

2018-2024年中国花卉市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国花卉市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告》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/330669.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

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。

中国是世界上花卉栽培面积最大的国家，有广阔的消费市场，但花卉行业却没有自己的品牌。中国花卉业要以品牌化求生存。近10多年来，世界花卉业以每年平均25%的速度增长，花卉市场发展前景广阔。但巨大的发展空间并没有给中国花农带来持续的财富，由于信息的不对称，花农总是无法摆脱好一年歹一年的怪圈。中国花卉行业要摆脱这种困境，除了是提高花卉品质上下功夫，缩小国内花卉与国外花卉的差距外，还要以品牌为导向，实现从卖产品到卖品牌的转变，让品牌溢价，增加产品的附加值。

当前花卉的发展，面临十分难得的发展机遇：一是城市化进程的加快带来的机遇，在相当长的时间内，花卉业将保持旺盛的需求。二是城市居民消费增长带来的机遇。随着人民生活水平的提高，花卉消费主体已由集团消费转向个人消费；同时，全国花卉消费额以年均10%以上的速度在递增，拥有13亿人口的中国无疑是一个潜力巨大的消费市场。三是国家实施西部大开发带来的机遇。四是我国进入国际市场带来的机遇。劳动密集型花卉生产由高成本的发达国家向低成本欠发达国家转移成为大势所趋。预计到2020年，我国花卉销售规模将超过1560亿元。

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 花卉行业相关概述

1.1 花卉行业定义及特点

1.1.1 花卉行业的定义

1.1.2 花卉行业产品/服务特点

1.2 花卉行业统计标准

1.2.1 花卉行业统计口径

1.2.2 花卉行业统计方法

1.2.3 花卉行业数据种类

1.2.4 花卉行业研究范围

1.3 花卉行业经营环境分析

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

第二章 花卉行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2017年中国花卉行业发展环境分析

3.1 花卉行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 花卉行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 花卉行业社会环境分析（S）

3.3.1 花卉产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 花卉行业技术环境分析（T）

3.4.1 花卉技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国花卉行业新技术研究

3.4.2 花卉技术发展水平

1、中国花卉行业技术水平所处阶段

2、与国外花卉行业的技术差距

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球花卉行业发展概述

4.1 2014-2017年全球花卉行业发展情况概述

4.1.1 全球花卉行业发展现状

4.1.2 全球花卉行业发展特征

4.1.3 全球花卉行业市场规模

4.2 2014-2017年全球主要地区花卉行业发展状况

4.2.1 欧洲花卉行业发展情况概述

4.2.2 美国花卉行业发展情况概述

4.2.3 日韩花卉行业发展情况概述

4.3 2018-2024年全球花卉行业发展前景预测

4.3.1 全球花卉行业市场规模预测

4.3.2 全球花卉行业发展前景分析

4.3.3 全球花卉行业发展趋势分析

4.4 全球花卉行业重点企业发展动态分析

第五章 中国花卉行业发展概述

5.1 中国花卉行业发展状况分析

5.1.1 中国花卉行业发展阶段

5.1.2 中国花卉行业发展总体概况

5.1.3 中国花卉行业发展特点分析

5.2 2014-2017年花卉行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国花卉行业市场规模

5.2.2 2014-2017年中国花卉行业发展分析

5.2.3 2014-2017年中国花卉企业发展分析

5.3 2018-2024年中国花卉行业面临的困境及对策

5.3.1 中国花卉行业面临的困境及对策

1、中国花卉行业面临困境

2、中国花卉行业对策探讨

5.3.2 中国花卉企业发展困境及策略分析

1、中国花卉企业面临的困境

2、中国花卉企业的对策探讨

5.3.3 国内花卉企业的出路分析

第六章 中国花卉行业市场运行分析

6.1 2014-2017年中国花卉行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2017年中国花卉行业产销情况分析

- 6.2.1 中国花卉行业工业总产值
- 6.2.2 中国花卉行业工业销售产值
- 6.2.3 中国花卉行业产销率
- 6.3 2014-2017年中国花卉行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国花卉行业供给分析
 - 6.3.2 中国花卉行业需求分析
 - 6.3.3 中国花卉行业供需平衡
- 6.4 2014-2017年中国花卉行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 不同花卉品种市场发展状况分析

- 7.1 中国花卉种苗种球发展状况
 - 7.1.1 山东东营种苗花卉发展状况
 - 7.1.2 云南三大切花种苗产销分析
 - 7.1.3 中国百合种球市场状况
- 7.2 中国盆花发展综述
 - 7.2.1 盆花概述
 - 7.2.2 中国盆花业发展状况
 - 7.2.3 中国盆花产业发展特点
 - 7.2.4 组合盆栽花卉备受关注
 - 7.2.5 盆花促销方式分析
 - 7.2.6 未来影响盆花产业发展的几个方面
 - 7.2.7 中国盆花产业发展趋势
- 7.3 中国切花发展分析
 - 7.3.1 切花概述
 - 7.3.2 草切花渐成花卉市场新热点
 - 7.3.3 中国鲜切花发展存在的问题及对策
 - 7.3.4 对鲜切花企业发展的建议

第八章 花卉进出口市场调研

- 8.1 中国花卉业进出口概述
 - 8.1.1 中国花卉进出口种类

- 8.1.2 中国花卉主要出口市场
- 8.1.3 杭州成中国花卉进出口示范基地试点
- 8.1.4 欧债危机下的中国花卉出口市场
- 8.2 2014-2017年中国花卉进出口概况
 - 8.2.1 2015年中国花卉进出口状况
 - 8.2.2 2016年中国花卉进出口状况
 - 8.2.3 2017年中国花卉进出口状况
- 8.3 中国花卉出口日本分析
 - 8.3.1 中国花卉对日出口潜力巨大
 - 8.3.2 中国花卉对日出口量减少
 - 8.3.3 中国花卉出口日本面临的问题
 - 8.3.4 中国花卉对日出口的措施
- 8.4 中国花卉出口存在的问题及对策
 - 8.4.1 中国花卉出口存在的主要问题
 - 8.4.2 对中国花卉出口的建议
 - 8.4.3 加强中国花卉行业出口能力的对策

第九章 中国花卉行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国花卉行业竞争格局分析
 - 9.1.1 花卉行业区域分布格局
 - 9.1.2 花卉行业企业规模格局
 - 9.1.3 花卉行业企业性质格局
- 9.2 中国花卉行业竞争五力分析
 - 9.2.1 花卉行业上游议价能力
 - 9.2.2 花卉行业下游议价能力
 - 9.2.3 花卉行业新进入者威胁
 - 9.2.4 花卉行业替代产品威胁
 - 9.2.5 花卉行业现有企业竞争
- 9.3 中国花卉行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 花卉行业优势分析（S）
 - 9.3.2 花卉行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 花卉行业机会分析（O）
 - 9.3.4 花卉行业威胁分析（T）
- 9.4 中国花卉行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国花卉行业竞争策略建议

第十章 中国花卉行业领先企业竞争力分析

10.1 云南丽都花卉产业发展有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 云南英茂花卉产业有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 玉溪明珠花卉股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 云南锦苑花卉产业股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 昆明虹之华园艺有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 夏溪花木市场控股有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 成都三邑园艺绿化工程有限责任公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 成都温江青春园林绿化有限责任公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 西昌天喜园艺有限责任公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 广州绿航农业科技有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国花卉行业发展趋势与前景分析

11.1 2018-2024年中国花卉市场发展前景

11.1.1 2018-2024年花卉市场发展潜力

11.1.2 2018-2024年花卉市场发展前景展望

11.1.3 2018-2024年花卉细分行业发展前景分析

11.2 2018-2024年中国花卉市场发展趋势预测

11.2.1 2018-2024年花卉行业发展趋势

11.2.2 2018-2024年花卉市场规模预测

11.2.3 2018-2024年花卉行业应用趋势预测

11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测

11.3 2018-2024年中国花卉行业供需预测

11.3.1 2018-2024年中国花卉行业供给预测

11.3.2 2018-2024年中国花卉行业需求预测

11.3.3 2018-2024年中国花卉供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势分析

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年中国花卉行业投资前景

12.1 花卉行业投资现状分析

12.1.1 花卉行业投资规模分析

12.1.2 花卉行业投资资金来源构成

12.1.3 花卉行业投资项目建设分析

12.1.4 花卉行业投资资金用途分析

12.1.5 花卉行业投资主体构成分析

12.2 花卉行业投资特性分析

- 12.2.1 花卉行业进入壁垒分析
- 12.2.2 花卉行业盈利模式分析
- 12.2.3 花卉行业盈利因素分析
- 12.3 花卉行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 花卉行业投资风险分析
 - 12.4.1 花卉行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 花卉行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 花卉行业投资潜力分析
 - 12.5.2 花卉行业最新投资动态
 - 12.5.3 花卉行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国花卉企业投资战略与客户策略分析

- 13.1 花卉企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 花卉企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
 - 13.2.4 可预期的战略定位
- 13.3 花卉企业战略规划策略分析
 - 13.3.1 战略综合规划
 - 13.3.2 技术开发战略
 - 13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 花卉中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：花卉行业特点

图表：花卉行业生命周期

图表：花卉行业产业链分析

图表：2014-2017年花卉行业市场规模分析

图表：2018-2024年花卉行业市场规模预测

图表：中国花卉行业盈利能力分析

图表：中国花卉行业运营能力分析

图表：中国花卉行业偿债能力分析

图表：中国花卉行业发展能力分析

图表：中国花卉行业经营效益分析

图表：2014-2017年花卉重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国花卉行业销售情况分析

图表：2014-2017年中国花卉行业利润情况分析

图表：2014-2017年中国花卉行业资产情况分析

图表：2014-2017年中国花卉竞争力分析

图表：2018-2024年中国花卉产能预测

图表：2018-2024年中国花卉消费量预测

图表：2018-2024年中国花卉市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国花卉发展趋势预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/330669.html>