花卉、虹越花卉、丽都花卉

等为代表的花卉种植、销售企业，花卉产品种类丰富，拥有自主知识产权的优势花卉品种；第二梯队是以花加、花点时间、爱尚鲜花、Roseonly、野兽派等为代表的花卉电商企业，对线上营销、推广、销售方面的依赖程度较高，通过一系列活动树立较好的品牌形象，获得年轻消费者的认可；第三梯队是以东方园林、岭南股份、铁汉生态、棕榈园股份、蒙草生态等为代表的园林企业，花卉产品产值占比小。

中国花卉行业竞争格局 资料来源：公开资料整理

随着中国人均消费能力提升，在花卉观赏、园艺等方面的消费需求也不断增加。数据显示，2018年中国花卉市场成交额大幅上升，达到642.5亿元，同比增长41.7%，2019年进一步提高至750.84亿元，同比增长16.9%。

2014-2019年中国花卉市场成交额及增速 数据来源：国家统计局

花卉产品的销售渠道包括花卉市场、线下花店、路边花摊等传统线下渠道，以及花加、花点时间、爱尚鲜花等知名的花卉电商，另外淘宝、京东、拼多多等综合电商平台也积极布局线上花卉零售。据统计数据，消费者对于线下花店和花卉电商的依赖程度高，占比分别达到34.7%、33.6%。

2019年中国花卉销售渠道分布

数据来源：公开资料整理

花卉电商的崛起，推动花卉消费理念转变，消费频次逐渐增加，带动花卉行业市场规模提升。数据显示，2015年至2019年期间，中国花卉电商的市场规模迅速增长，年复合增速达37.1%，2019年市场规模达到362.2亿元。

2015-2019年中国花卉电商市场规模（按销售额计） 数据来源：公开资料整理

因而，随着《乡村绿化美化行动方案》等利好政策的颁布、花卉电商刺激终端消费提升、花卉企业加大产能和市场拓展步伐，中国花卉行业持续向好发展。数据显示，2019年，中国花卉行业市场规模为1600亿元，预计2020-2024年市场规模将以7.3%的速度保持增长，2023年有望突破2000亿元。

2015-2024年中国花卉行业市场规模（按销售额计） 数据来源：公开资料整理（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国花卉产业分析报告-市场深度分析与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国花卉行业发展概述

第一节 花卉行业发展情况概述

- 一、花卉行业相关定义
- 二、花卉行业基本情况介绍
- 三、花卉行业发展特点分析
- 四、花卉行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、花卉行业需求主体分析

第二节 中国花卉行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、花卉行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国花卉行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国花卉行业生命周期分析

- 一、花卉行业生命周期理论概述
- 二、花卉行业所属的生命周期分析

第四节 花卉行业经济指标分析

- 一、花卉行业的赢利性分析
- 二、花卉行业的经济周期分析
- 三、花卉行业附加值的提升空间分析

第五节 中国花卉行业进入壁垒分析

- 一、花卉行业资金壁垒分析
- 二、花卉行业技术壁垒分析
- 三、花卉行业人才壁垒分析
- 四、花卉行业品牌壁垒分析
- 五、花卉行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球花卉行业市场发展现状分析

第一节 全球花卉行业发展历程回顾

第二节 全球花卉行业市场区域分布情况

第三节 亚洲花卉行业地区市场分析

- 一、亚洲花卉行业市场现状分析
- 二、亚洲花卉行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲花卉行业市场前景分析

第四节 北美花卉行业地区市场分析

- 一、北美花卉行业市场现状分析
- 二、北美花卉行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美花卉行业市场前景分析

第五节 欧洲花卉行业地区市场分析

- 一、欧洲花卉行业市场现状分析
- 二、欧洲花卉行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲花卉行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界花卉行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球花卉行业市场规模预测

第三章 中国花卉产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品花卉总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国花卉行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国花卉产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国花卉行业运行情况

第一节 中国花卉行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国花卉行业市场规模分析

第三节 中国花卉行业供应情况分析

第四节 中国花卉行业需求情况分析

第五节 我国花卉行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国花卉行业供需平衡分析

第七节 中国花卉行业发展趋势分析

第五章 中国花卉所属行业运行数据监测

第一节 中国花卉所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国花卉所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国花卉所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国花卉市场格局分析

第一节 中国花卉行业竞争现状分析

- 一、中国花卉行业竞争情况分析
- 二、中国花卉行业主要品牌分析

第二节 中国花卉行业集中度分析

- 一、中国花卉行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国花卉行业市场集中度分析

第三节 中国花卉行业存在的问题

第四节 中国花卉行业解决问题的策略分析

第五节 中国花卉行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国花卉行业需求特点与动态分析

第一节 中国花卉行业消费市场动态情况

第二节 中国花卉行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 花卉行业成本结构分析

第四节 花卉行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国花卉行业价格现状分析

第六节 中国花卉行业平均价格走势预测

- 一、中国花卉行业价格影响因素
- 二、中国花卉行业平均价格走势预测
- 三、中国花卉行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国花卉行业区域市场现状分析

第一节 中国花卉行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区花卉市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区花卉市场规模分析
- 四、华东地区花卉市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区花卉市场规模分析
- 四、华中地区花卉市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区花卉市场规模分析
- 四、华南地区花卉市场规模预测

第九章 2017-2020年中国花卉行业竞争情况

第一节 中国花卉行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国花卉行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国花卉行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 花卉行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国花卉行业发展前景分析与预测

第一节 中国花卉行业未来发展前景分析

一、花卉行业国内投资环境分析

二、中国花卉行业市场机会分析

三、中国花卉行业投资增速预测

第二节 中国花卉行业未来发展趋势预测

第三节 中国花卉行业市场发展预测

一、中国花卉行业市场规模预测

二、中国花卉行业市场规模增速预测

三、中国花卉行业产值规模预测

四、中国花卉行业产值增速预测

五、中国花卉行业供需情况预测

第四节 中国花卉行业盈利走势预测

一、中国花卉行业毛利润同比增速预测

二、中国花卉行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国花卉行业投资风险与营销分析

第一节 花卉行业投资风险分析

一、花卉行业政策风险分析

二、花卉行业技术风险分析

三、花卉行业竞争风险分析

四、花卉行业其他风险分析

第二节 花卉行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国花卉行业发展战略及规划建议

第一节 中国花卉行业品牌战略分析

- 一、花卉企业品牌的重要性
- 二、花卉企业实施品牌战略的意义
- 三、花卉企业品牌的现状分析
- 四、花卉企业的品牌战略
- 五、花卉品牌战略管理的策略

第二节 中国花卉行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国花卉行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 花卉行业竞争力提升策略

- 一、花卉行业产品差异性策略
- 二、花卉行业个性化服务策略
- 三、花卉行业的促销宣传策略
- 四、花卉行业信息智能化策略
- 五、花卉行业品牌化建设策略
- 六、花卉行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国花卉行业发展策略及投资建议

第一节 中国花卉行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国花卉行业营销渠道策略

一、花卉行业渠道选择策略

二、花卉行业营销策略

第三节 中国花卉行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国花卉行业重点投资区域分析

二、中国花卉行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/532283532283.html>