

2020-2026年中国玫瑰花市 场深度分析与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国玫瑰花市场深度分析与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/178790.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

玫瑰，爱情之花，它不仅色彩丰富、艳丽超群，而且时刻散发着馥郁的浓香。玫瑰原产地是中国，在我国华北、东北、西北、华东、华南均有分布，是一种集美化、绿化、食用、药用于一身的蔷薇科木本植物，也是一种备受人们青睐的观赏植物。作为世界名花，玫瑰具有较高的观赏价值，更重要的是具有广泛的医药、工业、食品、日用化工等领域的实用价值，它既能供人观赏，又是珍贵的中药材，也是化工产品的香料来源和食品工业的重要添加原料，同时还是城乡绿化、山区绿化及水土保持用的重要花灌木。随着科技水平的提高，对玫瑰的深加工产品不断涌现。玫瑰的初级加工产品有干花蕾、干花瓣、干花、腌制品、糖玫瑰、玫瑰酱、玫瑰露，精加工产品有玫瑰浸膏、玫瑰精油等。玫瑰产品在餐饮业、化妆品行业、制药业等都得到广泛应用。目前玫瑰花市场的终端消费者主要为消费理念先进、消费水平中商的中青年群体，以男性为主，多数青睐于购买红玫瑰品种。由于受到来自厄瓜多尔等地的进口优质玫瑰的冲击，本土消费者加大对进口玫瑰的消费力度，国内的玫瑰花销售量和销售额一直处于寒冬状态。2016年中国玫瑰花的销售量达到57亿枝，同比上涨0.39%；销售额为27.93亿元，较上年下降0.58%。由此看来，拉动玫瑰花内需显得至关重要。2011-2017年中国玫瑰花销售量及增长走势 玫瑰花的批发价一般受天气状况及节日活动等因素影响，一般在西方情人节和传统七夕节前后因强劲的需求而快速上涨。历年的数据显示，中国玫瑰花批发价近些年来逐步走低并逐步趋于稳定，2016年的玫瑰花批发价与上年持平，均为0.49元/枝。国际玫瑰花市场竞争主要是价格竞争形式，我国优质玫瑰花产品较少，出口并不能占据太大优势。因此，市面上的玫瑰花价格也愈发亲民。2011-2017年中国内地玫瑰花批发价格走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国玫瑰花市场深度分析与投资前景评估报告》共十八章。首先介绍了中国玫瑰花行业市场发展环境、玫瑰花整体运行态势等，接着分析了中国玫瑰花行业市场运行的现状，然后介绍了玫瑰花市场竞争格局。随后，报告对玫瑰花做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国玫瑰花行业发展趋势与投资预测。您若想对玫瑰花产业有个系统的了解或者想投资中国玫瑰花行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 玫瑰花行业发展概况

第一节 玫瑰花产品概述

一、玫瑰花概述

二、玫瑰花价值

第二节 玫瑰花产品分类

一、玫瑰花分类

二、国内玫瑰品种

三、食用玫瑰

（一）品种

（二）药用功效

第三节 玫瑰花产品用途

第二章全球玫瑰花发展现状分析

第一节 全球玫瑰花发展分析

第二节 全球玫瑰花深加工发展分析

第三节 主要国家玫瑰花发展分析

一、保加利亚

二、土耳其

三、摩洛哥

第四节 全球玫瑰花发展趋势分析

第三章玫瑰花行业发展环境分析

第一节 2019年中国经济发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、全国居民收入增长分析

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 中国玫瑰花行业政策环境分析

一、行业相关政策分析

二、行业相关标准分析

第三节 中国玫瑰花行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展现状

第四章中国玫瑰花所属行业发展现状分析

第一节 中国玫瑰花所属行业发展现状分析

一、玫瑰花行业发展现状

二、玫瑰花产业发展格局

三、玫瑰花行业企业分析

第二节 中国玫瑰花种植面积分析

第三节 中国玫瑰花销售情况分析

第四节 中国玫瑰花行业产值规模目前，我国玫瑰花产业仍处于自发、零散种植状态，规模化、产业化程度还较低，有极大的发展空间。而欧洲几个玫瑰主产国因劳动力成本高，扩量增产受到制约。此外，玫瑰相关深加工产品深受国内外市场欢迎，产品供不应求，市场空间巨大。因此，在国内市场发展玫瑰种植、精加工项目显得大有可为。从市场需求来预测，未来十年内中国玫瑰产业前景将越来越广阔，经济效益将会更加显著，玫瑰产业规模也将保持稳定的增长趋势。2016年我国玫瑰行业的总产值约为83亿元，预计到2022年全国玫瑰花产业规模将有望达到105亿元。2017-2022年中国玫瑰花产业规模走势

第五节 中国玫瑰花市场均价分析

第六节 中国玫瑰花经济效益分析

一、种植成本

二、销售收益

第七节 中国玫瑰花行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第五章中国玫瑰花行业相关产业分析

第一节 玫瑰花行业产业链概述

第二节 玫瑰花上游产业发展状况分析

一、玫瑰种苗市场

二、玫瑰种植现状

三、香料玫瑰种植

四、玫瑰种植集群

（一）山东平阴玫瑰

（二）甘肃苦水玫瑰

（三）大马士革玫瑰

（四）新疆和田玫瑰

（五）邛崃钟山玫瑰

第三节 玫瑰花下游产业发展情况分析

一、原料

（一）玫瑰花粉末

（二）玫瑰提取物

（三）香精

（四）色素

二、玫瑰精油

（一）中国玫瑰精油产品特征分析

（二）中国玫瑰精油产品开发现状

（三）中国玫瑰精油产量分析

（四）中国玫瑰精油需求分析

三、玫瑰纯露

四、护肤品

五、食品

（一）玫瑰花茶

（二）玫瑰花饼

（三）玫瑰花酱

（四）玫瑰花酒

六、保健品

七、旅游观光

第六章 2013-2019年中国玫瑰花所属行业进出口分析

第一节 2013-2019年玫瑰花进口分析

一、玫瑰花进口数量情况

二、玫瑰花进口金额情况

三、玫瑰花进口来源分析

四、玫瑰花进口均价分析

第二节 2013-2019年玫瑰花出口分析

一、玫瑰花出口数量情况

二、玫瑰花出口金额情况

三、玫瑰花出口流向分析

四、玫瑰花出口均价分析

第七章中国玫瑰花行业市场竞争分析

第一节 中国玫瑰花行业市场集中度分析

一、市场集中度

二、企业集中度

第二节 中国玫瑰花行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第三节 中国玫瑰花行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第四节 中国玫瑰花行业竞争力策略分析

一、提高玫瑰花企业核心竞争力的对策

二、提高玫瑰花企业竞争力的策略建议

三、中国玫瑰花企业的竞争战略分析

第八章中国玫瑰花行业重点企业分析

第一节 山东华煜盛园农业发展股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展战略

第二节 济南九州玫瑰制品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营策略分析

第三节 倪氏国际玫瑰产业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业发展历程分析

四、企业产业项目分析

五、企业发展战略分析

第四节 甘肃三和玫瑰生物科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业营销网络分析

四、企业竞争优势分析

五、企业战略规划分析

第五节 兰州九香玫瑰生物科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业品牌情况分析

四、企业经营理念分析

第九章 2020-2026年中国玫瑰花行业投资与发展前景分析

第一节 中国玫瑰花行业投资前景分析

一、玫瑰花发展趋势分析

二、玫瑰花市场前景分析

三、玫瑰花行业需求预测

四、玫瑰花市场规模预测

第二节 中国玫瑰花行业投资机会分析

一、玫瑰花投资项目分析

二、中国玫瑰花投资机会

第三节 中国玫瑰花行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原料风险分析

三、市场风险分析

四、技术风险分析

第四节 中国玫瑰花行业投资策略及建议

一、项目创新及盈利模式建议

二、玫瑰精油的投资策略建议

三、玫瑰产业发展的几点建议

第十章 玫瑰花企业投资战略与客户策略分析

第一节 玫瑰花企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 玫瑰花企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 玫瑰花企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

第四节 玫瑰花企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表 1 2013-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2 2013-2019年国内生产总值构成情况

图表 3 2013-2019年中国固定资产投资及增长速度

图表 4 2013-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表 5 2013-2019年中国居民人均可支配收入及增长速度

图表 6 2013-2019年中国货物进出口总额变化趋势图

图表 7 玫瑰精油行业相关标准

图表 8 国内主要玫瑰花企业一览表

图表 9 2013-2019年中国玫瑰花种植面积情况

图表 10 2013-2019年中国玫瑰花销售量情况

图表 11 2013-2019年全中国玫瑰花销售额情况

图表 12 2013-2019年全中国玫瑰花线上销售情况

图表 13 2013-2019年中国玫瑰花行业产值情况

图表 14 2013-2019年中国玫瑰花批发价情况

图表 15 每亩玫瑰种植投入成本情况

图表 16 每亩玫瑰销售收入情况

图表 17 玫瑰花行业产业链

图表 18 2013-2019年中国玫瑰花种植面积统计

图表 19 2013-2019年中国玫瑰精油产量情况

图表 20 2013-2019年中国玫瑰精油销售额趋势图

图表 21 玫瑰护肤品情况

图表 22 玫瑰花茶品牌情况

图表 23 玫瑰花饼品牌情况

图表 24 玫瑰花酱品牌情况

图表 25 玫瑰酒品牌情况

图表 26 玫瑰花保健品情况

图表 27 2013-2019年中国玫瑰进口数量统计

图表 28 2013-2019年中国玫瑰进口金额统计

图表 29 2019年中国玫瑰进口来源地情况

图表 30 2019年中国玫瑰进口来源地结构分布图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/178790.html>