

2018年中国花卉行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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《2018年中国花卉行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/yuanlinhuahui/354689354689.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

花卉是指以植物的花为主要劳动成果，或以观赏、美化、绿化、香化为主要用途的栽培植物，是农产品的一部分。根据花卉的最终用途和生产特点，将花卉分为切花(切叶)、盆栽植物、观赏苗木、食用与药用花卉、工业及其他用途花卉、草坪、种子用花卉、种球用花卉和种苗用花卉。

花卉产业是将花卉作为商品，进行研究、开发、生产、贮运、营销以及售后服务等一系列的活动。花卉产业是农业产业中的一个分支产业，有生产的相似也有其差别。花卉的培育、养护、管理、服务、生产、流通几个环节密切相关融为一体，因此在国民经济产业结构中，形成独立的产业体系。

花卉业是世界各国农业中唯一不受农产品配额限制的产业，近十多年来，世界花卉业以年平均25%的速度增长，远远超过世界经济发展的平均速度，被誉为“朝阳产业”和“黄金产业”，是世界上最具活力的产业之一。

花卉产业链是指花卉经济活动中的各产业依据前、后向的关联关系组成的产业链，这种产业链模式为：

花卉产品和生产技术研发 花卉技术、花卉肥料和花卉农药提供 花卉种植 花卉产品加工 花卉产品销售。

数据显示，2017年我国花卉种植面积约在138万公顷左右，其中观赏苗木占58%，标准化、精品化、大规格苗木、新优品种、特色高端工程用苗，依然是稀缺资源。

2013-2017年我国花卉种植面积情况 资料来源：公开资料整理

在全国花卉种植分布中，山东、江苏、浙江和河南稳居第一梯队。2017年，山东花卉种植面积为304万亩，占全国花卉种植面积的14.69%；江苏花卉种植面积为249.1万亩，占比为14.21；浙江和河南花卉种植面积分别是232.16万亩、194.34万亩，分别占全国花卉种植面积的11.22%、9.39%。四个省市的花卉种植面积合计约占全国一半比重，花卉种植地较为集中。

2017年全国花卉种植面积分布情况 资料来源：公开资料整理

从我国花卉行业的产业规模，进出口等方面可以看出，当前国内花卉市场的繁荣。各类鲜花电商也依靠鲜花进口来快速占据市场，相信不久后，市场将逐步进入白热化的竞争阶段。未来我国花卉行业将往以下几方面发展：

1、品种结构向高档化发展，价格日趋合理

我国消费者的眼光逐渐从“花卉价格”转向“花卉品类”，近年来大量引进并生产优新品种，鲜切花如非洲菊、鹤望兰等；盆花如凤梨类、一品红、安祖花等，品种逐渐高档化，花色则多样、淡雅。花卉市场的价格稳中有降，尤以香石竹、月季等大宗鲜切花产品的降幅较大（应视为合理性的降价），分别达30%和50%。

2、科技水平不断提高，科技种花深入人心

从农业的科技贡献率看，发达国家一般在80%以上，而我国低于50%，花卉业更是依靠科技进步的农业产业。我国在观赏植物的无土栽培、化学控制、生物技术、无毒种苗繁育工程等方面，都取得了一批新成果。

3、建立起全国性网络的流通体系

互联网、电商和物流的不断发展，使得国内的鲜花流通网络已初步形成。各省市都有大型的鲜花批发市场，地方性的花卉市场也不断涌现。借助着互联网的推力，未来将建立更加成熟的鲜花流通体系。

观研天下发布的《2018年中国花卉行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。（LP）

第1章：中国花卉行业发展综述

1.1 中国花卉行业发展概述

1.1.1 花卉行业发展三阶段分析

1.1.2 花卉行业发展特征分析

（1）行业集中度较低

（2）区域专业化

（3）季节性特征淡化

（4）经济地位一直稳固

1.1.3 花卉行业经营模式分析

1.2 花卉行业政策规划分析

1.2.1 花卉行业监管体制分析

1.2.2 花卉行业发展规划分析

1.3 花卉行业需求持续升温

1.3.1 中国城镇化建设需求分析

（1）中国城镇化建设现状分析

（2）中国城镇化建设目标分析

（3）城镇化建设与花卉需求分析

1.3.2 中国园林城市建设需求分析

（1）中国园林城市建设现状分析

（2）中国园林城市建设目标分析

（3）园林城市建设与花卉需求分析

1.3.3 中国居民花卉消费需求分析

（1）中国居民花卉消费现状分析

（2）中国居民花卉消费潜力分析

（3）居民消费趋势与花卉需求分析

1.3.4 中国休闲旅游发展需求分析

（1）中国休闲旅游发展现状分析

（2）中国休闲旅游发展趋势分析

（3）休闲旅游发展与花卉需求分析

第2章：国内外花卉行业发展状况分析

2.1 全球花卉产业发展状况分析

2.1.1 全球花卉产业发展概况

2.1.2 全球花卉产业发展格局

2.1.3 全球花卉产业发展趋势

- (1) 花卉生产现代化专业化步伐加快
- (2) 世界花卉产业全球转移趋势加强
- (3) 发达国家旺盛的需求刺激花卉产业快速发展
- (4) 全球花卉消费量持续大幅增长，消费市场仍以发达国家为主

2.2 中国花卉行业发展情况分析

2.2.1 花卉行业种植规模分析

2.2.2 花卉生产经营实体情况

2.2.3 花卉行业经营收入分析

2.2.4 花卉行业经营效益分析

2.3 中国花卉行业进出口市场分析

2.3.1 花卉行业进出口市场概况

2.3.2 花卉行业进口市场分析

- (1) 花卉行业整体进口情况
- (2) 花卉行业进口品种分析
- (3) 花卉行业进口来源分析
- (4) 花卉行业进口地区分析

2.3.3 花卉行业出口市场分析

- (1) 花卉行业整体出口情况
- (2) 花卉行业出口品种分析
- (3) 花卉行业出口来源分析
- (4) 花卉行业出口地区分析

2.3.4 花卉行业出口环境分析

- (1) 花卉行业出口贸易壁垒分析
- (2) 花卉企业出口市场SWOT分析
- (3) 花卉企业出口市场最新发展动向

第3章：中国花卉行业流通体系发展分析

3.1 中国花卉行业流通体系发展综述

3.1.1 花卉行业流通体系发展特点

3.1.2 花卉行业流通体系建设现状

3.2 中国花卉市场发展情况分析

3.2.1 花卉市场发展规模分析

3.2.2 花卉市场区域分布情况

3.2.3 花卉市场发展特点分析

3.2.4 花卉市场发展趋势分析

- (1) 花卉市场网络技术应用更趋广泛
- (2) 花卉市场现代交易模式进一步普及
- (3) 花卉市场物流体系渐趋完善

3.3 中国花卉市场营销渠道分析

3.3.1 花卉展览渠道营销模式分析

- (1) 国内外花卉展览状况分析

1) 国外花卉展览分析

2) 国内花卉展览分析

- (2) 国内花卉展览特点分析
- (3) 国内花卉展览发展趋势
- (4) 国内花卉展览经验借鉴

3.3.2 花卉专业市场渠道营销分析

- (1) 花卉专业市场建设状况分析
- (2) 主要花卉专业市场运行分析
- (3) 花卉专业市场营销成功要素

3.3.3 花卉零售商渠道营销分析

- (1) 花卉零售通路现状与问题
- (2) 花卉主要零售渠道分析

1) 专业花店渠道分析

2) 超级市场渠道分析

3) 农贸市场和街头摊贩

4) 团体花艺商渠道分析

5) 花卉租摆商分析

6) 园艺中心渠道分析

7) 旅游景区销售渠道分析

8) 邮递目录及网络订花

- (3) 花卉主要零售渠道比较分析
- (4) 花卉零售商流通渠道发展对策

3.4 中国大宗花卉交易市场模式分析

3.4.1 全球花卉现代交易模式概述

- (1) 荷兰花卉现代交易模式
- (2) 美国花卉现代交易模式
- (3) 台湾花卉现代交易模式
- (4) 哥伦比亚花卉现代交易模式

3.4.2 中国花卉现代交易模式概述

3.4.3 中国花卉拍卖交易模式分析

- (1) 花卉拍卖概念及特征
- (2) 花卉拍卖规则与流程
- (3) 花卉拍卖的优势分析
- (4) 重点花卉拍卖市场现状
- (5) 花卉拍卖成败因素分析

3.4.4 太湖花都花卉交易模式分析

3.4.5 花卉电子商务交易模式分析

3.5 中国花卉现代物流配送网络

3.5.1 全球花卉现代物流配送建设情况

- (1) 荷兰花卉现代物流配送建设情况
- (2) 美国花卉现代物流配送建设情况
- (3) 日本花卉现代物流配送建设情况
- (4) 全球花卉现代物流配送经验借鉴

3.5.2 中国花卉现代物流配送建设情况

- (1) 中国花卉现代物流配送建设现状
- (2) 中国花卉现代物流配送建设环境
- (3) 中国花卉现代物流配送建设方向

3.5.3 中国花卉配送冷链物流建设情况

- (1) 花卉配送冷链物流发展现状分析
- (2) 花卉配送冷链物流发展趋势分析

3.5.4 中国花卉集散市场发展情况分析

- (1) 花卉集散市场建设现状
- (2) 花卉集散市场配送规模

3.5.5 中国花卉物流公司发展情况分析

- (1) 花卉专业物流公司发展情况
- (2) 花卉专业物流公司配送规模
- (3) 花卉专业物流公司配送效益

第4章：中国花卉行业电子商务发展分析

4.1 中国花卉行业电子商务发展可行性分析

4.1.1 花卉行业电子商务发展可行性分析

(1) 便捷性

(2) 开放性

(3) 稳定性

4.1.2 花卉行业电子商务发展制约因素分析

4.1.3 花卉行业电子商务发展现状分析

4.2 中国花卉行业B2B发展模式分析

4.2.1 花卉行业B2B模式概述

4.2.2 花卉行业B2B模式发展现状

4.2.3 花卉行业B2B模式案例分析

4.2.4 花卉行业B2B模式发展趋势

4.3 中国花卉行业B2C发展模式分析

4.3.1 花卉行业B2C模式概述

4.3.2 花卉行业B2C模式发展现状

4.3.3 花卉行业B2C模式案例分析

(1) roseonly B2C模式分析

(2) 野兽派B2C模式分析

4.3.4 花卉行业B2C模式发展趋势

4.4 中国花卉行业O2O发展模式分析

4.4.1 花卉行业O2O模式概述

4.4.2 花卉行业O2O模式发展现状

4.4.3 花卉行业O2O模式案例分析

4.4.4 花卉行业O2O模式发展趋势

4.5 中国花卉行业电子商务发展趋势

4.5.1 花卉行业电子商务发展主要问题

(1) 电子商务观念意识不强

(2) 电子商务发展地域性特征明显

(3) 信息流渠道狭小

(4) 企业内部信息化制约

4.5.2 花卉行业电子商务发展策略分析

(1) 利用成熟的电商平台开展营销

(2) 与外商合作开展花卉网络营销

(3) 强化物流体系建设

4.5.3 花卉行业电子商务发展趋势分析

(1) 手机移动终端平台

(2) C2B模式

第5章：中国花卉行业细分产品市场分析

5.1 花卉行业细分产品市场综述

5.1.1 花卉行业细分产品种植结构分析

5.1.2 花卉行业细分产品需求结构分析

5.2 鲜切花类花卉市场分析

5.2.1 鲜切花类花卉市场概况

5.2.2 鲜切花类花卉种植面积

5.2.3 鲜切花类花卉市场需求

(1) 鲜切花类花卉需求领域

(2) 鲜切花类花卉需求规模

(3) 鲜切花类花卉需求结构

5.2.4 鲜切花类花卉出口分析

5.2.5 鲜切花类花卉价格行情

5.2.6 鲜切花类花卉市场需求趋势

5.3 盆栽植物类花卉市场分析

5.3.1 盆栽植物类花卉市场概况

5.3.2 盆栽植物类花卉种植面积

5.3.3 盆栽植物类花卉市场需求分析

(1) 盆栽植物类花卉市场需求领域

(2) 盆栽植物类花卉市场需求规模

(3) 盆栽植物类花卉市场需求结构

5.3.4 盆栽植物类花卉出口市场分析

5.3.5 盆栽植物类花卉市场价格行情

5.3.6 盆栽植物类花卉市场需求趋势

5.4 观赏苗木市场分析

5.4.1 观赏苗木市场概况

5.4.2 观赏苗木种植面积

5.4.3 观赏苗木市场需求分析

(1) 观赏苗木需求领域

(2) 观赏苗木需求规模

5.4.4 观赏苗木出口市场分析

5.4.5 观赏苗木市场价格行情

5.4.6 观赏苗木市场需求趋势

5.5 食用药用、工业用花卉市场分析

5.5.1 食用药用、工业用花卉市场概况

5.5.2 食用药用、工业用花卉种植面积

5.5.3 食用药用、工业用花卉市场需求分析

5.5.4 食用药用、工业用花卉出口市场分析

5.5.5 食用药用、工业用花卉市场需求趋势

5.6 种苗用花卉市场分析

5.6.1 种苗用花卉市场概况

5.6.2 种苗用花卉种植面积

5.6.3 种苗用花卉市场需求分析

(1) 种苗用花卉需求领域

(2) 种苗用花卉需求规模

5.6.4 种苗用花卉出口市场分析

5.6.5 种苗用花卉市场需求趋势

第6章：中国重点省市花卉行业发展分析

6.1 花卉行业区域结构特征分析

6.1.1 花卉行业区域结构总体特征

(1) 区域种植面积分析

(2) 花卉市场区域分析

(3) 区域花卉企业分析

6.1.2 花卉行业区域集中度分析

6.1.3 花卉行业区域分布特点分析

6.2 云南花卉行业发展分析

6.2.1 云南花卉行业发展概况

(1) 云南花卉行业配套政策

(2) 云南花卉行业区域格局

(3) 云南花卉行业发展特色

(4) 云南花卉行业种植面积

6.2.2 云南花卉行业经营情况分析

(1) 云南花卉行业经营模式

(2) 云南花卉行业经营状况

(3) 云南花卉行业产值分析

- (4) 云南花卉行业出口分析
- 6.2.3 云南花卉行业科研成果
- 6.2.4 云南花卉细分市场发展分析
- 6.2.5 云南花卉行业重点地区市场
 - (1) 昆明花卉市场分析
 - (2) 玉溪花卉市场分析
 - (3) 大理花卉市场分析
- 6.2.6 云南花卉行业发展机遇与前景
 - (1) 花卉产业格局调整机遇
 - (2) 花卉市场发展带来的机遇
 - (3) 国家优惠政策支持机遇
- 6.3 四川花卉行业发展分析
- 6.3.1 四川花卉行业发展概况
 - (1) 四川花卉行业区域格局
 - (2) 四川花卉行业发展特点
 - (3) 四川花卉行业种植面积
- 6.3.2 四川花卉行业经营情况分析
 - (1) 四川花卉行业经营模式
 - (2) 四川花卉行业经营规模
 - (3) 四川花卉行业销售分析
- 6.3.3 四川花卉行业科研成果
- 6.3.4 四川花卉细分市场发展分析
 - (1) 四川鲜切花市场分析
 - (2) 四川盆花市场分析
 - (3) 四川苗木市场分析
- 6.3.5 四川花卉行业重点地区市场
 - (1) 攀西花卉市场分析
 - (2) 成都花卉市场分析
 - (3) 温江花卉市场分析
- 6.3.6 四川花卉行业发展机遇与前景
- 6.4 广东花卉行业发展分析
- 6.4.1 广东花卉行业发展概况
 - (1) 广东花卉行业区域格局
 - (2) 广东花卉行业发展特点
 - (3) 广东花卉行业种植面积

6.4.2 广东花卉行业经营情况分析

- (1) 广东花卉行业经营模式
- (2) 广东花卉行业经营状况
- (3) 广东花卉行业销售规模
- (4) 广东花卉行业出口规模

6.4.3 广东花卉行业科研成果

6.4.4 广东花卉细分市场发展分析

- (1) 广东盆栽植物类花卉市场分析
- (2) 广东观赏苗木市场分析
- (3) 广东鲜切花市场分析

6.4.5 广东花卉行业重点地区市场

- (1) 广州花卉市场分析
- (2) 湛江花卉市场分析
- (3) 东莞花卉市场分析

6.4.6 广东花卉行业发展机遇与前景

6.5 福建花卉行业发展分析

6.5.1 福建花卉行业发展概况

- (1) 福建花卉行业配套政策
- (2) 福建花卉行业区域格局
- (3) 福建花卉行业发展特点
- (4) 福建花卉行业种植面积

6.5.2 福建花卉行业经营情况分析

- (1) 福建花卉行业经营模式
- (2) 福建花卉行业经营状况
- (3) 福建花卉行业销售规模
- (4) 福建花卉行业出口规模

6.5.3 福建花卉行业科研进展

6.5.4 福建花卉细分市场发展分析

- (1) 福建鲜切花市场分析
- (2) 福建观赏苗木市场分析
- (3) 福建鲜盆花市场分析

6.5.5 福建花卉行业重点地区市场

- (1) 福州花卉市场分析
- (2) 漳州花卉市场分析
- (3) 泉州花卉市场分析

- (4) 南平花卉市场分析
- 6.5.6 福建花卉行业发展机遇与前景
- 6.6 浙江花卉行业发展分析
 - 6.6.1 浙江花卉行业发展概况
 - (1) 浙江花卉行业配套政策
 - (2) 浙江花卉行业区域格局
 - (3) 浙江花卉行业发展特点
 - (4) 浙江花卉行业种植面积
 - 6.6.2 浙江花卉行业经营情况分析
 - (1) 浙江花卉行业经营模式
 - (2) 浙江花卉行业经营规模
 - (3) 浙江花卉行业销售分析
 - (4) 浙江花卉行业出口分析
 - 6.6.3 浙江花卉行业科研成果
 - 6.6.4 浙江花卉细分市场发展分析
 - (1) 浙江苗木市场分析
 - (2) 浙江盆栽植物类花卉市场分析
 - (3) 浙江鲜切花市场分析
 - 6.6.5 浙江花卉行业重点地区市场
 - (1) 杭州花卉市场分析
 - (2) 绍兴花卉市场分析
 - (3) 宁波花卉市场分析
 - 6.6.6 浙江花卉行业发展机遇与前景
- 6.7 辽宁花卉行业发展分析
 - 6.7.1 辽宁花卉行业发展概况
 - (1) 辽宁花卉行业配套政策
 - (2) 辽宁花卉行业区域格局
 - (3) 辽宁花卉行业发展特点
 - (4) 辽宁花卉行业种植面积
 - 6.7.2 辽宁花卉行业经营情况分析
 - (1) 辽宁花卉行业经营模式
 - (2) 辽宁花卉行业经营规模
 - (3) 辽宁花卉行业销售及出口分析
 - 6.7.3 辽宁花卉行业科研进展
 - 6.7.4 辽宁花卉细分市场发展分析

(1) 辽宁鲜切花市场分析

(2) 辽宁种球市场分析

(3) 辽宁盆花市场分析

6.7.5 辽宁花卉行业重点地区市场

(1) 大连花卉市场分析

(2) 开原花卉市场分析

6.7.6 辽宁花卉行业发展机遇与前景

第7章：中国花卉行业领先企业分析

7.1 花卉行业企业总体状况分析

7.2 花卉行业领先企业个案分析

7.2.1 云南丽都花卉发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优势分析

7.2.2 云南英茂花卉产业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优势分析

7.2.3 玉溪明珠花卉股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优势分析

7.2.4 云南锦苑花卉产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

7.2.5 昆明虹之华园艺有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

7.2.6 夏溪花木市场控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业种植规模情况
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业销售渠道分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

7.2.7 成都三邑园艺绿化工程有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业种植规模情况
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业销售渠道分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

7.2.8 成都温江青春园林绿化有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优劣势分析

7.2.9 西昌天喜园艺有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优劣势分析

7.2.10 广州绿航农业科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优劣势分析

7.2.11 浙江森禾种业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优劣势分析

(8) 企业最新发展动向

7.2.12 浙江滕头园林股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业种植规模情况

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业销售渠道分析

(7) 企业竞争优势分析

7.2.13 浙江传化生物技术有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优势分析

7.2.14 福建连城兰花股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业种植规模情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业产品结构及研发动向

(7) 企业竞争优势分析

7.2.15 福州声春现代园艺有限公司经营情况分析

(1) 企业发展基本简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业销售渠道分析

(6) 企业竞争优势分析

第8章：中国花卉行业投融资与前景预测

8.1 花卉行业投融资风险分析

8.1.1 花卉行业政策风险

8.1.2 花卉行业市场风险

8.1.3 花卉行业技术风险

8.1.4 花卉行业供求风险

8.1.5 花卉行业汇率风险

8.1.6 花卉行业宏观经济波动风险

8.1.7 花卉行业其他投融资风险

8.2 花卉行业投融资分析

8.2.1 花卉行业投资分析

(1) 花卉行业投资规模

(2) 花卉行业投资前景

8.2.2 花卉行业融资分析

(1) 花卉行业融资渠道

(2) 花卉行业融资前景

8.2.3 花卉行业投融资建议

8.3 花卉行业前景分析

8.3.1 花卉行业发展趋势分析

8.3.2 花卉行业发展影响因素

(1) 行业发展有利因素

(2) 行业发展不利因素

8.3.3 花卉行业发展驱动因素

8.3.4 花卉行业发展前景预测

(1) 花卉总体市场前景预测

(2) 鲜切花类花卉市场前景预测

(3) 盆栽类花卉市场前景预测

(4) 观赏苗木市场前景预测

第9章：中国花卉行业发展机会与策略建议

9.1 花卉行业发展存在的问题分析

9.1.1 花卉产业发展存在的障碍

9.1.2 花卉产业产业链升级障碍

9.1.3 花卉产业模式的转型障碍

9.1.4 花卉行业物流体系建设障碍

9.2 花卉行业发展机会分析

9.2.1 内外资金进入状况综述

9.2.2 花卉行业高成长性分析

9.2.3 花卉行业资金流入结构

9.2.4 谨防游资炒作的负面效应

9.3 花卉行业授信机会分析

9.3.1 花卉行业融资渠道分析

9.3.2 花卉行业授信风险分析

- (1) 行业经营规模风险
- (2) 行业经营模式风险
- (3) 花卉苗木市场风险
- (4) 花卉苗木估值风险
- (5) 花卉苗木技术风险
- (6) 花卉种植人道德风险

9.3.3 花卉行业授信机会分析

9.3.4 花卉行业授信建议分析

9.4 花卉市场营销策略分析

9.4.1 投资建设市场准确定位策略

9.4.2 市场经营管理方式策略

9.4.3 市场设施与环境建设策略

9.4.4 产品种类定位策略

9.4.5 品牌塑造战略

9.4.6 营销渠道策略

9.4.7 促销策略

9.4.8 人员策略

第10章：中国花卉市场调研分析

10.1 居民消费特征分析

10.1.1 用于装饰占比大

10.1.2 绿植受居民偏爱

10.1.3 居民够买花卉频率不高

10.1.4 居民够买花卉费用不高

10.2 消费者分析

10.2.1 不同消费群体分析

10.2.2 消费者心理分析

10.3 建议与对策

10.3.1 产品组合方案

10.3.2 价格方案

10.3.3 渠道方案方案

10.3.4 促销方案方案

10.3.5 宣传策略方案

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/354689354689.html>