

中国鲜花电商行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）

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《中国鲜花电商行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724756.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

鲜花电商主要是指通过互联网平台和现代冷链物流技术实现花卉产品线上销售和配送服务的行业。从业务模式维度来看，鲜花电商主要采用B2B、B2C和O2O等多样化商业模式。但目前电商模式各有利弊，未来各模式的融合发展是鲜花电商行业的发展趋势。

鲜花电商各类商业模式优缺点	商业模式	优点	缺点	B2B
---------------	------	----	----	-----

具有规模效应强，采购成本低的优点。	该模式涉及对上下游商家的匹配，需要整合产业链上游和中游的流通环节，信息服务成本较高			B2C
-------------------	---	--	--	-----

该模式线上直接面向消费者，取消线下网点，具有成本低，个性化服务强的优点。

具有商家资质难以确定，产品质量难以保证的缺点 O2O 该模式结合线上线下的服务，让消费者能在线浏览花艺图片、下单，同时享受线下实体店的体验和配送服务，具有获取信息更加便捷、试错成本更低、价格更透明的优点。

具有线下消费能力不足，商家资质审核不严格的缺点

资料来源：观研天下整理

产业链方面，鲜花电商行业市场行业产业链上游为鲜花种植商与供应商，提供优质鲜花原材料，保证鲜花供给充足;产业链中游为鲜花电商平台，依托互联网平台链接鲜花供应商和消费者;产业链下游为鲜花电商用户，线上购买鲜花，消费需求多样。

资料来源：观研天下整理

一、行业上游情况

自2018年以后，我国花卉种植面积趋于稳定。根据国家林业和草原局在第十届中国花博会新闻发布会上公布的数据，截至2023年年底，我国花卉种植面积达166.0万公顷。

数据来源：国家林业和草原局，观研天下整理

到目前我国已成为世界最大的花卉生产基地，花卉面积占世界花卉生产总面积的33%。但值得注意的是，现阶段我国花卉产业种植端呈现“小、散、杂”的特征，规模化种植主体不足，种植主体以个体花农为主，产业效率待提高。

二、行业中游情况

近年来随着电商行业的兴起及冷链物流行业的不断发展，花卉电商等线上渠道快速崛起。尤其是2020年受疫情影响，线下门店歇业，花卉生产和经销商纷纷开辟线上销售渠道，使得鲜花电商零售一路攀升。数据显示，2023年我国花卉电商零售市场规模达1179.3亿元，已占花卉零售市场规模的“半壁江山”（占比达到54.5%）。可见站在“互联网+”风口，鲜花产业蕴藏的商机不容小觑。

数据来源：中国花卉协会，观研天下整理

数据来源：中国花卉协会，观研天下整理

“互联网+鲜花”的普及推动了传统鲜花零售方式的改变。由于互联网行业的飞速发展，线上鲜花销售渠道逐步拓宽。在此背景下，各大电商平台纷纷布局，鲜花市场成为众多电商平台角逐的新战场。从而也使得鲜花电商市场的竞争逐渐激烈，各平台通过不同的品牌特色和营销策略来争夺市场份额。目前我国鲜花电商市场主要有爱上鲜花、花点时间、野兽派、EasyFlower、诺誓商业、FlowerPlus花加等品牌。

我国鲜花电商市场主要品牌对比情况

电商品牌	商业模式	品牌特色	配送
爱上鲜花	中低端标准化鲜花产品，O2O电商模式，开展2B、2C业务		
花点时间	走高性价比路线，切入生活装饰等场景，在上海地区提供月配与系配服务，可团购		
野兽派	2C业务采用基地直送的模式，O2O业务与线下花店签约，同城冷链配送	中高端标准化鲜花产品，B2C、O2O电商模式与线下门店结合	冷链速递配送
EasyFlower	中低端标准化鲜花产品，O2O电商模式日常花消费场景，通过微信端订购，只提供月配服务	中高端标准化鲜切花与永生花销售	
诺誓商业	基地直送模式	中高端标准化鲜切花与永生花销售	
FlowerPlus花加	故事营销，每周三推出故事并搭配鲜花，采用月配模式	中高端标准化鲜切花与永生花销售	

资料来源：公开资料整理，观研天下整理

三、行业下游情况

鲜花不仅是生活中的装饰品，更是消费者情感表达的载体，常用于各种场合以传递祝福和情感。2018-2023年中国礼物经济产业市场规模从8000亿元增至12998亿元，其中鲜花在亲友购买礼物中占比23.4%。可见鲜花作为主流的礼物类型，在未来具有广阔的市场前景。

近年随着人民消费水平提高，消费者愈加愿意在生活中增添鲜花这类提升生活品质的产品，对鲜花的消费需求变得更加常态化、高频化。鲜花不再仅作为礼品，也更多地被消费者为自己购买，体现了自我愉悦和女性消费力的提升。根据相关调研数据显示，超过四成受访消费者年均购买鲜花次数在3-5次；超过五成受访消费者次均鲜花消费金额在51-200元之间。另外云南昆明国际花卉拍卖交易中心的鲜切花，2023年成交量23.4亿枝，成交额25.65亿元，同比增长20%以上。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

得益于在鲜花电商行业中，消费者可以根据自己的喜好定制鲜花产品，推动个性化消费发展，满足人民日益增长的美好生活需要，利于鲜花电商规模扩大。近年随着物流的完善与人们消费习惯的转变，鲜花的主要购买渠道逐渐从线下转移到线上。根据相关调研数据显示，目前有四成以上的受访消费者选择在综合电商平台买花。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

与此同时，随着人均收入的提升以及鲜花创意包装的兴起，消费者更加看重鲜花的品质，鲜花消费向高端化、品质化方向转变。根据相关调研数据显示，受访消费者在购买鲜花时，主要关注新鲜程度、颜色、整体观感，分别占比为47.1%、37.4%、35.1%。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国鲜花电商行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、鲜花电商特点分析

三、鲜花电商行业基本情况介绍

四、鲜花电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、鲜花电商行业需求主体分析

第二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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲鲜花电商行业地区市场分析

一、欧洲鲜花电商行业市场现状分析

二、欧洲鲜花电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲鲜花电商行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界鲜花电商行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球鲜花电商行业市场规模预测

第三章 中国鲜花电商行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对鲜花电商行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对鲜花电商行业的影响分析

第五节中国鲜花电商行业产业社会环境分析

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

一、影响中国鲜花电商行业市场规模的因素

二、中国鲜花电商行业市场规模

三、中国鲜花电商行业市场规模解析

第三节中国鲜花电商行业供应情况分析

一、中国鲜花电商行业供应规模

二、中国鲜花电商行业供应特点

第四节中国鲜花电商行业需求情况分析

一、中国鲜花电商行业需求规模

二、中国鲜花电商行业需求特点

第五节中国鲜花电商行业供需平衡分析

第五章 中国鲜花电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国鲜花电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、鲜花电商行业产业链图解

第二节中国鲜花电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对鲜花电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对鲜花电商行业的影响分析

第三节我国鲜花电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国鲜花电商行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国鲜花电商行业市场集中度分析

第三节中国鲜花电商行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国鲜花电商行业模型分析

第一节中国鲜花电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国鲜花电商行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国鲜花电商行业SWOT分析结论

第三节中国鲜花电商行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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 鲜花电商行业成本结构分析

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、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、中国鲜花电商行业平均价格趋势分析
- 二、中国鲜花电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国鲜花电商行业所属行业运行数据监测

第一节 中国鲜花电商行业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 中国鲜花电商行业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 中国鲜花电商行业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

第十章 2019-2023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析

- 一、影响鲜花电商行业区域市场分布的因素
- 二、中国鲜花电商行业区域市场分布

第二节 中国华东地区鲜花电商行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区鲜花电商行业市场分析
 - (1) 华东地区鲜花电商行业市场规模
 - (2) 华东地区鲜花电商行业市场现状
 - (3) 华东地区鲜花电商行业市场规模预测

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、华中地区鲜花电商行业市场分析
 - (1) 华中地区鲜花电商行业市场规模
 - (2) 华中地区鲜花电商行业市场现状
 - (3) 华中地区鲜花电商行业市场规模预测

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、华南地区鲜花电商行业市场分析
 - (1) 华南地区鲜花电商行业市场规模
 - (2) 华南地区鲜花电商行业市场现状
 - (3) 华南地区鲜花电商行业市场规模预测

第五节 华北地区鲜花电商行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区鲜花电商行业市场分析
 - (1) 华北地区鲜花电商行业市场规模
 - (2) 华北地区鲜花电商行业市场现状

(3) 华北地区鲜花电商行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区鲜花电商行业市场分析

(1) 东北地区鲜花电商行业市场规模

(2) 东北地区鲜花电商行业市场现状

(3) 东北地区鲜花电商行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区鲜花电商行业市场分析

(1) 西南地区鲜花电商行业市场规模

(2) 西南地区鲜花电商行业市场现状

(3) 西南地区鲜花电商行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区鲜花电商行业市场分析

(1) 西北地区鲜花电商行业市场规模

(2) 西北地区鲜花电商行业市场现状

(3) 西北地区鲜花电商行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测

- 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

第十三章 2024-2031年中国鲜花电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节鲜花电商行业风险分析

- 一、鲜花电商行业宏观环境风险
- 二、鲜花电商行业技术风险
- 三、鲜花电商行业竞争风险

四、鲜花电商行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国鲜花电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国鲜花电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国鲜花电商行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节鲜花电商行业营销策略分析

一、鲜花电商行业产品策略

二、鲜花电商行业定价策略

三、鲜花电商行业渠道策略

四、鲜花电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724756.html>