

2020年中国鲜花电商市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

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《2020年中国鲜花电商市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》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/hulianwang/523815523815.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

2020年以来，鲜花电商平台的明星企业——“花点时间”可谓麻烦不断。先是在今年5月，花点时间曾因玫瑰花的质量问题在罗永浩直播间“翻车”，引发大量消费投诉，公司CEO不得不公开致歉并对用户追加赔偿。11月初又曝出“花点时间”的运营主体花意生活（北京）电子商务有限公司因巨额合同纠纷被北京市朝阳区人民法院列为被执行人；半个月后，花意生活又因“通过登记的住所或者经营场所无法联系”被北京市朝阳区市场监督管理局列入经营异常名录。一系列事件的发生，使得近两年分外落寞的鲜花电商以“负面新闻”再获关注。

在消费升级的影响和互联网技术的驱动下，鲜花产业搭载电商平台，曾成为颇受资本青睐的一个赛道，融资一轮赛一轮，2013-2017年间共获得超过10亿元的融资额。而近两年，整个行业便进入融资趋冷阶段，2019年仅有两笔投资，投资额不达0.4亿元。

2013-2019年我国鲜花电商行业投融资规模 数据来源：公开资料（TC）

从鲜花电商市场来看，在消费升级及互联网技术推动下，2016-2019年我国鲜花电商行业市场规模逐年增长，2019年市场规模增至535.1亿元，同比增长44%。

2016-2019年我国鲜花电商行业市场规模及增速情况 数据来源：公开资料

虽然我国鲜花电商行业发展迅猛，但仍面临一些亟需解决的行业痛点。对于鲜花电商而言，首先，鲜花品质与物流体验始终是消费者最直观的感受。由于鲜花易损坏且保鲜期较短，对企业的物流配送提出较高要求。而鲜花电商很难形成规模效应，无法如生鲜品类那样通过简单的分装和隔离实现统一配送，导致其物流成本相对更大。目前，主流鲜花平台前端都采用冷链运输，在“最后一公里”上，大部分平台都将物流配送外包给第三方，鲜少有平台采用自建物流配送系统。冷链、供应链的缺失，成为鲜花电商发展的真正痛点。

其次，行业同质化严重，导致消费者的惊喜体验欠佳。在欧美等发达国家，日常鲜花市场一般占到40%~60%，在我国，日常鲜花市场仅占比5%。为吸引用户，不少鲜花电商推出团购或买就送花瓶等促销活动，如“每周一次的惊喜”成了“包月鲜花”的一大卖点，成为各大鲜花电商平台上较为常见的营销模式，价格方面差异不大。此外，目前大部分鲜花电商采用产地直采的方式，极少有企业拥有自己的鲜花种植基地，而“包月鲜花”模式容易造成客户收到的鲜花品种单调重复，并且这种模式以低端的花为主打，稍微上档次的花种屈指可数。

最后，售后服务不完善，消费者维权难。在“七夕”、“西方情人节”等具有浪漫色彩的节日，是鲜花电商进入销售的高峰，然而，活动火爆的同时，鲜花枯萎、配送超时等问题接踵而至。如杭州本地知名鲜花电商“门客生活”出现关门闭店，导致大量预付消费的客户维权无门；如“花点时间”也曾因商品送错地址，遭到客户投诉却长时间未妥善处理等。鲜花电商平台投诉频频，鲜少有平台会在发展过程中考虑对其进行优化和改进，长期以往，导致用户消费热情及平台信任度降低。

面对未来愈发激烈的竞争态势，鲜花电商需改善并加强供应链管理、品控管理、团队建设，排除因低价竞争带来的不良影响，寻找正确的盈利模式，在此基础上逐渐建立起一条完

整的产业生态链，方能使行业持续发展。

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。《2020年中国鲜花电商市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》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年中国鲜花电商行业发展概述

第一节 鲜花电商行业发展情况概述

- 一、鲜花电商行业相关定义
- 二、鲜花电商行业基本情况介绍
- 三、鲜花电商行业发展特点分析

第二节 中国鲜花电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、鲜花电商行业产业链条分析
- 三、中国鲜花电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国鲜花电商行业生命周期分析

一、鲜花电商行业生命周期理论概述

二、鲜花电商行业所属的生命周期分析

第四节 鲜花电商行业经济指标分析

一、鲜花电商行业的赢利性分析

二、鲜花电商行业的经济周期分析

三、鲜花电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国鲜花电商行业进入壁垒分析

一、鲜花电商行业资金壁垒分析

二、鲜花电商行业技术壁垒分析

三、鲜花电商行业人才壁垒分析

四、鲜花电商行业品牌壁垒分析

五、鲜花电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球鲜花电商行业市场发展现状分析

第一节 全球鲜花电商行业发展历程回顾

第二节 全球鲜花电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲鲜花电商行业地区市场分析

一、亚洲鲜花电商行业市场现状分析

二、亚洲鲜花电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲鲜花电商行业市场前景分析

第四节 北美鲜花电商行业地区市场分析

一、北美鲜花电商行业市场现状分析

二、北美鲜花电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美鲜花电商行业市场前景分析

第五节 欧盟鲜花电商行业地区市场分析

一、欧盟鲜花电商行业市场现状分析

二、欧盟鲜花电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟鲜花电商行业市场前景分析

第六节 全球鲜花电商行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界鲜花电商行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球鲜花电商行业市场规模预测

第三章 中国鲜花电商产业发展环境分析

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、全社会消费品鲜花电商总额
- 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 中国鲜花电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国鲜花电商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 中国鲜花电商行业运行情况

第一节 中国鲜花电商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 中国鲜花电商行业市场规模分析

第三节 中国鲜花电商行业供应情况分析

第四节 中国鲜花电商行业需求情况分析

第五节 中国鲜花电商行业供需平衡分析

第六节 中国鲜花电商行业发展趋势分析

第五章 中国鲜花电商所属行业运行数据监测

第一节 中国鲜花电商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 中国鲜花电商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 中国鲜花电商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年中国鲜花电商市场格局分析

第一节 中国鲜花电商行业竞争现状分析

一、中国鲜花电商行业竞争情况分析

二、中国鲜花电商行业主要品牌分析

第二节 中国鲜花电商行业集中度分析

一、中国鲜花电商行业市场集中度分析

二、中国鲜花电商行业企业集中度分析

第三节 中国鲜花电商行业存在的问题

第四节 中国鲜花电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国鲜花电商行业竞争力分析

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年中国鲜花电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国鲜花电商行业消费市场动态情况

第二节 中国鲜花电商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 鲜花电商行业成本分析

第四节 鲜花电商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 中国鲜花电商行业价格现状分析

第六节 中国鲜花电商行业平均价格走势预测

- 一、中国鲜花电商行业价格影响因素
- 二、中国鲜花电商行业平均价格走势预测
- 三、中国鲜花电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国鲜花电商行业区域市场现状分析

第一节 中国鲜花电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区鲜花电商市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区鲜花电商市场规模分析
- 四、华东地区鲜花电商市场规模预测

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、华中地区鲜花电商市场规模分析
- 四、华中地区鲜花电商市场规模预测

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、华南地区鲜花电商市场规模分析
- 四、华南地区鲜花电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国鲜花电商行业竞争情况

第一节 中国鲜花电商行业竞争结构分析（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 中国鲜花电商行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国鲜花电商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 鲜花电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国鲜花电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国鲜花电商行业未来发展前景分析

- 一、鲜花电商行业国内投资环境分析
- 二、中国鲜花电商行业市场机会分析
- 三、中国鲜花电商行业投资增速预测

第二节 中国鲜花电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国鲜花电商行业市场发展预测

- 一、中国鲜花电商行业市场规模预测
- 二、中国鲜花电商行业市场规模增速预测
- 三、中国鲜花电商行业产值规模预测
- 四、中国鲜花电商行业产值增速预测
- 五、中国鲜花电商行业供需情况预测

第四节 中国鲜花电商行业盈利走势预测

- 一、中国鲜花电商行业毛利润同比增速预测
- 二、中国鲜花电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国鲜花电商行业投资风险与营销分析

第一节 鲜花电商行业投资风险分析

- 一、鲜花电商行业政策风险分析
- 二、鲜花电商行业技术风险分析
- 三、鲜花电商行业竞争风险分析
- 四、鲜花电商行业其他风险分析

第二节 鲜花电商行业企业经营发展分析及建议

- 一、鲜花电商行业经营模式
- 二、鲜花电商行业销售模式
- 三、鲜花电商行业创新方向

第三节 鲜花电商行业应对策略

- 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年中国鲜花电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国鲜花电商行业品牌战略分析

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

第二节 中国鲜花电商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 中国鲜花电商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

第十四章 2021-2026年中国鲜花电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国鲜花电商行业产品策略分析

- 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 中国鲜花电商行业定价策略分析

第三节 中国鲜花电商行业营销渠道策略

- 一、鲜花电商行业渠道选择策略
- 二、鲜花电商行业营销策略

第四节 中国鲜花电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国鲜花电商行业重点投资区域分析
- 二、中国鲜花电商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/hulianwang/523815523815.html>