



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国盆花行业市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国盆花行业市场运行态势及投资策略报告》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/250347.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

第一部分 行业环境分析

第一章 盆花产品市场环境深度调查	1
第一节 国际宏观经济环境研究	1
第二节 国内宏观经济环境研究	11
第三节 政策环境研究	42
一、全国花卉产业发展规划	42
二、解读《广东省花卉产业"十二五"发展规划》	67
三、《北京市花卉产业"十二五"发展规划》	69
四、《昆明市"十二五"花卉产业发展规划》	79
五、《中华人民共和国种子法》	97
六、《全国林业"十二五"发展规划》	113

第二章 盆花行业环境研究 147

第一节 产品所属行业概况	147
一、行业相关定义及分类	147
二、行业发展历程	148
第二节 盆花产品所属行业运行特点	153
一、行业所处生命周期	153
二、行业与宏观经济周期相关性	155
第三节 盆花产品定义及应用特点	155
第四节 盆花产业政策及产品标准	157

第二部分 行业市场分析

第三章 2014年我国盆花市场经济运行情况	159
第一节 2014年我国盆花市场发展基本情况	159
一、我国盆花市场发展现状分析	159
二、我国盆花行业市场特点分析	160
三、我国盆花行业技术发展状况	164
第二节 我国盆花市场存在问题及发展限制	168
第三节 我国盆花上游产业发展情况	171

第四章 2011-2014年中国盆花行业主要指标监测分析 174

第一节 2011-2014年中国盆花行业数据统计与监测 174

一、2011-2014年中国盆花行业企业数量增长 174

二、2011-2014年中国盆花行业从业人数调查 174

三、2011-2014年中国盆花行业总体销售收入 175

四、2011-2014年中国盆花行业利润总额 178

第二节 2011-2014年盆花市场产销率调查 179

一、工业总产值 179

二、销售产值分析 181

1、北京 181

2、广州 181

3、武汉 182

4、杭州 183

5、上海 184

6、沈阳 185

7、哈尔滨 186

三、产销率调查 187

第五章 盆花产业用户分析 189

第一节 盆花产业用户认知程度 189

第二节 盆花产业用户关注因素 189

一、功能 189

二、质量 190

三、价格 190

四、外观 191

五、服务 191

第三部分 行业竞争格局

第六章 2013-2014年中国盆花市场竞争格局分析 193

第一节 2013-2014年中国盆花市场竞争结构分析 193

一、中外盆花竞争分析 193

二、盆花价格竞争分析	195
三、盆花成本竞争分析	195
第二节 2013-2014年中国盆花行业集中度分析	196
一、市场集中度分析	196
二、区域集中度分析	196
第三节 2013-2014年中国盆花企业提升竞争力策略分析	197
第七章 2013-2014年中国盆花市场重点企业发展分析	202
第一节 杭州传化大地生物技术股份有限公司	202
一、企业概况	202
二、企业经营状况分析	202
三、企业竞争力分析	202
第二节 北京东方园林股份有限公司	203
一、企业概况	203
二、企业经营状况分析	205
三、企业竞争力分析	208
第三节 棕榈园林股份有限公司	209
一、企业概况	209
二、企业经营状况分析	210
三、企业竞争力分析	212
第四节 云南绿大地生物科技股份有限公司	213
一、企业概况	213
二、企业经营状况分析	214
三、企业竞争力分析	219
第五节 天津泰达股份有限公司	221
一、企业概况	221
二、企业经营状况分析	222
三、企业竞争力分析	226
第六节 广州市普邦园林配套工程有限公司	227
一、企业概况	227
二、企业经营状况分析	228
三、企业竞争力分析	230

第四部分 行业前景预测

第八章 2015-2020年盆花市场发展前景预测 231

第一节 国际盆花行业发展前景预测 231

一、国际盆花市场发展前景 231

二、2015-2020年国际盆花市场发展预测 235

第二节 我国盆花行业中长期预测 235

一、我国盆花市场发展前景 235

二、2015-2020年我国盆花市场发展预测 236

三、我国盆花中长期市场发展展望 236

第九章 国内盆花市场深度分析 237

第一节 盆花市场现状分析及预测 237

第二节 2015-2020年市场分析及预测 239

第三节 产品消费领域与消费结构分析 240

第四节 盆花价格趋势分析 241

第十章 行业发展战略研究 242

第一节 盆花行业发展战略研究 242

一、战略综合规划 242

二、技术开发战略 242

三、业务组合战略 246

四、区域战略规划 248

五、产业战略规划 258

六、营销品牌战略 259

七、竞争战略规划 262

第二节 对我国盆花行业品牌的战略思考 266

一、品牌的重要性 266

二、实施品牌战略的意义 267

三、企业品牌的现状分析 268

四、企业的品牌战略 269

五、品牌战略管理的策略 271

第三节 盆花行业经营策略分析	275
一、盆花行业市场细分策略	275
二、盆花行业市场创新策略	276
三、品牌定位与品类规划	277
四、盆花行业新产品差异化战略	279

第十一章 投资企业投资价值分析 283

第一节 SWOT分析	283
第二节 行业总结及投资建议	290

图表目录：

图表：2012-2014年世界经济增长趋势	2
图表：2010-2014年世界货物贸易量增长率	2
图表：2011-2014年全球经济增长率分析	7
图表：2013-2014世界各地区经济预测	7
图表：全球贸易总量和采购经理人指数	8
图表：2004-2014年二季度欧元区实际GDP	9
图表：2007-2014年美国GDP构成	10
图表：2012-2014年我国国内生产总值及增长情况	11
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业主营业务收入和利润总额增长情况	13
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业主营业务收入和主营利润增长情况	13
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业每百元主营业务收入成本与利润率	14
图表：2013-2014年我国不同所有规模以上工业经营状况	14
图表：2013-2014年我国制造业PMI指数变动情况	15
图表：2013-2014年我国制造业PMI分类指数	16
图表：2013-2014年我国非制造业商务活动指数变动情况	17
图表：2013-2014年我国非制造业PMI分类指数	17
图表：2013-2014年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度	18
图表：2014年我国社会消费品零售总额主要数据	19
图表：2013-2014年我国房地产开发投资增速	20
图表：2013-2014年我国房地产开发企业土地购置面积增速	20
图表：2013-2014年我国商品房销售面积及销售额增速	21

图表：2013-2014年我国房地产开发企业本年到位资金增速	21
图表：2013年2014年我国分区域房地产开发投资情况	22
图表：2013年2014年我国分区域房地产销售情况	22
图表：2013-2014年我国出口情况	23
图表：2013-2014年我国进口情况	23
图表：2012-2013年全国人口变化	24
图表：2012-2013年中国人口性别变化	24
图表：2012-2013年中国人口各年龄段变化	25
图表：2012-2013年中国人口城乡结构变化	25
图表：2012-2013年全国人户分离人口变化	26
图表：2012-2014年全国流动人口变化	26
图表：人口及其自然增长率变化情况	27
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业主营业务收入和利润总额增长情况	27
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业主营业务收入和主营利润增长情况	28
图表：2013-2014年我国规模以上工业企业每百元主营业务收入成本与利润率	29
图表：2013-2014年我国不同所有规模以上工业经营状况	30
图表：2013-2014年我国制造业PMI指数变动情况	30
图表：2013-2014年我国制造业PMI分类指数	31
图表：2013-2014年我国民间固定资产投资增速	31
图表：2013-2014年我国固定资产投资（不含农户）增速	32
图表：2013-2014年我国固定资产投资（不含农户）分地区增速	32
图表：2013-2014年我国固定资产投资（不含农户）到位资金增速	33
图表：1978年~2013年城镇城镇居民消费水平实际值	34
图表：指数外推法的拟合图	34
图表：布朗单一参数线性指数平滑法拟合图	34
图表：布朗单一参数线性指数平滑法真实值与预测值对比	35
图表：我国城镇人均居民消费变化率	35
图表：2012-2020年花卉产业发展主要指标	53
图表：主要指标增长比率	94
图表：花卉园艺总面积	94
图表：鲜切花面积	95
图表：绿化苗木、观赏植物、盆栽盆景面积	95

图表：花卉产业产值	96
图表：花卉产值年度增长	96
图表：第一产业产值年度增长	97
图表：第二、三产业产值年度增长	97
图表：花卉生产周期	155
图表：花烛（红掌）盆花质量等级公共标准	157
图表：花烛（红掌）盆花小花品种质量等级标准	157
图表：花烛（红掌）盆花大、中花品种（质量等级标准）	157
图表：同一产地、同一品种、同一批的产品检测批次盆花抽样表	158
图表：2015-2020年我国花卉市场规模及预测	175
图表：2015-2020年我国花卉市场销售总额情况及趋势预测	176
图表：2013年福建、广东盆栽出口量及增长	176
图表：2011-2014年广东省花卉种植面积占比情况	177
图表：2012年与2013年各省盆花类产品产销情况对比	180
图表：2013年花卉产品产销情况	180
图表：2013年花卉产销情况	187
图表：中国2013年主要花卉产销情况统计	188
图表：2014年北京东方园林股份有限公司主营构成分析	205
图表：2013年北京东方园林股份有限公司主营构成分析	206
图表：2012年北京东方园林股份有限公司主营构成分析	206
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司每股指标分析	206
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司成长能力分析	206
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司盈利能力分析	207
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司盈利质量分析	207
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司运营能力分析	207
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司财务风险分析	207
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司资产负债	207
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司利润分析	208
图表：2012-2014年北京东方园林股份有限公司现金流量	208
图表：2014年棕榈园林股份有限公司主营构成分析	210
图表：2013年棕榈园林股份有限公司主营构成分析	210
图表：2012年棕榈园林股份有限公司主营构成分析	210

图表：2011年棕榈园林股份有限公司主营构成分析	211
图表：2012-2014年棕榈园林股份有限公司每股指标分析	211
图表：2012-2014年棕榈园林股份有限公司成长能力分析	211
图表：2012-2014年棕榈园林股份有限公司盈利能力分析	211
图表：2012-2014年棕榈园林股份有限公司盈利质量分析	212
图表：2012-2014年棕榈园林股份有限公司财务风险分析	212
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司按行业构成经营分析	214
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司按产品构成经营分析	214
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司按地区构成经营分析	214
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司偿债能力分析	215
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司资本结构分析	215
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司经营效率分析	216
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司获利能力分析	216
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司发展能力分析	217
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司现金流量	217
图表：2013-2014年云南绿大地生物科技股份有限公司投资收益	217
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司资产负债	218
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司利润分配	218
图表：2014年云南绿大地生物科技股份有限公司现金流量	219
图表：2014年天津泰达投资控股有限公司按行业构成经营分析	222
图表：2014年天津泰达投资控股有限公司按产品构成经营分析	222
图表：2014年天津泰达投资控股有限公司按地区构成经营分析	222
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司偿债能力分析	223
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司资本结构分析	223
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司经营效率分析	223
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司获利能力分析	224
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司发展能力分析	224
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司现金流量分析	225
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司投资收益分析	225
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司资产负债	225
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司利润分配	226
图表：2013-2014年天津泰达投资控股有限公司现金流量	226

图表：2012年广州市普邦园林配套工程有限公司主营构成分析	228
图表：2013年广州市普邦园林配套工程有限公司主营构成分析	228
图表：2014年9月广州市普邦园林配套工程有限公司主营构成分析	228
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司每股指标分析	229
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司成长能力分析	229
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司盈利指标分析	229
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司盈利质量分析	229
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司运营能力分析	229
图表：2011-2014年广州市普邦园林配套工程有限公司财务风险分析	230
图表：2012-2020年花卉产业发展主要指标	240
图表：2012-2020年花卉产业建设重点主要指标	240
图表：2013年欧洲盆花销售情况	241
图表：浙江玉兰价格-2014年1月11日报价信息	241
图表：区域发展战略咨询流程图	255
图表：区域SWOT战略分析图	256
图表：四种基本的品牌战略	275
图表：漳州花卉产业的内部条件因素评价	286
图表：漳州花卉产业的外部环境因素评价	287
图表：漳州花卉产业优劣势分析	287
图表：漳州花卉产业机会分析	287
图表：漳州花卉产业威胁分析	288

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250347.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提供专业投资咨询报告、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。