

# 2021-2026年中国互联网+鲜花市场深度分析及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国互联网+鲜花市场深度分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/forestry/734602.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

随着中国鲜花电商行业的快速发展，鲜花电商供应方已形成了三个梯队。主打高端的品牌为 roseonly、野兽派等；平价大众品牌有泰迪鲜花、FLOWERPLUS花+、春舞枝花卉、花集、花点时间等；而综合电商的玩家有主流电商平台淘宝网、天猫网、京东商城等。

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 电子商务与“互联网+”

#### 第一节 电子商务发展分析

- 一、电子商务基本定义
- 二、电子商务发展阶段
- 三、电子商务基本特征
- 四、电子商务支撑环境
- 五、电子商务基本模式
- 六、电子商务规模分析

#### 第二节 “互联网+”的相关概述

- 一、“互联网+”的提出
- 二、“互联网+”的内涵
- 三、“互联网+”的发展
- 四、“互联网+”的评价
- 五、“互联网+”的趋势

### 第二章 互联网环境下鲜花行业的机会与挑战

#### 第一节 2020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 互联网环境下鲜花行业的机会与挑战

- 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 互联网鲜花行业的改造与重构

- 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 鲜花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 鲜花行业发展现状分析

##### 第一节 鲜花行业发展现状分析

- 一、鲜花行业产业政策分析
- 二、鲜花行业发展现状分析
- 三、鲜花行业主要企业分析
- 四、鲜花行业市场规模分析

##### 第二节 鲜花行业市场前景分析

- 一、鲜花行业发展机遇分析
- 二、鲜花行业市场规模预测
- 三、鲜花行业发展前景分析

#### 第四章 鲜花行业市场规模与电商未来空间预测

##### 第一节 鲜花电商市场规模与渗透率

- 一、鲜花电商总体开展情况
- 二、鲜花电商交易规模分析
- 三、鲜花电商渠道渗透率分析

##### 第二节 鲜花电商行业盈利能力分析

- 一、鲜花电子商务发展有利因素
- 二、鲜花电子商务发展制约因素
- 三、鲜花电商行业经营成本分析

#### 四、鲜花电商行业盈利模式分析

#### 五、鲜花电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

#### 一、鲜花电商行业市场空间测算

#### 二、鲜花电商市场规模预测分析

#### 三、鲜花电商发展趋势预测分析

## 第五章 鲜花企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 鲜花企业转型电商构建分析

#### 一、鲜花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、鲜花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 鲜花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 鲜花企业转型电商平台选择分析

#### 一、鲜花企业电商建设模式

#### 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、鲜花企业电商平台选择策略

### 第六章 鲜花行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 鲜花电子商务B2B模式分析

##### 一、鲜花电子商务B2B市场概况

##### 二、鲜花电子商务B2B盈利模式

##### 三、鲜花电子商务B2B运营模式

##### 四、鲜花电子商务B2B的供应链

#### 第二节 鲜花电子商务B2C模式分析

##### 一、鲜花电子商务B2C市场概况

##### 二、鲜花电子商务B2C市场规模

##### 三、鲜花电子商务B2C盈利模式

##### 四、鲜花电子商务B2C物流模式

##### 五、鲜花电商B2C物流模式选择

#### 第三节 鲜花电子商务C2C模式分析

##### 一、鲜花电子商务C2C市场概况

##### 二、鲜花电子商务C2C盈利模式

##### 三、鲜花电子商务C2C信用体系

##### 四、鲜花电子商务C2C物流特征

##### 五、重点C2C电商企业发展分析

#### 第四节 鲜花电子商务O2O模式分析

##### 一、鲜花电子商务O2O市场概况

##### 二、鲜花电子商务O2O优势分析

##### 三、鲜花电子商务O2O营销模式

##### 四、鲜花电子商务O2O潜在风险

### 第七章 鲜花主流网站平台比较及企业入驻选择

#### 第一节 爱尚鲜花

##### 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

##### 五、网站发展策略分析

#### 第二节 Roseonly

##### 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

### 五、网站发展策略分析

#### 第三节 花集网

##### 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

##### 五、网站发展策略分析

#### 第四节 Flower+

##### 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

##### 五、网站发展策略分析

#### 第五节 中礼鲜花网

##### 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

##### 五、网站发展策略分析

### 第八章 鲜花企业进入互联网领域投资策略分析

#### 第一节 鲜花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 鲜花企业转型电商物流投资分析

##### 一、鲜花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、鲜花企业电商外包物流分析

#### 第三节 鲜花企业电商市场策略分析

#### 图表目录：

图表：2016-2020年中国网民规模及互联网普及率

图表：2016-2020年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2016-2020年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2016-2020年我国网络零售市场交易规模

图表：2016-2020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：传统鲜花消费存在的“痛点”

图表：鲜花电子商务重构供应链流程

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/forestry/734602.html>