

2024-2030年中国花卉市场 深度分析与投资战略报告

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

《2024-2030年中国花卉市场深度分析与投资战略报告》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/202310/416048.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

狭义的花卉是指有观赏价值的草本植物，如凤仙、菊花、一串红、鸡冠花等。广义的花卉除有观赏价值的草本植物外，还包括草本或木本的地被植物、花灌木、开花乔木以及盆景等，如麦冬类、景天类、丛生福禄考等地被植物；梅花、桃花、月季、山茶等乔木及花灌木等等。

花卉产业作为我国生态建设中的重要组成部分，近年来得到了飞速的发展。2021年，我国花卉零售市场规模达2205亿元，比2020年增长17.5%。花卉国际贸易也有新突破。海关总署数据显示，2021年我国花卉进出口贸易总额首次突破7亿美元大关，较2020年增长12.66%。其中出口额4.65亿美元，比2020年增长20.24%。这说明我国花卉产品质量和产品规格类型越来越得到国际市场认可。

尽管疫情对鲜花行业造成了沉重打击，但也促使行业产生了新的可喜变化。很多鲜花种植户寻求和销售平台直接对接，并开始学习线上销售技能，鲜花供应链得以优化，销售渠道也进一步拓宽。2021年中国鲜花电商市场规模为896.9亿元，预计2022年达1086.8亿元。近年来，鲜花企业业务不断拓宽以及鲜花消费场景逐渐丰富，吸引了更多潜在消费者，未来几年，鲜花电商市场规模将有望继续扩大。2022年11月16日，国家林业和草原局、农业农村部联合印发《关于推进花卉业高质量发展的指导意见》。《意见》提出到2025年，力争年销售额达到3000亿元。到2035年，花卉种业创新体系健全完善，主要商品花卉品种国产化水平大幅提升，产业布局结构更趋科学合理，质量效益显著提高，花文化日益繁荣，花卉消费持续增长，花卉出口稳步扩大，完备的花卉产业体系基本建成，力争年销售额超过7000亿元。2022年我国花卉外贸创历史新高，出口额近4.77亿美元，同比增长4.17%，进口额2.34亿美元，同比下降0.68%。2022年，我国花卉产品出口至112个国家和地区，前十大主销市场出口额占比为81.86%。其中，日本位列第一，出口额为1.03亿美元；越南位列第二，出口额为6014.3万美元，增幅明显，同比增长169.79%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国花卉市场深度分析与投资战略报告》共十三章。首先介绍了花卉的概念、分类及作用等，接着分析了国际国内花卉业、疫情对行业的影响、花卉进出口、流通市场的发展状况，并对不同花卉品种的发展状况进行了细致的透析，然后具体阐述了云南、广东、福建和其他地区花卉业的发展状况。随后报告重点剖析了花卉业企业经营状况，并对其未来发展前景做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、农业部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国花卉协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若

想对花卉市场有个系统深入的了解、或者想投资花卉产业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 花卉业相关概述

1.1 花卉的概念及分类

1.1.1 花卉基本概念

1.1.2 花卉主要分类

1.1.3 花卉栽培方式

1.2 花卉的作用

1.2.1 花卉对环境的影响

1.2.2 花卉主要功能介绍

1.2.3 花卉对健康的作用

1.3 花卉生产中温室的运用分析

1.3.1 温室对花卉生产的意义

1.3.2 温室花卉主要品种介绍

1.3.3 温室花卉生产调节措施

第二章 2021-2023年国际花卉业的发展

2.1 国际花卉业发展总况

2.1.1 国际花卉种植面积

2.1.2 国际花卉市场格局

2.1.3 国际花卉市场特点

2.1.4 国际花卉竞争特点

2.1.5 国际花卉技术研究

2.1.6 国际花卉经营模式

2.1.7 花卉发展重视环保

2.1.8 国际花卉认证机制

2.2 荷兰

2.2.1 荷兰花卉产业发展基础

2.2.2 荷兰花卉市场销售综况

2.2.3 疫情重创荷兰花卉市场

2.2.4 荷兰花卉产业发展特点

2.2.5 荷兰花卉物流运输实力

2.2.6 荷兰花卉拍卖流通体系

2.2.7 花卉业价值链运行剖析

2.2.8 荷兰花卉产业发展经验

2.3 日本

2.3.1 日本切花栽培面积回顾

2.3.2 日本花卉市场需求状况

2.3.3 日本花卉市场出口状况

2.3.4 日本花卉生产集群分布

2.3.5 日本切花市场价格行情

2.3.6 日本樱花全产业链打造

2.3.7 日本花卉产业发展特点

2.3.8 日本花卉业的政府扶持

2.3.9 日本花卉市场流通体系

2.3.10 日本花卉冷链物流体系

2.3.11 日本花卉产业发展态势

2.4 美国

2.4.1 美国花卉种植面积

2.4.2 美国花卉销售总额

2.4.3 美国花卉细分市场

2.4.4 美国花卉企业规模

2.4.5 美国花卉物流体系

2.4.6 美国花卉销售渠道

2.4.7 美国花卉产业管理

2.4.8 美国花卉新品种培育

2.5 肯尼亚

2.5.1 肯尼亚花卉产业发展优势

2.5.2 肯尼亚花卉对外贸易规模

2.5.3 肯尼亚花卉拍卖流通体系

2.5.4 肯尼亚花卉产业面临的挑战

2.5.5 肯尼亚花卉产业政府支持

2.5.6 肯尼亚花卉产业未来展望

2.6 其他国家和地区

2.6.1 加拿大

2.6.2 西班牙

2.6.3 澳大利亚

2.6.4 埃塞俄比亚

2.6.5 哥伦比亚

2.6.6 厄瓜多尔

第三章 2021-2023年中国花卉行业发展分析

3.1 中国花卉行业发展综述

3.1.1 行业发展阶段

3.1.2 行业发展环境

3.1.3 行业发展成就

3.1.4 行业发展动态

3.2 中国花卉行业运行状况

3.2.1 花卉实有种植面积

3.2.2 花卉行业发展规模

3.2.3 花卉市场数量规模

3.2.4 花卉市场需求结构

3.2.5 花卉产区分布格局

3.2.6 花卉采后管理体系

3.3 花卉园艺行业上市公司运行状况分析

3.3.1 花卉园艺行业上市公司规模

3.3.2 花卉园艺行业上市公司分布

3.4 花卉园艺行业财务状况分析

3.4.1 经营状况分析

3.4.2 盈利能力分析

3.4.3 营运能力分析

3.4.4 成长能力分析

3.4.5 现金流量分析

3.5 中国花卉行业发展存在的问题

- 3.5.1 行业发展瓶颈
- 3.5.2 行业制约因素
- 3.5.3 行业发展困境
- 3.5.4 行业存在问题
- 3.6 中国花卉产业发展的措施建议
 - 3.6.1 行业提升策略
 - 3.6.2 行业发展建议
 - 3.6.3 行业发展思路
 - 3.6.4 行业发展对策

第四章 疫情影响下花卉行业发展分析

- 4.1 全球疫情影响下花卉市场发展分析
 - 4.1.1 全球疫情现状
 - 4.1.2 主要影响分析
- 4.2 疫情影响下我国花卉行业发展分析
 - 4.2.1 国内疫情统计
 - 4.2.2 负面影响分析
 - 4.2.3 正面影响分析
 - 4.2.4 疫情应对措施
 - 4.2.5 协会发展助力
 - 4.2.6 地区影响分析
 - 4.2.7 模式深度思考

第五章 2021-2023年中国花卉进出口市场发展分析

- 5.1 中国花卉业进出口市场分析
 - 5.1.1 进出口贸易总额
 - 5.1.2 花卉进口贸易规模
 - 5.1.3 花卉出口贸易规模
- 5.2 2021-2023年中国花卉进出口数据分析
 - 5.2.1 进出口总量数据分析
 - 5.2.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 5.2.3 主要省市进出口情况分析

5.3 2021-2023年中国玫瑰插花及花蕾进出口数据分析

5.3.1 进出口总量数据分析

5.3.2 主要贸易国进出口情况分析

5.3.3 主要省市进出口情况分析

5.4 2021-2023年中国康乃馨插花及花蕾进出口数据分析

5.4.1 进出口总量数据分析

5.4.2 主要贸易国进出口情况分析

5.4.3 主要省市进出口情况分析

5.5 2021-2023年中国菊花插花及花蕾进出口数据分析

5.5.1 进出口总量数据分析

5.5.2 主要贸易国进出口情况分析

5.5.3 主要省市进出口情况分析

5.6 中国花卉进出口存在的问题及对策

5.6.1 花卉业进出口存在的问题

5.6.2 花卉行业出口面临的不足

5.6.3 促进花卉产业出口的建议

5.6.4 花卉行业出口的应对策略

5.7 中国花卉进出口前景及趋势

5.7.1 特种花卉出口市场前景

5.7.2 国际市场对花卉的需求

5.7.3 花卉盆景贸易发展趋势

第六章 2021-2023年中国花卉流通市场发展状况

6.1 2021-2023年中国花卉市场销售状况分析

6.1.1 中国花卉零售变化

6.1.2 中国花卉零售结构

6.1.3 花卉重点销售渠道

6.1.4 花卉展会发展现状

6.2 中国花卉市场物流运行状况

6.2.1 花卉物流的特点

6.2.2 花卉物流运作现状

6.2.3 花卉流通市场升级

- 6.2.4 花卉冷链物流布局
- 6.2.5 花卉物流存在问题
- 6.2.6 花卉物流对策建议
- 6.3 2021-2023年中国花卉电商发展状况
 - 6.3.1 行业发展背景
 - 6.3.2 鲜花电商产业链条
 - 6.3.3 鲜花流通渠道对比
 - 6.3.4 市场发展规模
 - 6.3.5 行业融资分析
 - 6.3.6 顾客体验打造
 - 6.3.7 平台营销模式
 - 6.3.8 鲜花电商发展困境
- 6.4 中国花卉市场营销分析
 - 6.4.1 花卉市场经营综述
 - 6.4.2 花卉企业营销阶段
 - 6.4.3 花卉网络营销分析
 - 6.4.4 花卉产业营销策略

第七章 2021-2023年不同花卉品种发展状况分析

- 7.1 中国苗木产业发展状况
 - 7.1.1 苗木市场发展环境
 - 7.1.2 苗木产业发展特点
 - 7.1.3 苗木市场运行状况
 - 7.1.4 苗木种植区域分布
 - 7.1.5 发展存在的问题
 - 7.1.6 产业发展的建议
- 7.2 中国盆栽植物发展状况
 - 7.2.1 盆花的定义和分类
 - 7.2.2 盆栽植物销售状况
 - 7.2.3 大宗盆花市场形势
 - 7.2.4 盆栽植物种植区域
 - 7.2.5 盆栽产业发展趋势

7.3 中国鲜切花市场发展状况

7.3.1 鲜切花基本分类

7.3.2 鲜切花种植规模

7.3.3 鲜切花产销特点

7.3.4 鲜切花产业变化

7.3.5 鲜切花区域布局

7.3.6 鲜切花产业趋势

7.3.7 鲜切花产业对策

第八章 2021-2023年云南花卉业发展分析

8.1 云南花卉业整体发展状况

8.1.1 云南花卉业发展优势

8.1.2 云南花卉业发展历程

8.1.3 云南省花卉园区特点

8.1.4 云南花卉业创新能力

8.2 2021-2023年云南花卉业运行状况

8.2.1 行业发展特点

8.2.2 行业运行状况

8.2.3 交易市场状况

8.2.4 行业品牌打造

8.2.5 产业发展规划

8.3 云南花卉业细分市场发展分析

8.3.1 鲜切花市场运行状况

8.3.2 盆栽植物生产状况

8.3.3 绿化观赏苗木发展

8.3.4 加工花卉市场状况

8.4 昆明花卉产业发展分析

8.4.1 昆明花卉市场概况

8.4.2 昆明花卉企业建设

8.4.3 晋宁区花卉产业

8.4.4 花卉电商物流项目

8.4.5 花卉直播小镇项目

- 8.4.6 昆明花卉行业困境
- 8.4.7 行业标准体系建设
- 8.4.8 昆明花卉市场前景
- 8.5 丽江花卉业发展分析
 - 8.5.1 丽江花卉业发展优势
 - 8.5.2 丽江花卉业发展状况
 - 8.5.3 丽江花卉业发展成就
 - 8.5.4 古城区花卉产业分析
 - 8.5.5 丽江花卉业发展前景
- 8.6 云南其他主要地区花卉业发展分析
 - 8.6.1 大理茶花发展现状
 - 8.6.2 玉溪花卉产业状况
 - 8.6.3 红河州花卉业现状
 - 8.6.4 通海县花卉业状况
- 8.7 云南花卉业发展存在的问题及对策
 - 8.7.1 花卉业发展存在问题
 - 8.7.2 花卉苗木业制约因素
 - 8.7.3 花卉业发展对策措施
 - 8.7.4 加快花卉业生产升级
 - 8.7.5 提升花卉业创新能力
 - 8.7.6 促进花卉业出口措施
 - 8.7.7 打造世界一流花卉产业

第九章 2021-2023年广东花卉业发展分析

- 9.1 广东花卉业整体发展状况
 - 9.1.1 广东花卉产业发展格局
 - 9.1.2 广东花卉产业发展规模
 - 9.1.3 广东省花卉市场流通
 - 9.1.4 广东花卉产业典型园区
 - 9.1.5 广东花卉产业发展要点
 - 9.1.6 广东花卉产业发展问题
 - 9.1.7 广东花卉产业发展建议

9.2 广州花卉业发展分析

9.2.1 广州花卉种类及品种结构

9.2.2 广州市花卉市场融资创新

9.2.3 广州花卉市场融入电商模式

9.2.4 广州花卉市场的营销模式

9.2.5 广州花卉产业发展的困境

9.2.6 广州花卉出口贸易的问题

9.2.7 广州花卉行业的发展对策

9.3 湛江花卉业发展分析

9.3.1 湛江花卉产业发展基础

9.3.2 湛江花卉市场发展规模

9.3.3 湛江花卉产业发展特点

9.3.4 湛江花卉产业线上布局

9.3.5 湛江花卉科技产业园打造

9.3.6 湛江花卉产业发展方向

9.3.7 湛江市花卉产业发展策略

9.4 其他地区花卉业发展分析

9.4.1 深圳市

9.4.2 珠海市

9.4.3 肇庆市

9.4.4 佛山市

9.4.5 陈村镇

第十章 2021-2023年福建花卉业发展分析

10.1 2021-2023年福建花卉业整体发展状况

10.1.1 福建花卉产业发展规模

10.1.2 福建花卉产业发展特点

10.1.3 福建花卉产业疫后复苏

10.1.4 福建设施花卉种植保险政策

10.1.5 福建花卉产业区域发展布局

10.2 福州市花卉业发展分析

10.2.1 福州花卉产业的发展优势

- 10.2.2 福州花卉区域化布局状况
- 10.2.3 福州花卉市场消费需求分析
- 10.2.4 福州花卉产业园区项目建设
- 10.2.5 福州花卉产业发展问题及建议
- 10.3 漳州市花卉业发展分析
 - 10.3.1 漳州市花卉业发展基础
 - 10.3.2 漳州市花卉业发展状况
 - 10.3.3 漳州市花卉业生产模式
 - 10.3.4 漳州市花卉业发展问题
 - 10.3.5 漳州市花卉业发展建议
 - 10.3.6 漳州市花卉业发展方向
- 10.4 其他地区花卉业发展状况
 - 10.4.1 泉州市花卉产业发展状况
 - 10.4.2 福清乡村花卉业发展状况
 - 10.4.3 武平县花卉产业发展状况
 - 10.4.4 周宁县花卉产业发展状况

第十一章 2021-2023年其他地区花卉业发展状况

- 11.1 北京
 - 11.1.1 北京花卉产业发展回顾
 - 11.1.2 北京花卉产业发展状况
 - 11.1.3 北京花卉市场发展困境
 - 11.1.4 北京花卉产业发展展望
- 11.2 河南
 - 11.2.1 河南花卉产业发展优势
 - 11.2.2 河南花卉产业发展状况
 - 11.2.3 南阳花卉产业发展分析
 - 11.2.4 河南花卉产业发展规划
 - 11.2.5 河南花卉产业发展建议
- 11.3 浙江
 - 11.3.1 浙江花卉产业发展回顾
 - 11.3.2 浙江盆花产业发展优势

- 11.3.3 浙江盆花产业发展状况
- 11.3.4 浙江花卉产业区域布局
- 11.3.5 浙江花卉产业发展重点
- 11.3.6 浙江花卉产业结构升级
- 11.4 上海
 - 11.4.1 上海花卉产业发展特点
 - 11.4.2 上海花卉产业技术体系
 - 11.4.3 上海花卉产业发展机遇
 - 11.4.4 崇明花卉产业发展分析
 - 11.4.5 上海花卉产业发展动态
- 11.5 四川
 - 11.5.1 四川花卉产业发展现状
 - 11.5.2 四川花卉产业发展格局
 - 11.5.3 四川花卉产业扶贫状况
 - 11.5.4 西昌市花卉产业发展状况
 - 11.5.5 成都市花卉市场空间布局
 - 11.5.6 四川花卉产业发展问题及建议
- 11.6 海南
 - 11.6.1 海南花卉产业发展优势
 - 11.6.2 海南花卉产业发展规模
 - 11.6.3 海南花卉产业发展重点
 - 11.6.4 海南花卉发展面临的挑战
 - 11.6.5 海南花卉产业市场前景
 - 11.6.6 海南花卉产业发展规划

第十二章 花卉行业重点企业经营状况分析

- 12.1 虹越花卉股份有限公司
 - 12.1.1 公司发展概况
 - 12.1.2 经营效益分析
 - 12.1.3 业务经营分析
 - 12.1.4 财务状况分析
 - 12.1.5 商业模式分析

12.2 广东远东国兰股份有限公司

12.2.1 公司发展概况

12.2.2 商业模式分析

12.2.3 经营效益分析

12.2.4 业务经营分析

12.2.5 财务状况分析

12.2.6 商业模式分析

12.3 云南欣绿茶花股份有限公司

12.3.1 公司发展概况

12.3.2 商业模式分析

12.3.3 经营效益分析

12.3.4 业务经营分析

12.3.5 财务状况分析

12.3.6 商业模式分析

12.4 玉溪明珠花卉股份有限公司

12.4.1 公司发展概况

12.4.2 商业模式分析

12.4.3 经营效益分析

12.4.4 业务经营分析

12.4.5 财务状况分析

12.4.6 商业模式分析

12.5 江苏中荷花卉股份有限公司

12.5.1 公司发展概况

12.5.2 商业模式分析

12.5.3 经营效益分析

12.5.4 业务经营分析

12.5.5 财务状况分析

12.5.6 商业模式分析

12.6 中喜生态产业股份有限公司

12.6.1 公司发展概况

12.6.2 经营效益分析

12.6.3 业务经营分析

- 12.6.4 财务状况分析
- 12.6.5 商业模式分析
- 12.6.6 公司发展战略
- 12.7 江苏苏北花卉股份有限公司
 - 12.7.1 公司发展概况
 - 12.7.2 经营效益分析
 - 12.7.3 业务经营分析
 - 12.7.4 财务状况分析
 - 12.7.5 商业模式分析
 - 12.7.6 公司发展战略
 - 12.7.7 未来前景展望

第十三章 2024-2030年花卉行业投资前景分析及趋势预测

- 13.1 花卉行业投资价值分析
 - 13.1.1 行业投资机会
 - 13.1.2 行业投资布局
 - 13.1.3 行业投资风险
- 13.2 花卉行业发展前景展望
 - 13.2.1 花卉行业发展机遇
 - 13.2.2 花卉产业发展潜力
 - 13.2.3 花卉市场格局变化
 - 13.2.4 细分市场需求前景
- 13.3 花卉行业未来发展趋势
 - 13.3.1 全球花卉业发展趋势
 - 13.3.2 花卉产业发展趋势
 - 13.3.3 花店零售模式升级
 - 13.3.4 花卉市场电商融合
- 13.4 2011-2020年中国花卉产业发展规划
 - 13.4.1 产业发展思路
 - 13.4.2 产业发展战略
 - 13.4.3 市场建设重点
 - 13.4.4 发展保障措施

13.5 对2024-2030年中国花卉行业预测分析

13.5.1 2024-2030年中国花卉行业影响因素分析

13.5.2 2024-2030年中国花卉及观赏苗木产业产值预测

附录

附录一：《鲜切花产品等级标准》

附录二：《云南省花卉产业发展条例》

图表目录

图表1 MPS-ECAS认证条例（第5版）主要技术内容

图表2 日本花卉栽培面积的变化

图表3 日本花卉上市量的变化

图表4 日本切花市场销售均价（一）

图表5 日本切花市场销售均价（二）

图表6 日本花卉冷链物流链

图表7 日本现代花卉冷链物流体系

图表8 日本现代花卉冷链物流体系构建

图表9 2009-2020年美国规模以上花卉企业销售总额

图表10 2020年美国花卉细分市场规模

图表11 2017-2020年肯尼亚花卉出口额

图表12 中国花卉产业发展历程

图表13 中国发展花卉行业的有利因素

图表14 2012-2020年我国花卉实有种植面积

图表15 2013-2020年中国花卉行业总产值

图表16 2013-2020年中国花卉市场数量统计情况

图表17 2020年各类花卉需求结构占比

图表18 中国重点花卉产区分布

图表19 花卉采后管理

图表20 花卉园艺行业上市公司名单

图表21 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司资产规模及结构

图表22 花卉园艺行业上市公司上市板分布情况

图表23 花卉园艺行业上市公司地域分布情况

图表24 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司营业收入及增长率

图表25 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司净利润及增长率

图表26 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司毛利率与净利率

图表27 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司营运能力指标

图表28 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司成长能力指标

图表29 2017-2021年年花卉园艺行业上市公司销售商品收到的现金占比

图表30 2020-2022年中国花卉进出口贸易总额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416048.html>