

2022-2028年中国盆栽植物 电商行业发展趋势与投资策略报告

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

《2022-2028年中国盆栽植物电商行业发展趋势与投资策略报告》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/202201/266650.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

盆栽系由中国传统的园林艺术变化而来，对于观赏植物的栽培来说，起源于我国古代园林造景，以摹仿自然山水景色营造园林。盆栽产业链主要是由盆栽产品和生产技术研发、肥料和农药提供、盆栽种植、盆栽产品加工、盆栽产品销售等环节组成。上游包括花卉苗木产品和生产技术的研发企业，土壤介质、花卉苗木资材、花卉苗木肥料和花卉苗木农药厂商等；下游包括盆栽经销商、代理商、花卉市场、园林绿化公司、终端消费者等。

盆栽容易抑制花卉的营养生长，促进植物的发育，在适当水肥管理条件下常矮化，节间短而枝叶繁密，并促其多花。2016年我国盆栽植物种植面积为10.58万公顷，2017年我国盆栽植物种植面积约为10.68万公顷，2018年我国盆栽植物种植面积在10.85万公顷左右。

2016年我国盆栽植物销售数量为70.84亿盆，2017年我国盆栽植物销售总量为71.70亿盆，2018年我国盆栽植物销售总量在72.05亿盆左右。2008-2018年我国盆栽植物种植面积及销售总量走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国盆栽植物电商行业发展趋势与投资策略报告》共八章。首先介绍了中国盆栽植物电商行业市场发展环境、盆栽植物电商整体运行态势等，接着分析了中国盆栽植物电商行业市场运行的现状，然后介绍了盆栽植物电商市场竞争格局。随后，报告对盆栽植物电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国盆栽植物电商行业发展趋势与投资预测。您若想对盆栽植物电商产业有个系统的了解或者想投资中国盆栽植物电商行业，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家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 盆栽植物行业发展概述第一节 盆栽植物简介一、盆栽植物的定义二、盆栽植物的特点三、盆栽植物的优缺点四、盆栽植物的难题第二节 盆栽植物发展状况分析一、盆栽植物的意义二、盆栽植物的应用第三节 盆栽植物产业链分析一、盆栽植物的产业链结构分析二、盆栽植物上游相关产业分析三、盆栽植物下游相关产业分析 第二章 互联网环境下盆栽植物行业的机会与挑战第一节 2019年中国互联网环境分析一、网民基本情况分析（一）总体网民规模分析（二）分省网民规模分析（三）手机网民规模分析（四）网民属性结构分析二、网民互联网应用状况（一）信息获取情况分析（二）商务交易发展情况（三）交流沟通现状分析（四）网络娱乐应用分析第二节 互联网环境下盆栽植物行业的机会与挑战一、互联网时代行业大环境的变化二、互联网直击传统行业消费痛点三、互联网助力企业开拓市场四、电商成为传统企业突破口第三节 互联网盆栽植物行业的改造与重构一、互联网重构行业的供

应链格局二、互联网改变生产厂商营销模式三、互联网导致行业利益重新分配四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 盆栽植物与互联网融合创新机会孕育一、电商政策变化趋势分析二、电子商务消费环境趋势分析三、互联网技术对行业支撑作用四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 盆栽植物所属行业发展现状分析第一节 盆栽植物行业发展现状分析一、盆栽植物行业产业政策分析二、盆栽植物行业发展现状分析三、盆栽植物行业主要企业分析四、盆栽植物行业市场规模分析

第二节 盆栽植物行业市场前景分析一、盆栽植物行业发展机遇分析二、盆栽植物行业市场规模预测三、盆栽植物行业发展前景分析

第四章 盆栽植物所属行业市场规模与电商未来空间预测第一节 盆栽植物电商市场规模与渗透率

2013年我国绿植盆栽电商渠道渗透率只有0.41%，到2018年达到了9.56%。2016-2018年中国绿植盆栽电商渠道渗透率一、盆栽植物电商总体开展情况二、盆栽植物电商交易规模分析三、盆栽植物电商渠道渗透率分析

第二节 盆栽植物电商所属行业盈利能力分析一、盆栽植物电子商务发展有利因素二、盆栽植物电子商务发展制约因素三、盆栽植物电商行业经营成本分析四、盆栽植物电商行业盈利模式分析五、盆栽植物电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测一、盆栽植物电商行业市场空间测算二、盆栽植物电商市场规模预测分析三、盆栽植物电商发展趋势预测分析

第五章 盆栽植物企业互联网战略体系构建及平台选择第一节 盆栽植物企业转型电商构建分析一、盆栽植物电子商务关键环节分析（一）产品采购与组织（二）电商网站建设（三）网站品牌建设及营销（四）服务及物流配送体系（五）网站增值服务二、盆栽植物企业电子商务网站构建（一）网站域名申请（二）网站运行模式（三）网站开发规划（四）网站需求规划

第二节 盆栽植物企业转型电商发展途径一、电商B2B发展模式二、电商B2C发展模式三、电商C2C发展模式四、电商O2O发展模式

第三节 盆栽植物企业转型电商平台选择分析一、盆栽植物企业电商建设模式二、自建商城网店平台（一）自建商城概况分析（二）自建商城优势分析三、借助第三方网购平台（一）电商平台的优劣势（二）电商平台盈利模式四、电商服务外包模式分析（一）电商服务外包的优势（二）电商服务外包可行性（三）电商服务外包前景五、盆栽植物企业电商平台选择策略

第六章 盆栽植物行业电子商务运营模式分析第一节 盆栽植物电子商务B2B模式分析一、盆栽植物电子商务B2B市场概况二、盆栽植物电子商务B2B盈利模式三、盆栽植物电子商务B2B运营模式四、盆栽植物电子商务B2B的供应链

第二节 盆栽植物电子商务B2C模式分析一、盆栽植物电子商务B2C市场概况二、盆栽植物电子商务B2C市场规模三、盆栽植物电子商务B2C盈利模式四、盆栽植物电子商务B2C物流模式五、盆栽植物电商B2C物流模式选择

第三节 盆栽植物电子商务C2C模式分析一、盆栽植物电子商务C2C市场概况二、盆栽植物电子商务C2C盈利模式三、盆栽植物电子商务C2C信用体系四、盆栽植物电子商务C2C物流特征五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 盆栽植物电子商务O2O模式分析一、盆栽植物电子商务O2O市场概况二、盆栽

植物电子商务O2O优势分析三、盆栽植物电子商务O2O营销模式四、盆栽植物电子商务O2O潜在风险 第七章 盆栽植物主流网站平台比较及企业入驻选择第一节 绿趣园艺网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析第二节 绿植网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析第三节 中国鲜花贸易网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析第四节 花卉网一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析 第八章 盆栽植物企业进入互联网领域投资策略分析第一节 盆栽植物企业电子商务市场投资要素()一、企业自身发展阶段的认知分析二、企业开展电子商务目标的确定三、企业电子商务发展的认知确定四、企业转型电子商务的困境分析第二节 盆栽植物企业转型电商物流投资分析一、盆栽植物企业电商自建物流分析(一)电商自建物流的优势分析(二)电商自建物流的负面影响二、盆栽植物企业电商外包物流分析()第三节 盆栽植物企业电商市场策略分析 图表目录：图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率图表：2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率图表：2015-2019年我国网络零售市场交易规模图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度图表：移动端网购增长仍处爆发阶段图表：移动端网购占比大幅提升图表：传统盆栽植物消费存在的“痛点”图表：盆栽植物电子商务重构供应链流程图表：中国电商相关政策汇总图表：2015-2019年盆栽植物电商交易规模趋势图图表：2015-2019年盆栽植物电商市场渗透率趋势图图表：2022-2028年盆栽植物电商交易规模预测趋势图图表：2022-2028年盆栽植物电商市场渗透率预测趋势图更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266650.html>