



头豹
LeadLeo

2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

花卉经济新潮流：鲜花电商如何通过创新技术满足个性化消费体验 头豹词条报告系列

季报

季昊森 等 4 人

2024-07-26

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[批发和零售业/零售业/货摊、无店铺及其他零售业](#) [综合性企业/综合企业](#)

关键词：[鲜花](#) [鲜花电商](#) [鲜花冷链](#) [日常性鲜花消费](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>鲜花电商行业，作为数字化零售新领域，通过互联网...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>从业务模式维度，鲜花电商行业市场分为B2B、B2C...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>鲜花电商行业特征包括以下4点：1.需求旺盛、消费群...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>鲜花电商行业目前已达到3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>鲜花电商行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>鲜花电商行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 鲜花电商行业依托互联网平台和冷链物流技术，实现花卉产品线上销售与配送，采用多样化商业模式，市场规模持续增长。2023年中国市场规模超1,000亿元，预计将持续扩大。行业以年轻消费群体为核心，呈现日常化消费趋势，同时面临供应链、质量、物流等挑战。随着消费升级和物流水平提高，鲜花电商行业有望实现更多元化、个性化的市场供给，未来发展前景广阔。

行业定义^[1]

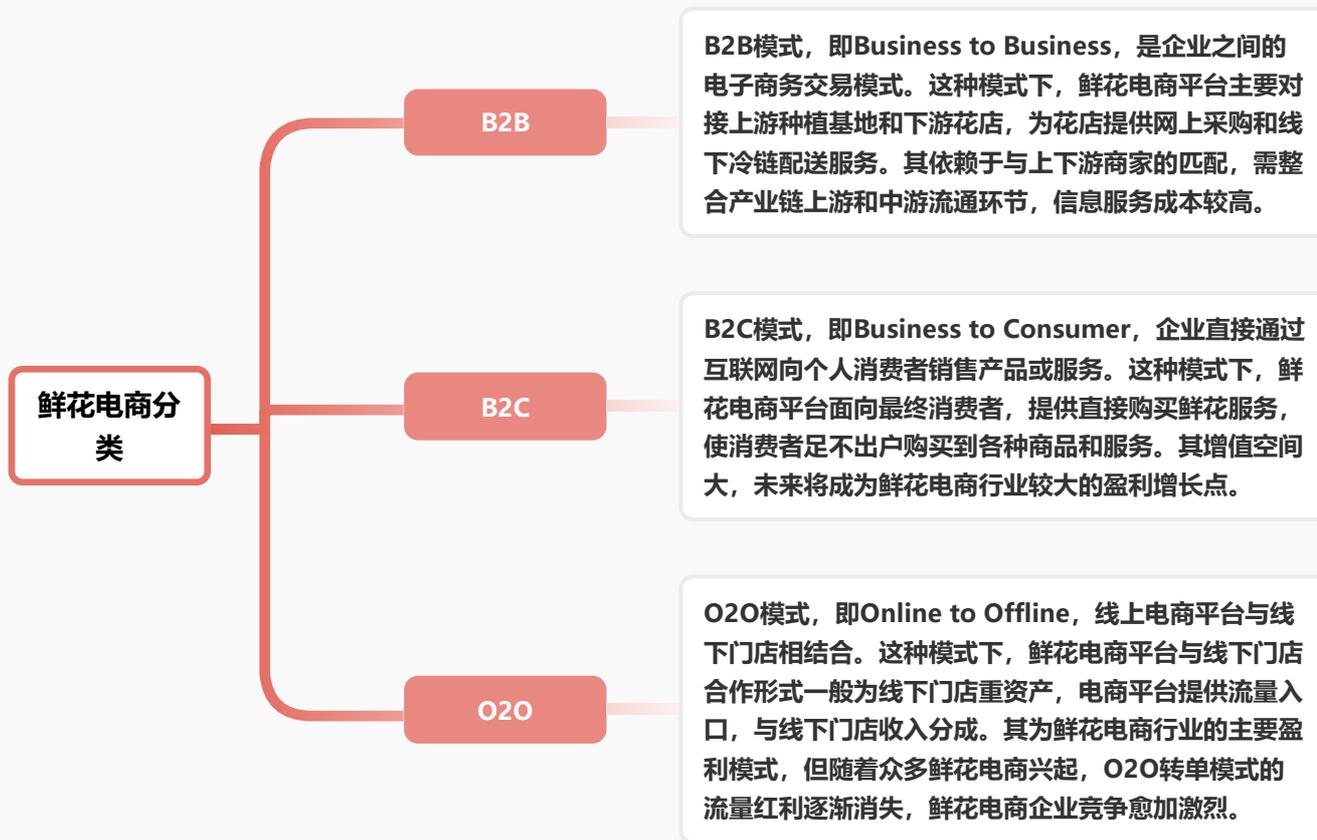
鲜花电商行业，作为数字化零售新领域，通过互联网平台和现代冷链物流技术实现花卉产品线上销售和配送服务，采用B2B、B2C和O2O等多样化商业模式。其中，O2O模式将线上电商与线下门店相结合，实现订单差价和佣金收益。鲜花经济以年轻消费群体为核心，展示出日常化消费趋势。鲜花电商行业不断创新技术和模式，数字经济赋能即时零售、直播带货为行业带来新发展动力。同时随着消费者对精神层面需求日益关注和互联网技术广泛应用，行业未来发展前景广阔，拥有巨大发展潜力与市场吸引力，有望实现更多元化、个性化的市场供给。

[1] 1: <https://kns.cnki.net> 2: <https://kns.cnki.net> 3: 中国知网; 中国花卉报...

行业分类^[2]

从业务模式维度，鲜花电商行业市场分为B2B、B2C和O2O模式。

鲜花电商行业市场基于业务模式分类



[2] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: <https://kns.cnki.net> | 3: <https://kns.cnki.net> | 4: 中国知网; 会计师; 电...

行业特征^[3]

鲜花电商行业特征包括以下4点：1.需求旺盛、消费群体年轻化；2.产业全链条相对高效；3.面临供应链、质量、物流等问题；4.竞争激烈。

1 需求旺盛，且消费群体年轻化

近年鲜花电商行业呈现持续升温的趋势，尤其是在女性消费者和年轻群体中，鲜花消费以日常悦己形式快速增长。鲜花产品逐渐转化为大众日常消费品，其中消费者主要购买目的是表达感情，表明客户需求多

样且受情感驱动。鲜花电商平台与线下实体店相比，具有可选性、多样性、便捷性、价格优惠等多种优势。

2 鲜花电商产业全链条相对高效

在传统交易中，鲜花从花农手中到消费者手中，需经过交易市场、一级和二级批发商等，流转时间长，损耗和加价严重。而鲜花电商利用互联网，直通消费者和花农，大幅缩短中间交易环节，减少鲜花损耗，让利上下游。同时，促进花农创收，节约花店运营成本，使消费者买到低价鲜花。鲜花电商行业线上线下相结合，突出体现了O2O商业模式。

3 仍面临供应链、质量、物流等问题

鲜花电商行业零售环节交易时间长、鲜花损耗严重、高额加价凸显供应链效率问题。传统运输方式缺乏专业第三方冷链物流服务公司，运输过程中物流技术和保鲜设备落后，易出现挤压、破箱情况，导致鲜花损耗严重。随着鲜花消费需求增长、物流等基础设施发展，行业采用创新技术提高配送效率、优化仓储管理，根据订单分布情况布设前置仓，保证鲜花品质。

4 竞争激烈

鲜花电商行业入局者大量增加，相关企业数量众多。2020年后，以盒马鲜生为代表的生鲜电商平台纷纷开展鲜花生意，以抖音直播间为代表的鲜花直播也逐渐成为潮流，鲜花电商赛道烽火不断。随着互联网发展，鲜花电商行业逐渐形成，行业内部竞争激烈。

[3] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: <https://kns.cnki.net> | 3: <https://zhuanli.tia...> | 4: <https://kns.cnki.net> | 5: <https://kns.cnki.net> | 6: 中国知网; 商业观察; ...

发展历程^[4]

鲜花电商行业自2007年兴起以来，经历萌芽期（2007-2012年）、高速发展期（2013-2015年）和震荡期（2016年-至今）三个发展阶段，目前正处于震荡期。2007年鲜花电商行业兴起；2013年-2015年行业规模迅速扩大，竞争日趋激烈；2016年以来各平台获得大量资本融资；2018年第三方电商平台和抖音等直播平台开始涉足鲜花业务，行业内部竞争进一步加剧；2023年垂直鲜花电商行业陷入发展困局。

萌芽期 · 2007~2012

2007年花集网上线；2008年爱尚鲜花上线，爱丽丝花艺生活馆上线；2011年御芬园鲜花上线，91鲜花网上线，花在开上线；2012年Roseonly上线。

在萌芽期，鲜花电商行业以B2B模式为主，以小型创业公司和个体经营者为主，其利用互联网平台开展鲜花销售业务，打破传统花店的地域限制，为消费者提供更多选择和便利。但由于技术水平和市场认知度有限，行业发展相对缓慢。

高速发展期 · 2013~2015

2013年赫拉公主上线，野兽派上线，钟爱鲜花上线，花田小憩上线；2014年宜花，花娃上线，花卉猫上线；2015年Flowerplus花加上线，花点时间上线，鲜花说上线，24鲜花在线上线。

在高速发展阶段，随着互联网技术和电子商务的发展以及生活质量的提高、消费观念的改变，鲜花电商行业迎来爆发式增长，行业竞争日趋激烈，各大平台纷纷通过优化供应链、提升用户体验、加强品牌建设等措施争夺市场份额。

震荡期 · 2016~

2016年爱尚鲜花上市，Flowerplus花加、花点时间、鲜花说完成A轮融资；2017年花集网A轮融资，花点时间B轮融资，Flowerplus花加A+轮融资；2018年美团推出线上买花闪送服务，此后淘宝、京东等第三方电商平台和抖音等直播平台开始涉足鲜花业务，叮咚买菜、盒马等生鲜电商跨界而来；2019年Flowerplus花加B+轮融资，爱尚鲜花退市；2021年花点时间完成C轮1亿人民币投资，鲜花电商行业投资金额共7.63亿元，仅次于2015年的投资金额；2022年12月国务院办公厅发布《“十四五”现代物流发展规划》，中共中央、国务院发布《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》，指导冷链物流发展，赋能鲜花电商行业；2023年Flowerplus花加停业整顿。

在震荡期，鲜花电商行业机遇与挑战并存。各平台先后获得大量资本融资，C端消费市场亟待挖掘，未来将释放更大潜力动能，促进鲜花电商行业的进一步发展。行业内部竞争加剧，垂直鲜花电商行业陷入发展困局。鲜花电商行业易损耗、保鲜期短等问题亟待解决。

[4] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: <https://kns.cnki.net> | 3: <https://kns.cnki.net> | 4: <https://kns.cnki.net> | 5: <https://kns.cnki.net> | 6: <https://kns.cnki.net> | 7: 中国知网；中国花卉报...

鲜花电商行业市场行业**产业链上游为鲜花供应商**，提供优质鲜花原材料，保证鲜花供给充足；**产业链中游为鲜花电商平台**，依托互联网平台链接鲜花供应商和消费者；**产业链下游为鲜花电商用户**，线上购买鲜花，消费需求多样。^[8]

鲜花电商行业产业链主要有以下核心研究观点：^[8]

产业链上游种植技术与基础设施欠缺，产业效率待提高。

目前中国花卉产业种植端呈现“小、散、杂”的特征，规模化种植主体不足，种植主体以个体花农为主。截至2023年8月11日，全国共有1,842,666家正常经营状态的花卉种植相关企业，云南省有106,378家，占全国花卉种植相关企业总数的5.77%。个体化、分散化为主的种植结构产业效率较低，主要体现在品种研发、量产稳定性、品质等维度。

产业链中游竞争相对激烈。

鲜花电商行业竞争激烈，新兴企业不断涌现，龙头企业占据市场优势。平台之间通过差异化特色和营销策略来获取以及保留用户。目前，中国现存鲜花电商相关企业超2万家。即时零售、本地生活、直播、网购平台等头部企业纷纷入局，在抖音、快手等平台的直播间，以每束9.9元、19.9元在直播间引流的商家纷纷涌现。

产业链下游环节消费者需求多样，增长空间大。

2023年七夕前，鲜花外卖订单同比增长50%，北京等城市增长显著。全国“异地”鲜花外卖订单较2019年增3.3倍，比去年增40%。鲜花经济消费兴起，随着“悦己经济”和“情感经济”的崛起，消费者画像女性居多，消费需求多样。女性用户占比从42%增至47%，订单量同比升70%，北京、青岛等地女性订单增长超50%。^[8]

上 产业链上游

生产制造端

鲜花供应商

上游厂商

[浙江森禾集团股份有限公司 >](#)

[云南锦苑花卉产业股份有限公司 >](#)

[云南英茂花卉产业有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

种植面积方面：鲜花种植面积持续扩大，供应能力持续增强。

在2010-2023年间中国花卉种植面积总体呈上升趋势，种植面积由2010年的76.4万公顷上升至2023年的166万公顷，鲜花种植面积不断扩大。中国目前已成为世界最大的花卉生产基地，花卉面积占世界花卉生产总面积的33%。中国花卉消费量每年以20%的速度递增，随着消费水平的不断提高和

悦己经济的兴盛发展，鲜花生活化已经成为一种主要消费趋势。加上花卉种植利润较高，因此鲜花种植面积将会持续扩大，供应能力将进一步增强，保证供给充足。

种植主体方面：规模化种植主体不足，种植主体以个体花农为主，以公司为投资主体的种植行为不断增多。

截至2023年8月11日，全国共有1,842,666家正常经营状态的花卉种植相关企业，其中云南省有106,378家，占全国花卉种植相关企业总数的5.77%。自90年代起，云南个体花农数量逐步增多，规模化种植主体占比不大，花卉种植专业性不强，规范化程度较低。随着生产成本上升和市场竞争加剧，自2020年至今，公司型农场因规模经营的优势逐渐成为主流。其中电商平台上，大型种植基地得到投资，与中小农户签订长期供应合同，确保鲜花供应稳定，并占有了54.6%的鲜花销售额。

中 产业链中游

品牌端

鲜花电商平台

中游厂商

云南锦苑花卉产业股份有限公司 >

北京东方园林环境股份有限公司 >

花加（上海）贸易有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链中游说明

行业竞争层面：鲜花电商市场的竞争激烈，各平台通过不同的品牌特色和营销策略来争夺市场份额。

目前从高端定制类和日常快消类两种消费类型来看，市场竞争和品牌特色呈现两种情况。1. 高端定制类鲜花电商平台：这类平台主打高端标准化鲜切花销售，主要针对追求品质生活的消费者。例如，诺誓与顺丰合作，提供快速配送和24小时送达服务。这些平台品牌独特，定价较高，目标用户清晰。2. 日常快消类鲜花电商平台：这类平台主要针对日常消费市场，提供高性价比的鲜花产品。例如，爱尚鲜花定价分为五档，满足不同消费者的需求。日常快消类平台的品牌特色在于高性价比和便捷的服务，目标消费者更广泛。有30.8%的用户选择鲜花电商平台消费是因为价格优惠，仅11.85%的用户认为鲜花电商平台服务到位，快消类平台在中国鲜花市场仅占5%。

电商模式方面：电商模式各有利弊，未来各模式的融合发展是鲜花电商行业的发展趋势。

目前中国鲜花电商主要采用B2B、C2C和O2O三种模式。其中，O2O模式结合线上线下的服务，让消费者能在线浏览花艺图片、下单，同时享受线下实体店的体验和配送服务，具有获取信息更加便捷、试错成本更低、价格更透明的优点，也具有线下消费能力不足，商家资质审核不严格的缺点。B2B模式在鲜花电商行业中涉及对上下游商家的匹配，需要整合产业链上游和中游的流通环节，信息服务成本较高，但也具有规模效应强，采购成本低的优点。B2C模式线上直接面向消费者，取消线下网点，

具有成本低，个性化服务强的优点，但也具有商家资质难以确定，产品质量难以保证的缺点。发挥各模式专长，降低商家成本，从不同方面激发消费者购买热情，是各鲜花电商未来的共同努力方向。

产业链下游

渠道端及终端客户

消费者

渠道端

[抖音有限公司 >](#)

[北京抖音信息服务有限公司 >](#)

[鲜花电商用户](#)

[查看全部 v](#)

产业链下游说明

消费者对鲜花的应用方面：在消费升级的大环境下，消费者对鲜花应用场景不断增多。

鲜花不仅是生活中的装饰品，更是消费者情感表达的载体，常用于各种场合以传递祝福和情感。2023年七夕前，鲜花外卖订单同比增长50%，北京等城市增长显著。全国“异地”鲜花外卖订单较19年增3.3倍，比去年增40%，北京消费者对外订单量全国前三。女性用户占比从42%增至47%，订单量同比升70%，北京、青岛等地女性订单增长超50%。鲜花不仅作为礼品，也更多地被消费者为自己购买，体现了自我愉悦和女性消费力的提升。

消费者对鲜花电商平台的评价方面：消费者对商品质量较为重视，对商家服务质量要求较高。

“悦己经济”发展下，消费者更加注重购物体验感。鲜花质量及其相关配送、售后服务是消费者评价的重要指标。目前鲜花电商仍存在主要问题：59.5%的用户收到的鲜花与预订不符，56.3%的用户收货时鲜花已枯萎，54.5%的用户面临配送超时问题。29.7%的用户对售后服务不满意，投诉后未获得满意回应。用户的认可和口碑对鲜花电商市场的发展有重要影响。

[5] 1: <https://www.stats...> | 2: <https://kns.cnki.ne...> | 3: <https://kns.cnki.ne...> | 4: <https://kns.cnki.ne...>

5: <https://kns.cnki.ne...> | 6: <https://kns.cnki.ne...> | 7: 国家统计局; 知网; 《...

[6] 1: <https://www.stats...> | 2: <https://kns.cnki.ne...> | 3: <https://kns.cnki.ne...> | 4: 知网; 《财讯》

[7] 1: <https://kns.cnki.ne...> | 2: <https://kns.cnki.ne...> | 3: 国家统计局 国家林业和... | 4: <https://www.stats.gov...>

5: <https://www.forestry.g...>

[8] 1: <https://kns.cnki.ne...> | 2: <https://kns.cnki.ne...> | 3: 知网; 《财讯》; 中国...

[9] 1: <https://www.chinai...> | 2: 国家统计局、国家林业... | 3: <https://www.thepaper...> | 4: <https://www.forestry.g...>

- [10] 1: 国家统计局、国家林业... 2: <https://www.forestry.g...> 3: <https://www.stats.gov...> 4: <https://www.forestry.g...>
5: <https://www.thepaper....>
- [11] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网; 中国花卉园艺
- [12] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: 知网
- [13] 1: <https://kns.cnki.ne...> 2: <https://www.sohu....> 3: 中国商界
- [14] 1: <https://blog.csdn....> 2: <https://www.jwvie...> 3: csdn、中新经纬

行业规模^[15]

2018年—2023年，鲜花电商行业市场规模由371.61亿人民币元增长至1,425.40亿人民币元，期间年复合增长率30.85%。预计2024年—2028年，鲜花电商行业市场规模由1,612亿人民币元增长至1,718.03亿人民币元，期间年复合增长率1.61%。^[19]

鲜花电商行业市场规模历史变化的原因如下：^[19]

互联网技术普及与发展推动鲜花电商行业快速增长。

21世纪以来，中国网民数量稳步提高，带动移动互联网接入流量消费快速增长。截至2023年，中国累计建成开通5G基站293.7万个，5G移动电话用户达6.76亿户，蜂窝物联网终端用户超过21.2亿户。同年，中国网上零售额7.16万亿元，同比增长13.1%，其中，农村网络零售额达1.12万亿元，同比增长12.5%。在当今网络快速发展的信息化时代中，在线支付、订单管理等技术手段，使交易愈加便捷、高效，减少中间环节，降低交易成本，从而提高交易效率。2022年抖音电商共助力28.3亿单农特产品销往全国。其中，云南鲜花产业相关商家同比增长4倍，同期消费者数量增长3倍。2022年抖音直播间以云南昆明为主产区的鲜花园艺行业的主播、创作者数量增长近6倍。互联网打破地域限制，让鲜花电商将业务拓展到全国乃至全球，增加潜在客户群体，拓展市场范围，推动鲜花电商行业快速增长。

人民消费水平与对鲜花的消费意愿度均有所提高，持续推动鲜花电商规模扩大。

21世纪以来，中国经济持续保持较快增长。2023年，全国居民人均可支配收入39,218元，比上年名义增长6.3%。同年，中国社会消费品零售总额47.15万亿元，比2022年增长7.2%。最终消费支出拉动经济增长4.3个百分点，比2022年提高3.1个百分点，对经济增长的贡献率为82.5%，提高43.1个百分点。随着人民消费水平提高，消费者愈加愿意在生活中增添鲜花这类提升生活品质的产品，对鲜花的消费需求变得更加常态化、高频化。数据显示，云南昆明国际花卉拍卖交易中心的鲜切花，2023年成交量23.4亿枝，成交额25.65亿元，同比增长20%以上。在鲜花电商行业中，消费者可以根据自己的喜好定制鲜花产品，推动个性化消费发展，满足人民日益增长的美好生活需要，利于鲜花电商规模扩大。^[19]

鲜花电商行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[19]

“悦己经济”发展，平均单个消费者鲜花电商消费增加，鲜花电商规模预计扩大。

2023年，中国居民人均服务性消费支出达到12,114元，首次超过1.2万元，同比增长14.4%。居民服务性消费支出有所加快。初步预测，到2030年，全国居民服务性消费人均支出水平有望达到2.3万元，占比有望超过51%。由居民服务性消费占比提升，可见人民的悦己意识提高，买花悦己需求增加。伴随“90后”、“00后”加速成长为消费市场的主要群体，中高收入群体持续扩大，将放大“悦己经济”现象。这些群体作为“网络原住民”，对智慧化改造升级的要求日益强烈，希望通过数字赋能，更好满足个性化需求。数据显示，鲜花电商用户主要集中在26—40岁，具有本科及以上学历的用户占比超80%，教育程度高的年轻白领是鲜花消费主力。在Z时代等新时代人群带动下，鲜花电商规模预计扩大。

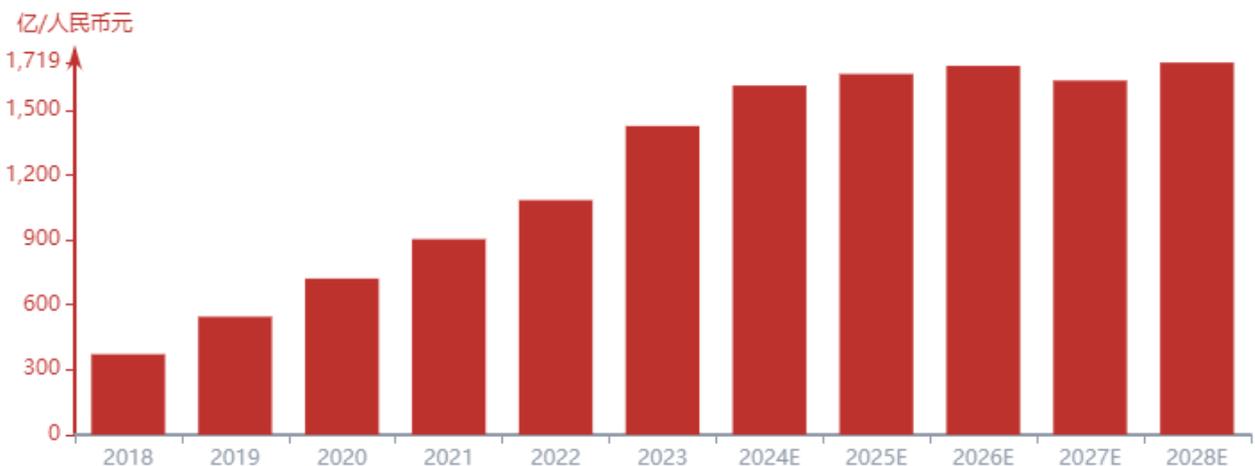
当代青年婚恋意愿降低，对于增加仪式感的鲜花需求降低，鲜花电商市场规模波动增长，增速下降。

生活成本的不断攀升，致使年轻人生活压力较大。2023年，全国居民人均消费支出26,796元，比上年名义增长9.2%，扣除价格因素影响，实际增长9.0%。同时工作学习压力大、生活节奏快以及社交圈固化等因素，使得年轻人多处于被动单身的状态。互联网上的婚恋负面声音时常被放大，在这种负面流量的冲击下，年轻人的婚恋意愿降低。2022年中国结婚登记人数总计683.5万对，相比2021年减少了80.8万对。第七次全国人口普查公报显示，2020年中国平均初婚年龄为28.67岁，较2010年的平均初婚年龄（24.89岁）推迟了3.78岁。从消费情况来看，2023年男性消费者买花送给伴侣的占比近40%。由于当代青年婚恋意愿下降，对于营造婚恋仪式感的鲜花需求相对降低，从而导致鲜花电商市场规模波动增长，增速下降。^[19]

鲜花电商市场行业规模

鲜花电商市场行业规模

鲜花电商市场行业规模



数据来源：知网；经理人

- [15] 1: <http://sc.people.c...> 2: <https://kns.cnki.ne...> 3: <https://kns.cnki.ne...> 4: <https://kns.cnki.ne...>
5: 人民网; 知网
- [16] 1: <http://sc.people.c...> 2: <https://www.stats....> 3: <https://kns.cnki.ne...> 4: <https://www.cnnic....>
5: <https://kns.cnki.ne...> 6: <https://kns.cnki.ne...> 7: 国家统计局; 知网; 人...
- [17] 1: <https://www.stats....> 2: <https://www.stats....> 3: <https://www.forest...> 4: <https://www.stats....>
5: <https://kns.cnki.ne...> 6: <https://kns.cnki.ne...> 7: <http://finance.peo...> 8: <https://www.ndrc....>
9: 国家统计局; 国家林业...
- [18] 1: <http://finance.peo...> 2: <https://www.stats....> 3: <http://hi.people.co...> 4: <https://www.ndrc....>
5: 人民网; 中国发改委
- [19] 1: <http://yn.people.c...> 2: <https://kns.cnki.ne...> 3: <http://yn.people.c...> 4: <https://kns.cnki.ne...>
5: <https://www.ccn.c...> 6: <https://www.stats....> 7: 人民网; 知网; 中国消...

政策梳理^[20]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进花卉业高质量发展的指导意见》	国家林业和草原局、农业农村部联合印发	2022-11-16	8
政策内容	1.提出花卉业发展目标。2.推进中国花卉业高质量发展。3.明确今后一段时期中国花卉业的主要任务。4.强化产品质量提升。			
政策解读	明确今后一个时期中国花卉业高质量发展的指导思想、基本原则、发展目标、主要任务和保障措施。目标到2025年，花卉种业创新体系基本建立，自主知识产权花卉品种市场占有率稳步提升，花卉产业布局结构更加优化，花卉科技创新能力大幅提升，花文化支撑作用明显增强，人民群众花卉消费意愿显著提高，花卉多种功能有效拓展，一二三产业协调发展，花卉业高质量发展格局基本形成。到2035年，花卉种业创新体系健全完善，主要商品花卉品种国产化水平大幅提升，产业布局结构更趋科学合理，质量效益显著提高，花卉出口稳步扩大，完备的花卉产业体系基本建成。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《全国花卉产业发展规划（2022—2035年）》	国家林业和草原局 农业农村部	2023-05-06	7
政策内容	提出了推进花卉种业自主创新、完善花卉产业链供应链体系、强化花卉科技创新驱动、提升花卉质量、加快花卉产业数字化、注重花文化引领、推动花卉消费升级等7个方面的发展战略，对全国花卉生产和市场进行了布局，明确了强化花卉种质资源保护体系建设、加强花卉种业创新平台建设等11项发展重点。			
政策解读	此政策为花卉种植业的供应链体系、产品质量、商品生产和市场布局进行了解释，明确了该行业的发展形势、发展思路、发展战略、发展布局、发展重点和保障措施等相关发展重点，对该行业高质量发展有极大的推动作用。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”现代物流发展规划》	国务院办公厅	2022-05-17	5
政策内容	快递物流、冷链物流、农村物流、即时配送等发展步伐加快，有力支撑和引领消费结构升级。统筹谋划物流设施建设、服务体系构建、技术装备升级、业态模式创新，促进现代物流与区域、产业、消费、城乡协同布局，构建支撑国内国际双循环的物流服务体系，实现物流网络高效联通。			
政策解读	关于鲜花电商行业，除互联网行业对网上平台的影响外，物流，尤其是冷链物流对花卉运输影响极大。完善的全国物流运输、储存体系和高效的冷链运输对该行业的现在乃至未来的发展有极大的有利影响。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进花卉产业高质量发展的实施意见》	南京市农业农村局	2024-01-08	4
政策内容	推进南京都市圈花卉产业高质量发展为目标，以做强做优为核心，以市场需求为导向，以科技创新为动力，优化产业布局，调整产业结构，壮大新型主体，培育优势产品，突出文化引领，打造优质品牌，推进产业集群发展、链式发展、融合发展，构建现代花卉产业体系，打造带动效应明显、经济效益显著的“美丽经济”。			
政策解读	该政策指导构建现代花卉种业发展体系、建设优势特色产区、提高设施生产水平、打造特色优势品牌、弘扬优秀花文化等花卉发展任务，引领全市的花卉产业发展，对鲜花电商起到促进作用。			

政策性质	鼓励性政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《推动花卉产业高质量发展的十条措施》	昆明市呈贡区人民政府办公室	2024-03-20	4
政策内容	围绕呈贡区“科研+交易+展示”的花卉产业发展定位，重点做好花卉产业延链、补链、强链工作，具体包括强化招商引资等。此外进一步促进鲜花电商企业发展，呈贡区电商产业园将重点支持包括花卉电商企业在内的地方优势产业。			
政策解读	呈贡区不断加大对花卉企业的扶持奖补力度，重点鼓励花卉外贸企业抱团取暖、积极拓展海外市场、培育花卉新品种、优化花卉外贸结构，促进花卉产业高质量发展。			
政策性质	鼓励性政策			

- [20] 1: 中国林业网 国家林业局 ... 2: <http://lyj.trns.gov.cn/lyx...> 3: <https://www.forestry.g...> 4: <https://www.gov.cn/zh...>
- 5: <https://www.gov.cn/g...> 6: <http://jnbusiness.jinan...> 7: <http://www.shandong...> 8: <https://nyncj.nanjing.g...>
- 9: <https://www.km.gov.c...>

竞争格局^[21]

鲜花电商行业市场竞争格局呈现以下特点：行业竞争激烈，大型电商平台占据主导，新型企业崛起，生鲜电商平台跨界竞争，线下实体店涉足线上。^[25]

鲜花电商行业市场呈现以下梯队情况：以森禾、锦苑花卉等为代表的拥有自主知识产权的优势花卉品种位列第一梯队，年产值突破亿元；以花加、野兽派等为代表的品牌形象良好的花卉电商品牌位列第二梯队；以东方园林、岭南股份为代表的花卉产值较小的园林企业位列第三梯队。^[25]

鲜花电商行业市场竞争格局的形成主要包括以下原因：^[25]

鲜花电商行业市场消费需求增长，吸引大电商平台进入该行业，大电商凭借平台和价格优势，挤压垂直小电商生存空间。

鲜花电商行业市场消费需求增长，除垂直鲜花电商外，传统电商也进入鲜花线上销售领域，竞争激烈。大电商凭借平台和价格优势，挤压花加等垂直小电商生存空间。淘宝、京东等综合电商平台在2019年先后上线业务，价格相对低廉，尤其在拼多多平台上，一束鲜花的价格低至10元。在盒马App上时令鲜花与果蔬列在同一频道，每束花价格在10元以内。以美团闪购鲜花为代表的即时零售鲜花零售模式也逐步成熟。数据显示，2023年七夕当

天，美团闪购的鲜花总订单量同比去年七夕增长近30%，环比520增长41%。花加等垂直鲜花电商缺乏对应的资源和能力，如平台、价格等，因此不断被大电商挤压生存空间。

为满足不断增长的线上需求、降低成本、增加盈利，线下实体店涉足线上。

随着互联网技术普及，消费者对鲜花的线上需求增多。相对线上而言，线下实体店通常面临房租成本高、客源范围狭小等问题。为满足不断增长的线上需求、降低成本、增加盈利，线下实体店涉足线上。以外卖平台为代表的即时零售成为盘活花店线上增量的一条可行之路。以饿了么平台为例，上海最初仅有几十家传统花店上线，如今提供外卖服务的鲜花门店已接近3,000家。特别是在礼品花束方面，“实体店+外卖”模式更占优势。例如，上海的礼品花束客单价高、需求大，具有本地化、即时性、定制程度高的特点，对花艺师的要求更高，且通常无法快递配送，只能通过外卖、跑腿等方式，配送范围在20公里以内。^[25]

鲜花电商行业市场、品牌竞争将逐步加剧，垂直小电商的市场空间将不断被稀释摊薄，整体上逐渐形成几大寡头垄断占据市场。^[25]

鲜花电商行业市场竞争格局的变化主要包括以下原因：^[25]

生鲜电商平台入局，挤压垂直鲜花电商生存空间。

盒马鲜生、叮咚买菜、美团买菜、每日优鲜等生鲜电商入局，凭借平台和价格优势，挤压垂直小电商生存空间。这些生鲜电商对接大量鲜花基地，在成熟生鲜供应链加持下对垂直鲜花电商形成降维打击。由于鲜花品类特殊，生命周期短，对物流配送时间、温度、湿度等要求严苛，但与生鲜运输异曲同工，生鲜电商凭借之前部署的前置仓、线下门店、冷链运输等，几乎无成本将物流体系迁移到鲜花业务上。除此之外，生鲜电商在鲜花品种和价格上也占据优势。叮咚买菜的鲜花类产品数量达100多种，且和水果在同一频道，每束鲜花价格在20元左右。盒马App的时令鲜花也与果蔬列在同一频道，每束鲜花价格在10元以内。于2021年成立的“盒马花园”已在全国范围布局鲜花产业链，陆续将昆明绣球、山东芍药、内蒙古沙漠蝴蝶兰等中高端小众花材引入门店，鲜花价格和货源渠道也日趋透明。对于花加、花点时间等垂直鲜花电商而言，99元包月已将其供应链逼到极限，花点时间7年才卖出7亿枝花。相比之下，叮咚买菜在2021年一年即卖出1.8亿枝花。垂直鲜花电商缺乏对应的资源和能力，如物流、流量等，因此不断被生鲜电商挤占生存空间。

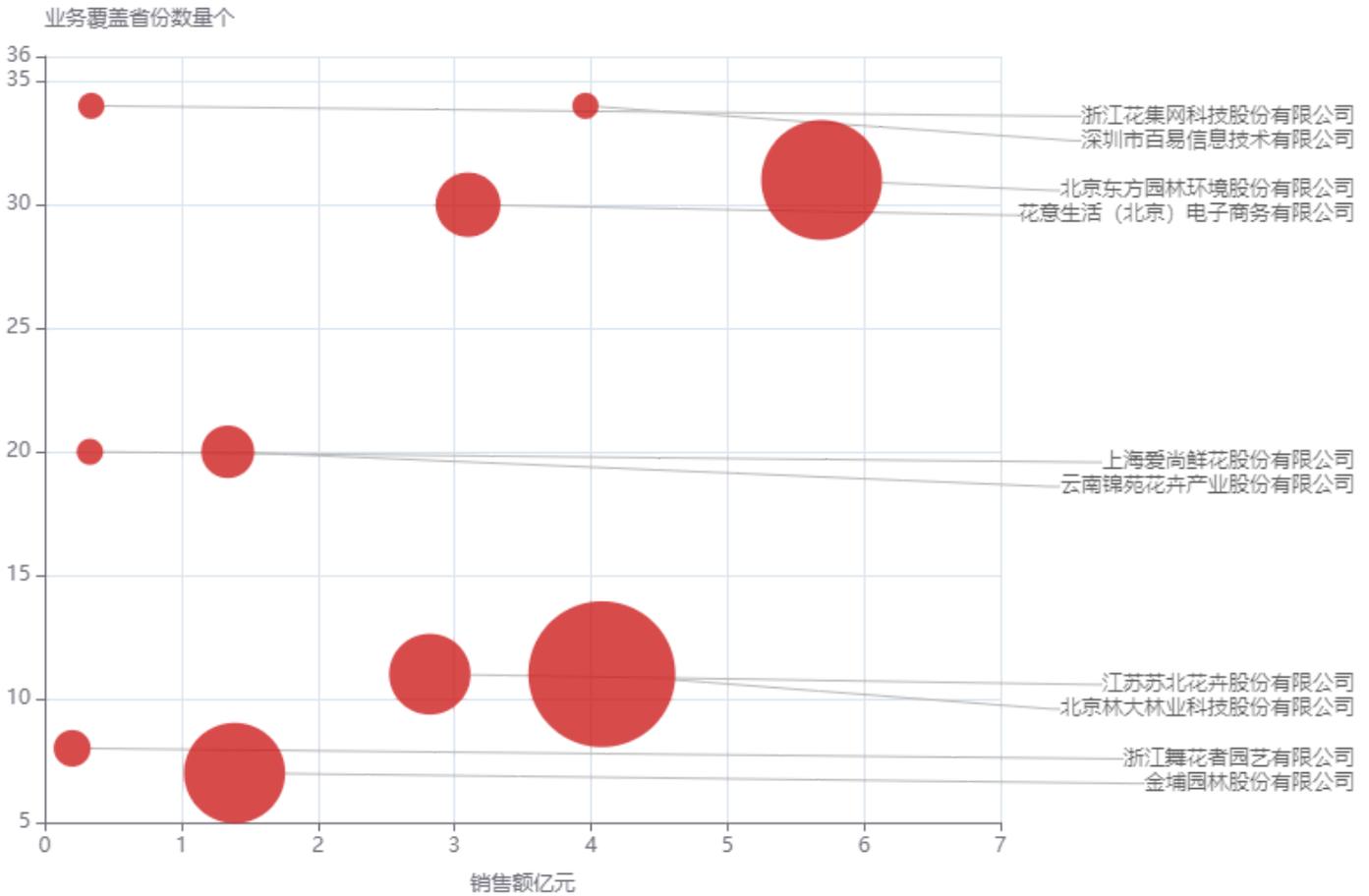
随着资本降温、融资困难，大电商凭借平台和价格优势薄利多销，垂直小电商的市场空间则不断被稀释摊薄。

近年来，即时零售平台入局、直播电商兴起，大电商凭借平台和价格优势，主要攻克中低端市场，薄利多销，进一步挤压垂直小电商生存空间。淘宝、京东等综合电商平台在2019年先后上线业务，价格相对低廉，尤其在拼多多平台上，一束鲜花的价格低至10元。以美团闪购鲜花为代表的即时零售鲜花零售模式也逐步成熟。数据显示，2023年七夕期间，美团闪购的鲜花总订单量同比去年七夕增长近30%，环比520增长41%，抖音电商鲜花销售额同比增长258%。由于资本降温、融资困难，用户忠诚度低、红包获客成本高等，垂直小电商陷入盈利难困境，难以支撑。以花加为例，其自成立以来累计获得6轮融资，融资总额约为2亿元人民币，融资规模处于行业前列。但自2019年10月B+轮融资后，其再未获得新的融资，2023年9月25日宣布因淡季、历史订单履约及银行还款压力而入不敷出，难以为继，进入停业整顿阶段。在获客成本、运营成本和技术投入方面，垂直鲜花电商平台

难以与综合电商平台、零售商竞争，因此其或难以支撑，停业倒闭，或转变为“供应链企业”，为大平台和零售商供货，或向线下实体店发展。 [25]

气泡大小表示：创新力(分)

[28]



上市公司速览

北京顺鑫农业股份有限公司 (000860)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	40.6亿元	-0.75	37.15

中节能铁汉生态环境股份有限公司 (300197)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.6亿元	-49.93	-14.76

海峡生物科技股份有限公司 (870345)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.7亿元	3.7亿元	29.06	8.60

金埔园林股份有限公司 (301098)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.4亿元	-13.86	28.41

山东登海种业股份有限公司 (002041)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
88.2亿元	2.3亿元	-11.57	26.07

甘肃省敦煌种业集团股份有限公司 (600354)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
29.2亿元	4.4亿元	26.20	37.97

北京林大林业科技股份有限公司 (833526)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

虹越花卉股份有限公司 (430566)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

6.9亿元 2.5亿元 -39.10 17.18

5.3亿元 6.2亿元 -0.92 25.47

乡村绿洲 (山东) 农业科技股份有限公司 (873550)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
- 6500.0万元 33.08 27.33

花木易购科技股份有限公司 (832902)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
1.1亿元 1.1亿元 -26.51 18.58

武汉绿岛园林股份有限公司 (831707)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
8500.0万元 4.0亿元 -1.94 20.28

广东新圆沉香股份有限公司 (836624)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
1900.0万元 100.0万元 -49.32 -12.85

东珠生态环保股份有限公司 (603359)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
20.9亿元 1.2亿元 -22.14 25.74

北京东方园林环境股份有限公司 (002310)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
- 3.5亿元 -31.71 -9.86

金霞环境 (872969)

总市值 营收规模 同比增长(%) 毛利率(%)
3.2亿元 8900.0万元 -19.75 12.09

- [21] 1: <https://kns.cnki.net> 2: <https://kns.cnki.net> 3: 中国报告大厅; 知网
- [22] 1: <https://www.stats.gov.cn> 2: <https://kns.cnki.net> 3: <https://kns.cnki.net> 4: 国家统计局; 国家林业...
- [23] 1: <https://kns.cnki.net> 2: <http://sc.people.com.cn> 3: <https://kns.cnki.net> 4: <https://kns.cnki.net>
5: <https://kns.cnki.net> 6: 中国新闻网; 知网; 人...
- [24] 1: <https://kns.cnki.net> 2: <https://kns.cnki.net> 3: <http://sc.people.com.cn> 4: <https://kns.cnki.net>
5: <https://kns.cnki.net> 6: <https://kns.cnki.net> 7: 知网; 人民网; 21世纪经...
- [25] 1: <https://kns.cnki.net> 2: <https://kns.cnki.net> 3: <https://kns.cnki.net> 4: <https://kns.cnki.net>
5: CNNIC; 知网; 21世纪经...
- [26] 1: <https://baike.baidu.com> 2: <https://aiqicha.baidu.com> 3: <https://www.tianyancha.com> 4: <https://www.tianyancha.com>
5: 百度百科; 爱企查; 天...
- [27] 1: <https://baike.baidu.com> 2: <https://mp.weixin.qq.com> 3: <https://zhuanli.tianchi.com> 4: <https://zhuanli.tianchi.com>
5: <https://zhuanli.tianchi.com> 6: <https://zhuanli.tianchi.com> 7: <https://zhuanli.tianchi.com> 8: <https://zhuanli.tianchi.com>
9: <https://www.tianyancha.com> 10: 百度百科; 天眼查

企业分析

1 金埔园林股份有限公司【301098】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	15840万人民币
企业总部	南京市	行业	土木工程建筑业
法人	王宜森	统一社会信用代码	91320100249798476X
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1998-06-26
品牌名称	金埔园林股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：建设工程设计；文物保护工程施工；文物保护工程设计；路基路面养护作业；公... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.67	0.89	0.92	0.79	0.72	0.56	0.58	0.86	0.65	-
资产负债率(%)	66.7414	59.3918	51.6365	57.0223	61.0664	64.7443	58.76	57.7085	64.7912	-
营业总收入同比增长(%)	11.477	-	38.691	50.4534	19.2386	12.0583	2.793	1.8386	2.353	-
归属净利润同比增长(%)	24.5545	-	37.777	61.6069	10.888	-12.8495	11.7532	-11.3988	-71.7836	-
应收账款周转天数(天)	198.555	256.4651	245.0146	231.8675	285.1903	345.4876	357.6088	370.336	397.955	-
流动比率	1.3495	1.591	1.8437	1.6803	1.6248	1.4761	1.6149	1.6138	1.8571	-
每股经营现金流(元)	-0.23	0.17	0.27	0.32	-0.19	-0.67	-1.3496	-0.613	-1.6861	-
毛利率(%)	23.3598	33.2687	31.5439	27.5706	27.8545	27.4718	28.887	32.2079	30.6117	-
流动负债/总负债(%)	100	90.4708	100	99.0629	96.1973	98.0333	99.2558	99.595	77.0029	-
速动比率	0.7585	0.7873	1.1226	1.0794	1.157	1.4308	1.5688	1.5721	1.7856	-

摊薄总资产收益率(%)	4.5484	4.0835	5.2481	7.1865	6.3313	4.3806	3.8341	3.0579	0.9308	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	72.7479	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-11.9446	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	13.17	10.59	11.33	16.67	15.72	12.06	11.56	7.03	1.92	-
基本每股收益(元)	0.53	0.49	0.63	0.99	1.1	0.96	1.04	0.71	0.13	0.09
净利率(%)	6.7648	10.5544	10.4849	11.2857	10.4801	8.1377	8.8944	8.1112	2.7907	-
总资产周转率(次)	0.6724	0.3869	0.5005	0.6368	0.6041	0.5383	0.4311	0.377	0.3336	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-	-15.4403	-	-	-	-
每股公积金(元)	-	-	-	2.8439	2.8439	2.8439	4.5939	4.5939	2.7294	-
存货周转天数(天)	176.6004	420.2662	301.1292	241.7891	250.2808	271.1252	440.9603	583.563	634.8087	-
营业总收入(元)	5.62亿	3.34亿	4.64亿	6.98亿	8.32亿	9.32亿	9.58亿	9.76亿	9.99亿	1.40亿
每股未分配利润(元)	-	-	-	2.3536	3.3452	4.1314	3.8271	4.4059	2.9905	-
稀释每股收益(元)	0.53	0.49	0.63	0.99	1.1	0.96	1.04	0.71	0.13	0.09
归属净利润(元)	3800.07万	3529.50万	4862.85万	7858.69万	8714.34万	7594.59万	8487.20万	7519.76万	2121.81万	1470.26万
扣非每股收益(元)	0.53	0.48	0.65	-	-	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	-0.23	0.17	0.27	0.32	-0.19	-0.67	-1.3496	-0.613	-1.6861	-

· 竞争优势

--



金埔园林是一家公园城市建设为核心的综合性园林企业，公司创建了“水、路、绿、景、城”五位一体城市生态环境整体提升运营模式，业务涵盖“公园城市”、“花园乡村”、“生态修复”、“古典园林”、“智慧管养”五大方向。公司利用本身的全产业链及所具有的工程承包资质等优势，构建了领先的行业地位和核心竞争力。

2 北京东方园林环境股份有限公司【002310】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	268546.2004万人民币
企业总部	北京市	行业	生态保护和环境治理业
法人	贾莹	统一社会信用代码	91110000102116928R
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1992-07-02
品牌名称	北京东方园林环境股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	水污染治理；研究、开发、种植、销售、养护园林植物；园林环境景观的设计、园林绿化工... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.8	0.82	0.68	0.69	0.58	0.83	1.14	1.54	5.77	-
资产负债率(%)	63.8299	60.6844	67.6196	69.3329	71.0943	70.7616	73.1473	85.1505	97.0713	-
营业总收入同比增长(%)	14.9819	59.162	77.792	-12.6949	-39.0831	7.7522	20.1832	-67.496	-83.3022	-
归属净利润同比增长(%)	-7.0723	115.2291	68.1338	-26.7227	-98.9669	-3085.79 12	-135.317 3	-402.173 6	12.6032	-
应收账款周转天数(天)	239.4891	187.3439	148.8895	222.7309	414.3862	375.2513	267.6155	786.8486	4474.259 9	-
流动比率	1.4899	1.5865	1.1276	0.9874	1.0643	1.1798	1.1813	0.7675	0.5877	-
每股经营现金流(元)	0.3646	0.5856	1.0898	0.019	-0.4943	-0.2779	0.281	-0.1013	-0.0937	-
毛利率(%)	32.3613	32.8293	31.5559	34.0686	29.1877	17.7224	9.3082	-24.6659	-325.288 1	-
流动负债/总负债(%)	85.7629	74.8634	89.6778	92.9972	83.872	73.2665	67.1387	84.1282	85.3277	-

速动比率	0.7529	0.7685	0.533	0.4218	0.4523	1.1581	1.1603	0.753	0.5759	-
摊薄总资产收益率(%)	3.9015	6.6238	7.5122	4.1213	0.0202	-1.0978	-2.5836	-14.1316	-13.4727	-
营业总收入滚动环比增长(%)	64.3997	69.6228	80.5104	14.3877	161.1927	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	221.6377	254.1056	227.0947	16.9237	716.6304	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	10.1	18.13	21.29	13.28	0.13	-4.05	-10.24	-74.45	-214.69	-
基本每股收益(元)	0.6	0.51	0.81	0.59	0.01	-0.18	-0.43	-2.17	-1.89	-0.11
净利率(%)	11.1525	16.1269	14.5843	11.9684	0.1074	-5.6062	-11.1552	-178.2411	-910.8884	-
总资产周转率(次)	0.3498	0.4107	0.5151	0.3444	0.1886	0.1958	0.2316	0.0793	0.0148	-
归属净利润滚动环比增长(%)	222.8101	254.2456	228.8256	99.7591	10920.2042	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.7114	0.6564	0.665	0.6687	0.623	0.6183	0.6156	0.6156	0.6119	-
存货周转天数(天)	621.9765	495.1176	366.4495	563.2921	972.1847	812.0911	623.053	1234.1447	1668.2113	-
营业总收入(元)	53.81亿	85.64亿	152.26亿	132.93亿	80.98亿	87.26亿	104.87亿	34.09亿	5.69亿	3.47亿
每股未分配利润(元)	3.1337	1.6122	2.3284	2.8178	2.7128	2.5274	2.0961	-0.07	-1.9624	-
稀释每股收益(元)	0.6	0.51	0.81	0.59	0.01	-0.18	-0.43	-2.17	-1.89	-0.11
归属净利润(元)	6.02亿	12.96亿	21.78亿	15.96亿	1648.68万	-492260346.93	-1158373779.68	-5817047624.77	-5082973431.64	-287998437.8
扣非每股收益(元)	0.59	0.49	0.85	0.49	-	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	0.3646	0.5856	1.0898	0.019	-0.4943	-0.2779	0.281	-0.1013	-0.0937	-

竞争优势



北京东方园林环境股份有限公司的竞争优势主要体现在其全产业链综合性服务能力、强大的融资能力、良好的企业信用评级、技术创新以及市场地位。

3 云南锦苑花卉产业股份有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	38818.584万人民币
企业总部	昆明市	行业	农业
法人	杨海涛	统一社会信用代码	915301002921435127
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2003-09-18
品牌名称	云南锦苑花卉产业股份有限公司		
经营范围	花卉、园艺作物、林木、蔬菜的培育、种植及花卉技术的研制、开发、咨询服务；花卉、蔬... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2014-12-31	昆明创投, 国信弘盛, 六禾致谦, 博信基金	未披露	战略融资	-	-
-	2010-03-01	常春藤资本	未披露	股权融资	-	-

股权融资

未披露
2010-03-01

战略融资

未披露
2014-12-31

· 竞争优势



注重将国外的先进技术与国内的研发体系相结合，在鲜花种植方面应用物联网技术，通过智能化管理和监控缩短生长周期；建设鲜花 e 交易平台，提升交易效益效率等。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13544093853（游先生）

电话：13080197867（李先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

 **头豹**  www.leadleo.com
LeadLeo  400-072-5588



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR



Copyright © 2024 头豹