

# 中国鲜花电商行业及用户 研究报告

2018年



海量行研报告免费读



## 传统鲜花产业存在供需信息不畅通、流通环节过多等痛点

随着我国居民人均收入的进一步提高，鲜花消费总量提升，但传统鲜花产业在种植结构、技术效率、采后管理、交易流通等多方面存在痛点，无法匹配迅速发展的消费市场。



## 消费升级带动投资环境向消费端倾斜，鲜花消费场景和消费路径发生改变

2013至2017年期间，鲜花电商领域共完成融资47笔，大部分是集中在B轮以前的中早期投资，相对应融资金额以千万级及以下居多。从时间上看，15、16两年是资本市场投资的热潮期，包括上市在内，15年共有17笔融资活动，16年15笔，占到五年间总体融资活动的68%。



## 鲜花电商规模存在巨大增量市场，2021年预计规模接近500亿元

人均收入的提升，促进了鲜花消费的逐渐兴起。除了礼品鲜花等存量市场向高端化、品质化方向的转变。2015年陆续入场的日常鲜花企业，开辟了鲜花消费快消化时代化。2017年中国鲜花电商行业总体市场规模为124.1亿元。随着消费习惯的养成，加上冷链物流等基础设施的完善成熟，预计2021年市场规模接近500亿元。



## 供应链规划、运营效率及成本把控，是决定鲜花电商的成败关键

鲜花电商供应链的核心相比传统交易模式，更加注重规范化和标准化，以保证鲜花品质。具体运营当中，物流和人工是目前最主要的费用，特别是物流，高成本的冷链物流应用比例加大。因此在物流方案设计上，需要根据订单规模、鲜花品类、区位因素等合理规划。长远来看一旦消费习惯养成、物流等基础设施配套完善以后，C端市场将释放更大动能。



## 未来鲜花电商需要精耕细跟，不断完善供应链管理与服务

鲜花电商短期内可以依靠渠道便捷性、交易链条短等模式优势迅速打开市场，但针对单个鲜花电商企业而言，物流成本、产品耗损、品质管控、用户体验等多方面的因素都要去考虑，只有针对每个细分点更加纵深、精细化的挖掘，才能保证企业正常运营的情况下更快发展。

# 行业界定及核算口径

## 行业界定

- **鲜花电商**：搭建互联网平台对接上游种植（种植商/花农）和下游消费者（花店/个体），提供鲜花采购、销售、物流运输等服务，使得供需双方的交易行为全面线上化，包括B2B、B2C和O2O三种模式。
- **鲜切花**：鲜切花又称切花，是指从活体植株上切取的，具有观赏价值，用于制作花篮、花束、花环、花圈、瓶插花、壁花，以及胸饰花等花卉装饰的茎、叶、花、果等植物材料。
- **永生花**：永生花是使用玫瑰等品类的鲜切花，经过脱水、脱色、烘干、染色等一系列复杂工序加工而成的干花，永生花无论是色泽、形状、手感几乎与鲜花无异，颜色更为丰富，用途更高，保存时间至少3年

## 核算口径

- **商品品类**：包括鲜切花、永生花及花器等周边商品，不包括绿植、盆栽、珠宝首饰等。
- **消费模式**：包括线上下单统一发货、线上下单转单线下花店，不包括去到鲜花电商企业开设的线下花店实体消费。

中国鲜花产业全链条分析	1
中国鲜花电商路径优化及模式分析	2
中国鲜花电商消费者洞察	3
典型鲜花电商业务形态及模式分析	4
中国鲜花电商未来发展趋势	5

# 鲜花消费全链条图示

## 2017年鲜花消费全链条图示



注：

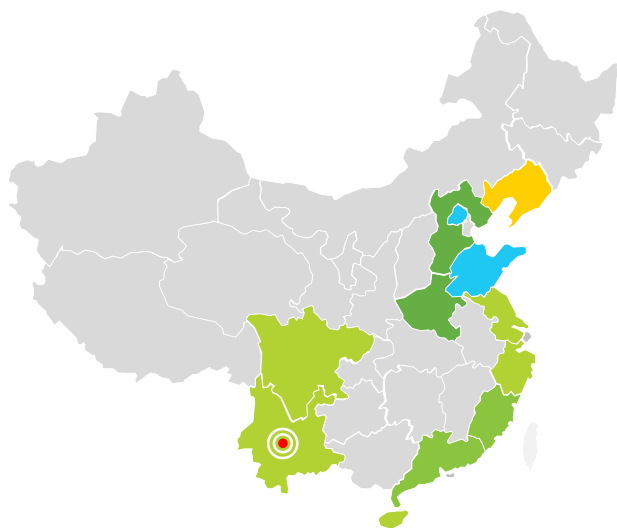
一、鲜花电商进货渠道分为：1) 交易市场/批发商采购（多发生在初期无规模化优势时，也有为弥补产地货源不足，或采购某种需求量较小的特定单品）2) 产地直采（规模化发展后）

二：To C模式中包括电商直接发货以及线上将订单转接给线下花店两种形式

## 产区相对集中，全国70%鲜切花来自云南

我国重点花卉产区已经初步形成，品种结构进一步优化。区域化产业形成了以云南、四川、江苏、浙江、海南为重点的南方热带、亚热带花卉产区；以广东、福建为重点的南方热带观叶植物产区等。目前，以昆明为主的云南鲜切花在国内市场占有超过70%，在香港市场的占有率达到40%，全国每10枝鲜切花中就有7枝产自昆明，出口市场涵盖亚洲、欧洲、美洲、大洋洲40多个国家和地区。

### 中国重点花卉产区分布



南方热带、亚热带花卉产区

代表地区：云南、四川、江苏、浙江、海南



南方热带观叶植物产区

代表地区：广东、福建



观赏苗木产区

代表地区：浙江、四川、河南、河北



北方花卉产区

代表地区：北京、山东、河北



东北花卉产区

代表地区：辽宁



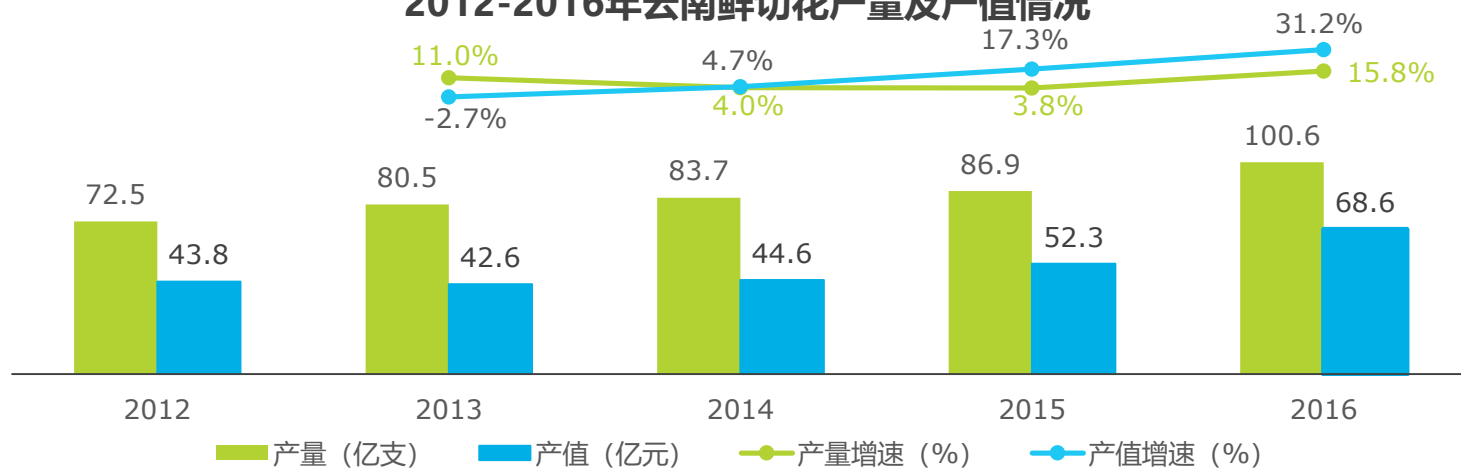
全国超过 **70%** 的鲜切花来自 **云南**

## 云南鲜切花市场蓬勃发展，产量产值创新高

2016年云南鲜切花产量100.6亿支，相较去年同期增长15.8%。2017年云南鲜切花市场总产值超过68亿元，增速高达31.2%，持续三年保持正向高速增长。

- 艾瑞分析认为，云南鲜切花产量提升的主要原因在于：1) 种植面积的扩张，花卉生产区域由滇中为主向禄劝、江川、通海、玉溪、石林、宜良、弥勒、泸西、陆良等地拓展；2) 规模化的企业运作方式，生产管理、种植技术等生产方式得到改善，减少恶劣天气及病虫害影响，且适合优质种苗及新品种的生产，优质花率高，产量稳定。但由于大部分土地仍掌握在个体花农手中，只有积极推动土地流转，再加上资本的投入，才能真正释放生产力。
- 总产值方面，由于消费升级以及电商兴起，培育了新的消费群体和消费习惯，有利拓展了终端消费需求市场。且电商对花的品质要求较高，好花难求，因此拉动价位上涨。且下游消费端对高品质、新品种鲜花的需求，影响上游品种结构调整，例如传统玫瑰种植面积减少，洋桔梗、绣球等新品种种植面积扩大，行情走俏等，相应带来产值提升。由于目前鲜花消费市场远未饱和，未来五年内，产值会进一步增长。但随着市场教育的进一步完善，消费者对鲜花价格逐渐熟知，以及生产面积、效率趋于稳定，加上市场价格监督体系规范化，产值将保持平稳趋势。

2012-2016年云南鲜切花产量及产值情况



来源：云南年鉴，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

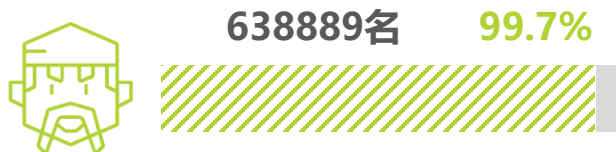
# 种植结构

## 个体花农为主体，规模化企业增势明显

区别于相对集中的产区模式，目前我国花卉产业种植端呈现“小、散、杂”的特征。以云南为例，2016年个体花农超过60万人，占比99.7%。规模化花卉企业仅有2136家，占比0.3%。个体花农数量之多与地区的产业发展历史有关，自新中国成立以来，农村土地经营政策经历多个阶段，发展成家庭联产承包责任制，云南自90年代引进商品花卉开发与种植起，土地的承包权和经营权即掌握在个体农户手中。政府鼓励农民将手中土地的经营权转让出去，进行连片种植和机械耕作，提高产量和质量。但目前花农收入尚可，因此土地流转政策在推行过程中，存在农户传统的土地情结，不愿冒风险现象，再加上流转实施细则缺乏统一规定，操作不规范等原因，流转难度增大，继而影响规模化经营。

但随着消费端市场的蓬勃发展加上当地政策、资金的扶持，一方面花农收入稳步提升，另一方面也促进了大型花卉企业的兴起，从效率和品质维度带动整个产业良性发展。

### 2016年云南花农与花卉企业数量对比



### 2011-2016年云南花农收入情况

11 40% 12 8% 13 10% 14 10% 15 10% 16 10%

### 2011-2016年云南花卉企业数量

11 10% 12 10% 13 10% 14 10% 15 10% 16 10%

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21276](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21276)

