



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国花卉市场分析及发展趋势报告

一、调研说明

《2009年中国花卉市场分析及发展趋势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/28606.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

引言

花卉业是世界各国农业中唯一不受农产品配额限制的产业，被誉为“朝阳产业”。近10多年来，世界花卉业以年平均26.的速度增长，远远超过世界经济发展的平均速度，是最具有活力的产业之一。

中国花卉业起步于20世纪80年代初期。最初6.花卉基本未形成一定的“商品”量，在种植业中所占的比重微乎其微。经过近20年的恢复和发展，取得了长足的进步，花卉生产初具规模，全国花卉生产面积从1986年的2万hm²，产值7亿元左右，到2000年全国花卉栽培面积达到15.76.hm²，居世界首位，总产值127.6.亿元，销售额达160亿元;到2001年花卉种植面积达25.60万hm²，销售额216.85.元，出口额8003.4.美元。

目录

第一章 花卉产业的基本概念

- 1.1 花卉
- 1.2 花卉产业的定义
- 1.3 花卉产业的特征
- 1.5.花卉产业化研究

第二章 国际花卉业现状

- 2.1 世界花卉生产与销售概况
- 2.2 世界花卉业发展现状
 - 2.2.1世界花卉生产和贸易情况
 - 2.2.2世界花卉消费市场情况
- 2.3 生产、经营与流通
- 2.4.消费需求
- 2.5.新技术应用
- 2.6 发展特色

第三章 中国花卉产业现状

- 3.1 中国花卉业发展史
 - 3.1.1 恢复阶段(1978~1989年)
 - 3.1.2 快速发展阶段(1990~1997年)
 - 3.1.3 巩固和提高阶段(1998~至今)
- 3.2 中国花卉产业现状

- 3.2.1 中国花卉产业现状
- 3.2.2 中国花卉业特点
- 3.3 中国花卉业与亚洲其他国家比较
 - 3.3.1 与日本花卉业的关系
 - 3.3.2 与韩国花卉业的关系
 - 3.3.3 与泰国花卉业的关系
 - 3.3.4.与印度花卉业的关系
 - 3.3.5.新加坡和马来西亚花卉业现状
- 3.4.中国花卉主产区特点比较
 - 3.4.1 云南花卉业
 - 3.4.2 广东和广州花卉业
 - 3.4.3 上海花卉业
 - 3.4.5.浙江花卉业
 - 3.4.6.江苏花卉业
 - 3.4.6 河南花卉业
 - 3.4.7 山东花卉业
 - 3.4.8 福建花卉业
 - 3.4.9 中国台湾花卉业
 - 3.4.10 他省份花卉业
- 3.5.北京花卉业
 - 3.5.1 北京花卉业生产统计
 - 3.5.2 北京花卉生产产区
 - 3.5.3 北京花卉业产品结构
 - 3.5.4.切花生产
 - 3.5.5.盆花生产
 - 3.5.6 种球、种苗生产
 - 3.5.7 花灌木生产
 - 3.5.8 草坪草生产
 - 3.5.9 北京花卉业综合
 - 3.5.10 北京花卉流通
 - 3.5.11 北京花卉消费调研
 - 3.5.12 奥运对北京城市绿化发展的需要及对北京花卉业的推动作用

3.5.13 2008-2016.发展预测

第四章 花卉行业市场状况

4.1 花卉价格波动

4.2 最新花卉报价

4.3 地区差价

第五章 中国花卉业产销情况

5.1 中国花卉生产

5.1.1 中国花卉生产面积和产值

5.1.2 中国花卉进出口情况

5.1.3 中国花卉品种结构

5.1.4.中国花卉保护地情况

5.1.5.中国花卉生产布局

5.1.6 中国花卉经营实体

5.2 花卉生产因素

5.2.1 需求

5.2.2 收益

5.2.3 自然条件

5.2.4.技术进步

5.3 中国花卉的供给弹性

5.3.1 短期供给

5.3.2 长期供给

5.4.中国花卉的生产组织

5.4.1 龙头带动型

5.4.2 基地推动型

5.4.3 市场辐射型

5.4.4.技术进步型

5.4.5.出口型

第六章 中国花卉业消费情况

6.1中国花卉业消费水平

6.2 收入对购花的影响

6.3 购买时间对经营者的影响

6.4.鲜花购买品种趋向

6.4.购买目的(用途)

6.6 购买途径

6.7 购买者送花对象

6.8 对插花艺术的关注程度

6.9 消费者购花价格

第七章 中国花卉业流通状况

7.1 花卉流通渠道

7.1.1 自产自销渠道

7.1.2 生产者—零售商—消费者的渠道

7.1.3 生产者—批发商—零售商—消费者的渠道

7.1.4.生产者—代理商—零售商—消费者

7.1.5.生产者—代理商—批发商—零售商——消费者的渠道

7.2 市场类型

7.2.1 农贸市场

7.2.2 专业批发市场（产地）

7.2.3 消费专业批发市场

7.2.4.花店

7.3 交易方式

7.4.花卉交易主体

7.4.1 农民

7.4.2 农民合作组织

7.4.3 花卉生产企业

7.4.4.花卉贩运商

7.4.5.产地集货商

7.5.中国花卉零售业现状

7.5.1 传统零售花店

7.5.2 超市花店

7.5.3 网上花店

7.5.4.连锁花店

7.5.5.各种经营模式比较

第八章 中国花卉业存在的主要问题与对策

8.1 中国花卉业存在的主要问题

- 8.1.1 研究开发工作落后
- 8.1.2 技术推广普及滞后
- 8.1.3 贮运、营销及售后服务落后
- 8.1.4.信息服务落后

8.2 对策与建议

- 8.2.1 加强科研
- 8.2.2 加快科技成果转换
- 8.2.3 建设市场体系
- 8.2.4.信息咨询系统

第九章 中国花卉业的存在的问题及发展趋势

9.1 中国花卉业的特点及优势

- 9.1.1 种质资源及自然资源优势
- 9.1.2 劳动力资源优势
- 9.1.3 市场潜力优势
- 9.1.4.花文化优势

9.2 目前花卉业发展中存在的问题

- 9.2.1 政策
- 9.2.2 技术
- 9.2.3 产业组织

9.3 中国花卉业发展趋势

- 9.3.1 花卉生产发展趋势
- 9.3.2 技术发展趋势
- 9.3.3 不断完善花卉市场体系

9.4.七种苗木花卉市场前景

附录

花店经营法六则

中国2005.各地区花卉产业各品种与相关情况一览表（一）

中国2005.各地区花卉产业各品种与相关情况一览表（二）

2005.中国花卉产业投资情况统计

附录赠送：全国约16.家花卉及相关企业情报（年销售额、产品种类及产量、从业人员、企业性质、联系方式、企

业简介、商标或品牌、经营项目等)

主要图表目录

图1-1 中国花卉种植结构

表2-1 1996-2000年世界花卉外销产值

表2-2 2003年全球花卉生产分布

图2-3 196.-1996.世界花卉贸易与荷兰花卉进出口增长情况

图2-5.世界花卉生产和贸易情况

表2-6.2000年世界各国人均花卉消费额(欧元)

表3-1 1978-2006.中国花卉综合统计资料

图3-2 1978-2006.全国花卉生产面积、产值趋势图

表3-3 中国主要花卉产区的种植结构

表3.4.中国主要花卉产区

表3.5.日本进口花卉品种及进口来源

表3.5 2008年中国花卉主产区产值情况

表3-7 中国2005.各地区花卉产业总产值统计排序

表3-8 2003-2006年北京市花卉生产情况

表3-9 北京市2006年全部花卉生产情况

表3-10 2002-2003年北京生产的花卉产品产值(万元)

表3-11 近年北京切花产量和产值

表3-12 近年北京盆花产量和产值

表3-13 近年北京种球/苗产量和产值

表3-15.近年北京花灌木产量和产值

表3-16.北京近年草坪草产量和产值

表3-16 2005.北京花卉交易市场统计

表3-17 2005.至2006年北京市鲜切花出口品种情况

表3-18 北京市2005.至2006年非洲菊、菊花、玫瑰出口量(kg)增长趋势

表3-19 北京市2005.至2006年非洲菊、菊花、玫瑰出口额(美元)增长趋势

表5.1 2006年花卉产销情况表(种植面积、销售量和出口额)

图5.2 1978-2006.全国花卉生产面积、产值趋势图

表5.3 中国主要花卉进口结构

表5.5.中国主要花卉出口结构

表5.6.中国花卉出口境内货源地

表5.6 中国花卉种植结构

表5.7 中国主要花卉产区的种植结构

表5.8 中国主要花卉产区

表5.9 2006年鲜切花主要品种产销情况

表5.10 2006年中国鲜切花种植面积比重情况

表5.11 2006年中国鲜切花销售量（按枝）比重情况

表5.12 2006年中国鲜切花销售额比重情况

表5.13 1998-2006.全国花卉产品结构变化 单位:%

表5.15.2006.全国花卉产品销售结构图

表5.16.2006年花卉保护地栽培情况

图5.16 2006年花卉保护地栽培分布情况（按面积）

图5.17 2006.全国花卉保护地构成比例

图5.18 1998-2006.全国花卉保护地变化情况

表5.19 2006.全国花卉综合实力10强省市 单位:%

表5.20 2006年花卉生产经营实体情况

表5.21 中国1998-2006.花卉生产经营实体情况

表6.1 1998-2006.中国花卉消费情况

图6.2 收入水平对消费者购花影响

图6.3 购买时间的调查

图6.5.鲜花购买品种调查

图6.6.购买目的调查

图6.6 购买途径的调查

图6.7 送花对象调查

图6.8 对插花艺术了解程度

图6.9 是否因插花艺术太差更换花店

图6.10 购买价格是否超100元顾客数量

图6.11 消费者支出

表7-1 2005.中国各地区花卉市场情况

图7-2 花卉流通途径示意图

表7-3 经营模式的价值链

表7-5.各种经营模式顾客价值实现比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/28606.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。