

2024-2030年中国花卉市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国花卉市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/V35043VGFW.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-10-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国花卉市场分析与投资前景研究报告》介绍了花卉行业相关概述、中国花卉产业运行环境、分析了中国花卉行业的现状、中国花卉行业竞争格局、对中国花卉行业做了重点企业经营状况分析及中国花卉产业发展前景与投资预测。您若想对花卉产业有个系统的了解或者想投资花卉行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

时间 中国活立木总蓄积量情况(亿立方米) 增速 (%) 2014年 164.33
2015年 164.33 0.00 2016年 164.33 0.00 2017年 164.33 0.00 2018年 190.07 15.66 2019
年191.290.642020年*****2021年*****2022年*****

报告目录：

第1章：花卉行业综述及数据来源说明

1.1 花卉行业界定

1.1.1 花卉的界定

1.1.2 《国民经济行业分类与代码》中花卉行业归属

1.2 花卉行业分类

1.3 花卉行业专业术语

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国花卉行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国花卉行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国花卉行业监管体系及机构介绍

（1）中国花卉行业主管部门

（2）中国花卉行业自律组织

2.1.2 中国花卉行业标准体系建设

（1）中国花卉行业标准体系建设

（2）中国花卉行业现行标准分析

1) 中国花卉行业现行标准汇总

2) 中国花卉行业现行标准属性分析

(3) 中国花卉行业正在制定标准

(4) 中国花卉行业重点标准解读

2.1.3 中国花卉行业发展相关政策规划汇总

(1) 中国花卉行业国家层面发展相关政策汇总

(2) 中国花卉行业国家层面发展相关规划汇总

2.1.4 中国花卉行业国家层面重点政策解析

(1) 《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见（2022年中央一号文件）》

(2) 《关于加快推进设施种植机械化发展的意见》

2.1.5 中国花卉行业国家层面重点规划解析

(1) 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

(2) 《全国花卉产业发展规划（2011-2020年）》

2.1.6 中国花卉行业政策环境对行业发展的影响

2.2 中国花卉行业经济（Economy）环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

(1) 中国GDP及增长情况

(2) 中国三次产业结构

(3) 中国居民消费价格（CPI）

(4) 中国生产者价格指数（PPI）

(5) 中国第一产业增加值

2.2.2 中国宏观经济发展展望

(1) 国际机构对中国GDP增速预测

(2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测

2.2.3 中国花卉行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国花卉行业社会（Society）环境分析

2.3.1 中国花卉行业社会环境分析

(1) 中国人口规模及增速

(2) 中国人口结构

1) 年龄结构

2) 中国人口性别结构

(3) 中国城镇化水平变化

1) 中国城镇化现状

2) 中国城镇化趋势展望

(4) 中国居民人均可支配收入

(5) 中国居民人均消费支出及结构

1) 中国居民人均消费支出

2) 中国居民消费结构变化

(6) 中国居民消费习惯变化

1) 线上渠道成为主要的购物渠道

2) 体验式消费需求增加

3) 对国产品牌的倾向性更高

(7) 中国中产阶级及高净值人群规模

1) 中国中产阶级规模

2) 中国高净值人群规模

(8) 中国居民消费升级演进

1) 中国消费升级演进历程

2) 中国消费变革的八大趋势

(9) 中国网民规模及互联网普及率

2.3.2 社会环境对花卉行业的影响总结

2.4 中国花卉行业技术（Technology）环境分析

2.4.1 花卉行业种植工艺及流程

2.4.2 中国花卉行业关键种植技术

2.4.3 中国花卉行业科研创新成果

(1) 中国花卉行业专利申请数量

(2) 中国花卉行业专利公开数量

(3) 中国花卉行业专利申请人

(4) 中国花卉行业热门技术分析

2.4.4 技术环境对中国花卉行业发展的影响总结

第3章：全球及中国花卉行业发展分析

3.1 全球花卉行业发展现状分析

3.1.1 全球花卉行业发展规模

(1) 全球花卉行业种植规模

(2) 全球花卉行业市场规模

3.1.2 全球花卉行业发展格局

- (1) 全球花卉行业原产地发展格局
- (2) 全球花卉行业区域竞争格局
- (3) 全球花卉行业区域分布特点

3.1.3 全球花卉行业发展趋势

3.2 中国花卉行业发展概况分析

3.2.1 中国花卉行业发展历程

3.2.2 中国花卉行业发展特征

- (1) 中国花卉行业总体发展特征
- (2) 中国花卉行业区域发展特征

3.2.3 中国花卉行业经营模式

- (1) 花卉种植模式
- (2) 花卉销售模式

3.3 中国花卉行业进出口市场调研

3.3.1 中国花卉行业进出口市场概况

3.3.2 中国花卉行业进口市场调研

- (1) 花卉行业整体进口情况
- (2) 花卉行业进口品种分析
- (3) 花卉行业进口国别分析
- (4) 花卉行业进口形势分析

3.3.3 中国花卉行业出口市场调研

- (1) 花卉行业整体出口情况
- (2) 花卉行业出口品种分析
- (3) 花卉行业出口国别分析
- (4) 花卉行业出口形势分析

3.3.4 中国花卉行业出口环境分析

- (1) 花卉行业出口贸易壁垒分析
 - 1) 绿色壁垒
 - 2) 知识产权壁垒

- (2) 花卉企业出口市场SWOT分析

3.4 中国花卉行业发展规模分析

3.4.1 中国花卉生产经营实体规模

- (1) 花卉企业发展规模
 - 1) 花卉企业总体数量
 - 2) 大中型花卉企业数量
- (2) 花卉从业人员数量
 - 1) 花农从业数量
 - 2) 花卉行业从业人员
- 3.4.2 中国花卉行业种植规模分析
 - (1) 中国花卉行业种植面积
 - (2) 中国花卉行业产量情况
- 3.4.3 中国花卉行业销售渠道规模
 - (1) 花卉市场数量
 - (2) 花卉市场摊位数量
- 3.4.4 中国花卉行业市场交易规模
 - (1) 花卉市场零售规模
 - (2) 花卉市场成交规模
- 3.5 中国花卉行业市场竞争格局分析
 - 3.5.1 中国花卉行业企业竞争格局
 - (1) 中国花卉行业竞争梯队
 - (2) 中国花卉行业企业排名
 - 3.5.2 中国花卉行业31省市发展格局

第4章：中国花卉行业流通体系发展分析

- 4.1 中国花卉行业流通体系发展综述
 - 4.1.1 花卉行业流通体系发展特点
 - 4.1.2 花卉行业流通体系建设现状
- 4.2 中国花卉市场营销渠道分析
 - 4.2.1 花卉展览渠道营销模式分析
 - (1) 国内外花卉展览状况分析
 - 1) 国外花卉展览分析
 - 2) 国内花卉展览分析
 - 3) 中国花卉博览会
 - (2) 中国花卉展览特点分析

- (3) 中国花卉展览发展趋势
- (4) 中国花卉展览经验借鉴
- 4.2.2 中国花卉专业市场渠道营销分析
 - (1) 中国花卉专业市场建设状况分析
 - (2) 中国主要花卉专业市场运行分析
 - (3) 中国花卉专业市场营销成功要素
- 4.2.3 花卉零售商渠道营销分析
 - (1) 花卉零售渠道现状
 - (2) 花卉主要零售渠道分析
 - (3) 花卉主要零售渠道比较分析
 - (4) 花卉零售渠道问题分析
 - (5) 花卉零售渠道发展对策
- 4.3 中国大宗花卉市场交易模式分析
 - 4.3.1 全球花卉现代交易模式概述
 - (1) 荷兰花卉现代交易模式
 - (2) 美国花卉现代交易模式
 - (3) 台湾花卉现代交易模式
 - (4) 哥伦比亚花卉现代交易模式
 - 4.3.2 中国花卉现代交易模式概述
 - 4.3.3 中国花卉拍卖交易模式分析
 - (1) 花卉拍卖概念及特征
 - (2) 花卉拍卖规则与流程
 - 1) 花卉拍卖规则
 - 2) 花卉拍卖流程
 - (3) 花卉拍卖的优势分析
 - (4) 重点花卉拍卖市场现状
 - 1) 云南省花卉拍卖现状及分析
 - 2) 上海花卉拍卖现状及分析
 - (5) 花卉拍卖策略分析
 - 4.3.4 昆明花卉拍卖中心交易模式分析
 - 4.3.5 花卉电子商务交易模式分析
- 4.4 中国花卉现代物流配送网络

4.4.1 全球花卉现代物流配送建设情况

- (1) 荷兰花卉现代物流配送建设情况
- (2) 美国花卉现代物流配送建设情况
- (3) 日本花卉现代物流配送建设情况
- (4) 全球花卉现代物流配送经验借鉴

4.4.2 中国花卉现代物流配送建设情况

- (1) 中国花卉现代物流配送建设现状
- (2) 中国花卉现代物流配送建设环境
- (3) 中国花卉现代物流配送建设方向

4.4.3 中国花卉配送冷链物流建设情况

- (1) 花卉配送冷链物流发展现状分析
- (2) 花卉配送冷链物流发展趋势分析

4.4.4 中国花卉集散市场发展情况分析

- (1) 花卉集散市场建设现状
- (2) 花卉集散市场配送规模

4.4.5 中国花卉物流公司发展情况分析

- (1) 花卉物流公司发展情况
- (2) 花卉物流公司配送规模
- (3) 花卉物流公司配送效益

第5章：中国花卉行业电子商务发展分析

5.1 中国花卉行业电子商务发展可行性分析

5.1.1 花卉行业电子商务发展可行性分析

- (1) 便捷性
- (2) 开放性
- (3) 稳定性

5.1.2 花卉行业电子商务发展制约因素分析

5.2 中国花卉行业电子商务发展现状分析

5.2.1 花卉行业电子商务发展历程

5.2.2 花卉行业电子商务融资现状

- (1) 典型鲜花电商融资情况
- (2) 鲜花电商融资规模分析

- 5.2.3 花卉行业电子商务市场规模
- 5.2.4 花卉行业电子商务痛点分析
- 5.2.5 花卉行业电子商务发展模式分析
- 5.3 中国花卉行业电子商务用户行为分析
 - 5.3.1 鲜花电商用户画像分析
 - 5.3.2 用户鲜花电商使用原因分析
 - (1) 用户首次使用鲜花电商关注因素分析
 - (2) 用户多次使用鲜花电商关注因素分析
 - 5.3.3 用户不愿意使用鲜花电商的原因
- 5.4 中国花卉行业电子商务发展趋势
 - 5.4.1 花卉行业电子商务发展主要问题
 - 5.4.2 花卉行业电子商务投资策略分析
 - 5.4.3 花卉行业电子商务发展趋势分析
 - 5.4.4 花卉行业电子商务不同模式发展趋势
 - (1) 花卉行业B2B模式发展趋势
 - (2) 花卉行业B2C模式发展趋势
 - (3) 花卉行业O2O模式发展趋势

第6章：中国花卉行业细分产品市场调研

- 6.1 花卉行业细分产品市场综述
 - 6.1.1 花卉行业细分产品种植结构分析
 - 6.1.2 花卉行业细分产品需求结构分析
- 6.2 鲜切花类花卉市场调研
 - 6.2.1 鲜切花类花卉市场概况
 - 6.2.2 鲜切花类花卉种植面积
 - 6.2.3 鲜切花类花卉市场需求
 - (1) 鲜切花类花卉需求领域
 - (2) 鲜切花类花卉需求规模
 - 6.2.4 鲜切花类花卉价格行情
 - 6.2.5 鲜切花类花卉市场需求趋势
 - (1) 需求量
 - (2) 需求品种

- (3) 消费链及物流变化趋势
- 6.3 盆栽植物类花卉市场调研
 - 6.3.1 盆栽植物类花卉市场概况
 - 6.3.2 盆栽植物类花卉种植面积
 - 6.3.3 盆栽植物类花卉市场需求分析
 - (1) 盆栽植物类花卉市场需求领域
 - (2) 盆栽植物类花卉市场需求规模
 - (3) 盆栽植物类花卉市场需求结构
 - 6.3.4 盆栽植物类花卉市场需求趋势
- 6.4 观赏苗木市场调研
 - 6.4.1 观赏苗木市场概况
 - 6.4.2 观赏苗木种植面积
 - 6.4.3 观赏苗木市场需求分析
 - (1) 观赏苗木需求领域
 - (2) 观赏苗木需求规模
 - 6.4.4 观赏苗木市场需求趋势
- 6.5 食用与药用花卉市场调研
 - 6.5.1 食用与药用花卉市场概况
 - 6.5.2 食用与药用花卉种植面积
 - 6.5.3 食用与药用花卉市场需求分析
 - 6.5.4 食用与药用花卉市场需求趋势
- 6.6 种苗用花卉市场调研
 - 6.6.1 种苗用花卉市场概况
 - 6.6.2 种苗用花卉种植面积
 - 6.6.3 种苗用花卉市场需求分析
 - (1) 种苗用花卉需求领域
 - (2) 种苗用花卉需求规模
 - 6.6.4 种苗用花卉市场需求趋势

第7章：中国重点省市花卉行业发展分析

- 7.1 花卉行业区域结构特征分析
 - 7.1.1 花卉行业区域结构总体特征

- (1) 31省市种植面积分析
- (2) 31省市花卉企业分布
- 7.1.2 花卉行业区域集中度分析
 - (1) 种植集中度
 - (2) 企业集中度
- 7.1.3 花卉行业区域分布特点分析
- 7.2 云南花卉行业发展分析
 - 7.2.1 云南花卉行业发展概况
 - (1) 云南花卉行业政策规划
 - (2) 云南花卉行业区域格局
 - (3) 云南花卉行业发展特色
 - (4) 云南花卉行业种植面积
 - 7.2.2 云南花卉行业经营情况分析
 - (1) 云南花卉行业经营模式
 - (2) 云南花卉行业经营状况
 - (3) 云南花卉行业产值分析
 - 7.2.3 云南花卉行业科研成果
 - 7.2.4 云南花卉细分市场发展分析
 - (1) 主要产品分布格局
 - (2) 鲜切花
 - (3) 盆栽观赏植物
 - 7.2.5 云南花卉行业重点地区市场
 - (1) 昆明花卉市场调研
 - 1) 市场现状
 - 2) 主要销售渠道
 - 3) 运营模式
 - (2) 玉溪花卉市场调研
 - 7.2.6 云南花卉行业发展机遇与前景
 - (1) 花卉产业格局调整机遇
 - (2) 花卉市场发展带来的机遇
 - (3) 国家优惠政策支持机遇
- 7.3 四川花卉行业发展分析

7.3.1 四川花卉行业发展概况

- (1) 四川花卉行业区域格局
- (2) 四川花卉行业发展特点

7.3.2 四川花卉行业经营情况分析

7.3.3 四川花卉行业科研成果

7.3.4 四川花卉细分市场发展分析

- (1) 四川鲜切花市场调研
- (2) 四川盆花市场调研
- (3) 四川苗木市场调研

7.3.5 四川花卉行业重点地区市场

- (1) 攀西花卉市场调研
 - 1) 攀枝花
 - 2) 西昌
- (2) 成都花卉市场调研
- (3) 温江花卉市场调研

7.3.6 四川花卉行业发展机遇与前景

7.4 广东花卉行业发展分析

7.4.1 广东花卉行业发展概况

- (1) 广东花卉行业区域格局
- (2) 广东花卉行业发展特点

7.4.2 广东花卉行业经营情况分析

- (1) 广东花卉行业经营模式
- (2) 广东花卉行业经营规模

7.4.3 广东花卉行业科研成果

7.4.4 广东花卉细分市场发展分析

- (1) 广东盆栽植物类花卉市场调研
- (2) 广东观赏苗木市场调研

7.4.5 广东花卉行业重点地区市场

- (1) 广州花卉市场调研
- (2) 湛江花卉市场调研

7.4.6 广东花卉行业发展机遇与前景

7.5 福建花卉行业发展分析

7.5.1 福建花卉行业发展概况

- (1) 福建花卉行业政策规划
- (2) 福建花卉行业区域格局
- (3) 福建花卉行业发展特点
- (4) 福建花卉行业产值

7.5.2 福建花卉行业经营情况分析

- (1) 福建花卉行业经营模式
- (2) 福建花卉行业经营状况

7.5.3 福建花卉行业科研进展

7.5.4 福建花卉细分市场发展分析

- (1) 福建鲜切花市场调研
- (2) 福建观赏苗木市场调研
- (3) 福建鲜盆花市场调研

7.5.5 福建花卉行业重点地区市场

- (1) 福州花卉市场调研
- (2) 漳州花卉市场调研
- (3) 泉州花卉市场调研
- (4) 南平花卉市场调研

7.5.6 福建花卉行业发展机遇与前景

7.6 浙江花卉行业发展分析

7.6.1 浙江花卉行业发展概况

- (1) 浙江花卉行业配套政策
- (2) 浙江花卉行业区域格局
- (3) 浙江花卉行业发展特点
- (4) 浙江花卉行业种植面积

7.6.2 浙江花卉行业经营情况分析

- (1) 浙江花卉行业经营模式
- (2) 浙江花卉行业经营规模
- (3) 浙江花卉行业销售分析
- (4) 浙江花卉行业出口分析

7.6.3 浙江花卉行业科研成果

7.6.4 浙江花卉细分市场发展分析

- (1) 浙江苗木市场调研
- (2) 浙江盆栽植物类花卉市场调研
- (3) 浙江鲜切花市场调研

7.6.5 浙江花卉行业重点地区市场

- (1) 杭州花卉市场调研
- (2) 绍兴花卉市场调研
- (3) 宁波花卉市场调研

7.6.6 浙江花卉行业发展机遇与前景

7.7 辽宁花卉行业发展分析

7.7.1 辽宁花卉行业发展概况

- (1) 辽宁花卉行业配套政策
- (2) 辽宁花卉行业区域格局
- (3) 辽宁花卉行业发展特点
- (4) 辽宁花卉行业种植面积

7.7.2 辽宁花卉行业经营情况分析

- (1) 辽宁花卉行业经营模式
- (2) 辽宁花卉行业经营规模
- (3) 辽宁花卉行业销售及出口分析

7.7.3 辽宁花卉行业科研进展

7.7.4 辽宁花卉细分市场发展分析

- (1) 辽宁鲜切花市场调研
- (2) 辽宁种球市场调研
- (3) 辽宁盆花市场调研

7.7.5 辽宁花卉行业重点地区市场

- (1) 大连花卉市场调研
- (2) 开原花卉市场调研

7.7.6 辽宁花卉行业发展机遇与前景

第8章：中国花卉行业领先企业分析

8.1 中国花卉重点企业布局梳理及对比

8.2 中国花卉重点企业布局案例分析

8.2.1 云南丽都花卉发展有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.2 云南英茂花卉产业有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.3 玉溪明珠花卉股份有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

2) 盈利能力分析

3) 营运能力分析

4) 偿债能力分析

5) 发展能力分析

- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.4 云南锦苑花卉产业股份有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况

- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.5 昆明虹之华园艺有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.6 夏溪花木市场控股有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业种植规模情况
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业销售渠道分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.7 成都三邑园艺绿化工程有限责任公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业种植规模情况
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业销售渠道分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.8 成都温江青春园林绿化有限责任公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况

- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.9 西昌天喜园艺有限责任公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业股权结构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业产品结构及研发动向
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.10 广州绿航农业科技有限公司

- (1) 企业发展基本简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业种植规模情况
- (4) 企业产品简介
- (5) 企业销售渠道分析
- (6) 企业研发实力
- (7) 企业竞争优劣势分析

第9章：中国花卉行业投融资与趋势分析

9.1 中国花卉行业投融资风险分析

9.2 中国花卉行业投融资状况分析

9.3 中国花卉行业趋势预测分析

第10章：中国花卉行业发展机会与策略建议

10.1 花卉行业发展存在的问题分析

10.1.1 花卉行业发展存在的障碍

- (1) 自主知识产权的种苗少
- (2) 进入世界主要消费市场困难重重

10.1.2 花卉行业产业链升级障碍

- 10.1.3 花卉行业模式的转型障碍
- 10.1.4 花卉行业物流体系建设障碍
- 10.2 中国花卉行业投资机会分析
 - 10.2.1 销售渠道投资机会
 - 10.2.2 细分市场投资机会
 - 10.2.3 区域市场投资机会
- 10.3 中国花卉行业授信机会分析
 - 10.3.1 花卉行业融资渠道分析
 - 10.3.2 花卉行业授信风险分析
 - 10.3.3 花卉行业授信机会分析
 - 10.3.4 花卉行业授信建议分析
- 10.4 花卉市场营销策略分析
 - 10.4.1 投资建设市场准确定位策略
 - 10.4.2 市场经营管理方式策略
 - 10.4.3 市场设施与环境建设策略
 - 10.4.4 产品种类定位策略
 - 10.4.5 品牌塑造战略
 - 10.4.6 营销渠道策略
 - 10.4.7 促销策略
 - 10.4.8 人员策略

第11章：中国花卉市场分析分析

- 11.1 居民消费特征分析
 - 11.1.1 用于装饰占比大
 - 11.1.2 混合花束与单品花束受居民偏爱
 - 11.1.3 居民买花频率逐渐提高
 - 11.1.4 居民够买花卉费用不高
- 11.2 消费者分析
 - 11.2.1 不同消费群体分析
 - 11.2.2 消费者心理分析
- 11.3 建议与对策
 - 11.3.1 产品组合方案

11.3.2 价格方案

11.3.3 渠道方案

11.3.4 促销方案

11.3.5 宣传策略方案

(1) 广告促销

(2) 人员促销

(3) 网络促销

图表目录

图表1：国家统计局对花卉行业的定义与归类

图表2：中国花卉行业分类

图表3：花卉行业专业术语介绍

图表4：本报告研究范围界定

图表5：本报告权威数据资料来源汇总

图表6：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明

图表7：中国花卉行业监管体系构成

图表8：中国花卉行业主管部门

图表9：中国花卉行业自律组织

图表10：截至2022年中国花卉行业标准体系建设（单位：项）

图表11：截至2022年中国花卉行业现行国家标准

图表12：截至2022年中国花卉行业现行行业标准

图表13：截至2022年中国花卉行业现行地方标准

图表14：截至2022年中国花卉行业现行企业标准

图表15：截至2022年中国花卉行业现行团体标准

图表16：截至2022年中国花卉行业现行标准属性分布（单位：项，%）

图表17：截至2022年中国花卉行业正在制定标准汇总

图表18：中国花卉行业重点标准解读

图表19：截至2022年中国花卉行业相关重点政策汇总

图表20：截至2022年中国花卉行业国家层面发展规划汇总

图表21：政策花卉有关花卉行业发展重点

图表22：《关于加快推进设施种植机械化发展的意见》有关花卉行业发展意见

图表23：花卉行业主要发展机会

图表24：《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
关于中国花卉行业建设规划

图表25：《全国花卉产业发展规划（2011-2020年）》中花卉产业发展主要指标

图表26：政策环境对中国花卉行业发展的影响总结

图表27：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表28：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%）

图表29：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）

图表30：2019-2022年中国PPI变化情况（单位：%）

图表31：2010-2022年中国第一产业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表32：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表33：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表34：2016-2021年中国GDP与花卉行业零售规模相关性

图表35：2016-2021年中国第一产业增加值与花卉行业零售规模相关性

图表36：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V35043VGFW.html>