



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国花肥产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国花肥产业发展现状及市场监测报告》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/272870.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

花肥就是提供一种或一种以上植物必需的营养元素，或兼可改善土壤性质、提高土壤肥力水平的一类物质。花朵生长的物质基础之一。

花肥是花卉养料的来源，施肥的合理与否，直接影响到花卉的生长和发育，关系到花卉的产量和质量。植物生长发育需要的元素比较多，主要成分为氮、磷、钾"三要素"，其次是钙、铁、硫、镁、硼、锰、铜、锌、钴、碳、氢、氧，其中的碳、氢、氧，可以从水和空气中得到，其余元素则需要从土壤中吸收。氮、磷、钾，单纯靠培养土供给是不够的，因此，需要通过施肥来补充。

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：

第一章花肥产品概述11

第一节产品定义、特点分析11

第二节产品主要应用领域11

第三节行业发展生命周期分析12

第二章中国花肥产品发展环境分析12

第一节2010-2015年花肥行业经济环境分析12

一、经济发展状况12

二、收入增长情况13

三、固定资产投资情况14

第二节2010-2015年花肥行业政策环境分析17

一、宏观政策17

二、产业政策18

第三节2010-2015年花肥行业技术环境分析19

一、技术发展现状19

二、技术发展趋势20

第三章2010-2015年花肥行业上、下游产业链分析20

第一节花肥行业产业链概述20

一、产业链定义20

二、花肥行业产业链21

第二节2010-2015年花肥行业主要上游产业发展分析21

一、2010-2015年上游（原料）产业发展现状21

二、2010-2015年上游（原料）产业供给分析25

第三节2010-2015年花肥行业主要下游产业发展分析27

一、2010-2015年下游（应用行业）产业发展现状27

二、2010-2015年下游（应用行业）产业需求分析28

第四章2010-2015年花肥国内市场供需发展综述29

第一节花肥产品产量分析及预测29

一、2010-2015年花肥产品产量现状分析29

二、2016-2022年花肥产品产量回归模型预测30

第二节2010-2015年花肥市场需求分析及预测30

一、2010-2015年花肥行业需求市场现状分析30

二、2016-2022年花肥行业需求市场回归模型预测31

第三节2010-2015年花肥行业市场价格走势分析31

一、花肥行业市场价格走势影响因素31

二、2010-2015年花肥行业价格走势32

第四节2010-2015年花肥行业发展存在的问题及对策分析32

一、花肥行业存在的问题分析32

二、花肥行业投资策略分析32

第五章2010-2015年我国花肥行业进出口市场分析33

第一节花肥行业进口分析33

一、进口总额33

二、进口总量33

第二节花肥行业出口分析33

一、出口总额33

二、出口总量34

第三节花肥行业进出口格局分析34

一、出口格局34

二、进口格局35

第四节花肥行业进出口价格走势分析35

一、进口价格走势35

二、出口价格走势36

第六章2010-2015年花肥行业竞争格局分析36

第一节花肥行业竞争结构分析36

一、行业内现有企业的竞争36

二、新进入者的威胁36

三、替代品的威胁37

四、供应商的讨价还价能力37

五、购买者的讨价还价能力38

第二节行业集中度分析39

一、市场集中度39

二、区域集中度39

第三节花肥行业产品区域结构分析40

一、花肥行业不同区域产品供给分析40

二、花肥行业不同区域产品需求分析40

第七章花肥产品竞争力优势分析40

第一节产品竞争力分析40

一、整体产品竞争力评价40

二、体产品竞争力评价结果分析41

三、竞争优势评价及构建建议41

第二节swot分析42

第三节2015年国内花肥产品的经销模式43

第四节2015年国内花肥产品生产及销售投资运作模式分析44

一、国内生产企业投资运作模式44

二、国内营销企业投资运作模式44

三、外销与内销优势分析44

第八章花肥主要生产厂商分析45

第一节上海永通化工有限公司45

一、公司概况45

二、公司财务状况分析47

三、企业发展战略47

第二节山东金正大生态工程股份有限公司48

一、公司概况48

二、公司财务状况分析49

三、企业发展战略49

第三节镇江培蓄有机肥有限公司50

一、公司概况50

二、公司财务状况分析50

三、企业发展战略51

第四节潍坊神洲生物肥料有限公司51

一、公司概况51

二、公司财务状况分析51

三、企业发展战略52

第五节北京雷力农用化学有限公司52

一、公司概况52

二、公司财务状况分析53

三、企业发展战略54

第九章2010-2015年花肥国内拟在建项目分析及竞争对手动向55

第一节2010-2015年国内主要竞争对手动向55

一、行业单位规模情况分析55

二、行业人员规模状况分析56

三、行业总资产规模状况分析56

第二节中国花肥行业财务能力分析57

一、行业盈利能力分析57

二、行业偿债能力分析57

三、行业营运能力分析57

四、行业发展能力分析57

第十章2015年中国花肥的市场消费者调查分析58

第一节2015年中国花肥消费群体分析58

一、消费者年龄58

二、消费阶层58

三、消费重点区域分析59

第二节2015年中国花肥行业社会环境分析59

一、人们的消费观念59

二、人们的品牌选择60

第三节2015年中国影响消费者购买花肥的因素分析60

一、价格分析60

二、品牌比较61

三、购买频次分析61

四、广告的影响程度62

五、包装的影响程度62

六、购买方便的影响分析63

第十一章花肥营销策略分析63

第一节花肥市场营销策略分析63

第二节市场营销主要模式64

第三节营销步骤信息需求64

第四节市场营销策略分析65

一、产品策略分析65

二、市场拓展策略65

三、品牌营销策略65

四、市场推广策略66

五、人员推销策略66

六、销售促进策略66

第五节花肥营销创新策略分析67

一、体验营销策略分析67

二、关系营销策略分析67

三、合作营销策略分析67

- 四、深度营销策略分析68
- 五、越位营销策略分析68
- 六、文化营销策略分析68
- 七、一对一营销策略分析69
- 八、差异化营销策略分析69

第十二章花肥行业发展趋势及投资前景分析69

- 第一节当前花肥存在的问题69
- 第二节花肥未来发展预测分析70
 - 一、中国花肥发展方向分析70
 - 二、中国花肥行业发展规模71
 - 三、中国花肥行业发展趋势预测71
- 第三节中国花肥行业投资前景分析72
 - 一、市场竞争风险72
 - 二、原材料压力风险分析72
 - 三、技术风险分析73
 - 四、政策和体制风险73

第十三章花肥行业投资前景及防范措施73

- 第一节2016-2022年中国花肥行业投资机会分析73
 - 一、细分市场投资机会分析73
 - 二、区域市场投资潜力分析74
- 第二节2016-2022年中国花肥行业投资前景分析74
 - 一、政策风险预警74
 - 二、技术风险预警74
 - 三、市场竞争风险预警74
 - 四、经营管理风险预警75

第十四章业内专家观点与投资建议75

- 第一节专家观点75
- 第二节投资建议75

图表目录：

图表1：2010-2015年我国国内生产总值情况 万亿元13

图表2：2001-2015年我国恩格尔系数走势图 %14

图表3：2010-2015年我国社会固定资产投资情况及增长率分析 亿元14

图表4：2015年主要工业产品产量及其增长速度15

图表5：花肥行业产业链介绍21

图表6：全国煤炭查明资源储量占比22

图表7：全球磷资源储量分布 亿吨23

图表8：我国磷矿地区资源整合情况23

图表9：钾资源的世界分布情况 万吨24

图表10：全球主要国家钾肥需求情况25

图表11：2008-2015年煤产量、表观消费量情况 亿吨25

图表12：我国煤产量、表观消费量预测 亿吨26

图表13：国内磷资源储量及品位概况 亿吨，%26

图表14：2010-2015年我国花肥行业需求统计 单位：吨29

图表15：2010-2015年我国花肥行业产量统计 单位：吨29

图表16：2016-2022年我国花肥行业产量预测 单位：吨30

图表17：2010-2015年我国花肥行业需求统计 单位：吨30

图表18：2016-2022年我国花肥行业需求预测 单位：吨31

图表19："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品进口总额情况 单位：美元，%33

图表20："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品进口总量情况 单位：千克，%33

图表21："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品出口总额情况 单位：美元，%33

图表22："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品进口总量情况 单位：千克，%34

图表23："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品贸易量前20名出口格局情况 单位：千克，美元，%34

图表24："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品贸易量前20名进口格局情况 单位：千克，美元，%35

图表25："（含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料）类产品进口价格情况 单位：美

元/kg35

图表 26：“(含氮、磷、钾三种元素的矿物肥料或化学肥料)类产品出口价格情况 单位：美元/kg36

图表 27：花肥现有市场对新进入者的威胁36

图表 28：花肥生产市场供应商讨价还价能力37

图表 29：2010-2015年我国花肥行业工业市场集中度计 单位：%39

图表 30：2015年我国花肥行业企业区域分布统计 单位：%39

图表 31：2010-2015年花肥行业不同区域产量统计 单位：吨40

图表 32：2010-2015年花肥行业不同区域需求统计 单位：吨40

图表 33：国内花肥产品竞争力评价41

图表 34：2000-2015年上海永通化工有限公司发展历程46

图表 35：2010-2015年上海永通化工有限公司基本财务信息统计 千元47

图表 36：2010-2015年上海永通化工有限公司企业能力分析47

图表 37：2010-2015年山东金正大生态工程股份有限公司基本财务信息统计 千元49

图表 38：2010-2015年山东金正大生态工程股份有限公司企业能力分析49

图表 39：2010-2015年镇江培蕾有机肥有限公司基本财务信息统计 千元50

图表 40：2010-2015年镇江培蕾有机肥有限公司企业能力分析50

图表 41：2010-2015年潍坊神洲生物肥料有限公司基本财务信息统计 千元51

图表 42：2010-2015年潍坊神洲生物肥料有限公司企业能力分析52

图表 43：2010-2015年北京雷力农用化学有限公司基本财务信息统计 千元53

图表 44：2010-2015年北京雷力农用化学有限公司企业能力分析53

图表 45：2010-2015年我国花肥行业企业数量统计 单位：个55

图表 46：2010-2015年我国花肥行业从业人员统计 单位：万人56

图表 47：2010-2015年我国花肥行业总资产统计 单位：亿元56

图表 48：2010-2015年花肥行业盈利能力分析57

图表 49：2010-2015年花肥行业偿债能力分析57

图表 50：2010-2015年花肥行业运营能力分析57

图表 51：2010-2015年花肥行业发展能力分析57

图表 52：2015年我国不同年龄消费者对花肥产品偏好度 单位：%58

图表 53：2015年我国不同收入阶层消费者对花肥产品偏好度 单位：%58

图表 54：2015年我国花肥行业重点消费区域分布统计 单位：%59

图表 55：2015年我国消费者对花肥产品品牌选择偏好度 单位：%60

图表 56：2015年我国花肥消费者对价格认同情况 单位：%60

图表 57：2015年我国花肥消费者品牌使用情况 单位：%61

图表 58：2015年我国花肥消费者购买频次情况 单位：%61

图表 59：2015年我国花肥消费者受广告的影响程度 单位：%62

图表 60：2015年我国花肥消费者受包装的影响程度 单位：%62

图表 61：2015年我国花肥消费者购买方便性情况 单位：%63

图表 62：2016-2022年我国花肥行业销售收入预测 单位：亿元71

图表 63：2016-2022年我国花肥行业工业总资产预测 单位：亿元72

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272870.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专业提供投资咨询报告、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。