

2017-2022年中国鲜花行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国鲜花行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/308021.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

鲜花作为观赏性植物广泛应用于人们的日常生活中，鲜花市场主要分为以会议、酒店、婚庆为主的批发需求和以礼物、日常消费为主的零售需求。批发需求目前是线下花店的主要收入来源，以品质一般的 C、D、E 级鲜花为主，销量主要受经济环境及政策因素影响，发展比较稳定；零售需求目前主要是节假日的鲜花礼物，以高品质的 A、B 级鲜花为主，需求具有明显的节日效应，由于节假日鲜花供给和价格不稳定，导致零售收入波动较大，而日常的鲜花需求以及作为访友礼物的鲜花需求在国内尚未形成习惯，但有望成为带动鲜花需求的下一个增长点。

鲜花主要用途及消费现状

根据中国花卉网的数据显示，2003 年至 2013 年是我国鲜切花高速增长的黄金时期，年复合增速达 13.74%，销售量从 70 亿支上升至超过 200 亿支，这段时期会议、婚宴等批量采购是鲜花的主要需求，呈现高销量、低单价的特征。但 2012 年底中央出台《八项规定》后，会议用花大幅减少，对鲜花行业造成较大的冲击，鲜花行业整体增速放缓。近年来，随着人民生活水平的提高，对高品质生活追求的理念加深，个人鲜花需求逐渐增加。零售鲜花的特征是高品质、高附加值，据亿邦动力网的数据，A、B 级鲜花的零售单价约为低品质鲜花的 3-4 倍，鲜花行业这种需求结构的改善将在近几年内持续发酵，鲜花市场有望迎来价格驱动。目前 A、B 级鲜花约有 25 亿支的市场供给，占总供给 13%左右，2015 年鲜花零售端的销售额约为 405 亿元，假设鲜花零售端在未来几年保持 20%的增速，则2020 年有望达到千亿规模。

2002-2015 年我国鲜切花销售量（亿支）

我国鲜切花销售额（批发价）（亿元）

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。

报告目录：

第一章 2016年鲜花行业发展态势1

第一节 2016年我国鲜花市场发展状况1

一、2016年我国鲜花市场状况1

二、2016年浙江杭州鲜花市场4

三、2016年海口市鲜花市场5

四、2016年青州鲜花市场状况6

第二节 2016年我国鲜花消费状况8

一、2016年我国鲜花市场8

二、当前我国鲜花消费特点10

三、当前我国鲜花消费引导11

第二章 2016年我国鲜花行业进出口数据15

第一节 2016年我国鲜花出口15

一、2016年我国鲜花出口概述15

二、近两年我国鲜花出口情况16

第二节 我国鲜花行业进出口形势21

一、当前我国鲜花行业出口现状21

二、我国鲜花出口存在的问题23

三、我国鲜花行业发展的前景26

我国拥有淘宝、京东等优质的电商平台，零售电商消费生态良好，根据 Wind 的数据，互联网零售总额

占社会零售总额，即零售电商渗透率逐年提高，2016年8月，已达14.35%。

农产品电商是近几年新出现的行业，在良好的消费生态下，近两年保持 超过 100%的高速增长，2015 年鲜花、绿植、园艺总销售额已达近 50 亿元，但渗透率相对于电商零售总额仍处低位，鲜花电商渗透率约在 5%-6%左右，发展空间大。

近三年农产品电商销售额(亿元)

近六年零售电商渗透率（%）

我国鲜花市场销售规模预测（亿元）

第三节 提高我国鲜花行业出口的策略29

一、政府的扶持29

二、目标市场的确定29

三、出口的明确30

四、比较优势的发挥30

五、产品质量的把握30

六、信誉的重视度30

第三章 我国鲜花行业发展状况31

第一节 我国花卉零售业的展望与发展策略31

一、我国花卉零售业的展望31

二、我国花卉零售业的发展策略31

第二节 我国鲜花产业的优势33

一、种质资源优势33

二、气候资源优势34

三、劳动力资源优势34

四、市场优势34

五、花文化优势34

第三节 我国鲜花行业的发展对策35

一、重视发展规划35

二、建立完善的科技支撑体系35

三、强化质量标准体系建设35

四、优惠政策的制定35

五、优化花卉产品结构36

六、运用科技提高产业化水平36

七、健全合理完善的流通网络37

第四节 国外花卉零售业发展37

一、花卉零售业的产业地位37

二、国际社会对花卉零售业的共识37

第四章 鲜花行业重点企业竞争41

第一节 浙江森禾种业股份有限公司41

一、公司简介41

二、公司发展现状43

第二节 浙江新蓝天园林苗木科技有限公司44

一、公司简介44

二、公司产品45

第三节 南京中山园林建设（集团）有限公司46

一、企业概况46

二、企业竞争力47

第四节 华泰联花卉（昆明）有限公司48

一、企业概况48

二、公司市场整体背景49

第五章 我国花卉物流发展状况51

第一节 我国花卉物流行业的发展51

一、当前我国花卉物流发展状况51

二、我国花卉物流存在的问题52

三、我国花卉物流发展的建议53

第二节 花卉物流技术发展54

一、花卉贮运中的保鲜技术55

二、花卉物流的关键因素56

图表目录：

图表：2013-2016年各月出口金额16

图表：2016年分洲出口金额16

图表：2016年分国家（地区）出口情况（当月）17

图表：2016年分国家（地区）出口情况（累计）17

图表：2016年分贸易方式出口情况（当月）18

图表：2016年分贸易方式出口情况（累计）18

图表：2016年分地区出口情况（当月）19

图表：2016年分地区出口情况（累计）20

图表：2016年分企业性质出口情况（当月）20

图表：2016年分企业性质出口情况（累计）21

图表：2016年出口价格、物量指数21

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/308021.html>