



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国建筑绿化市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国建筑绿化市场需求及投资前景分析报告》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/273320.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

建筑物绿化是指通过在建筑物上直接或间接附着可供绿化植物生长的环境，如花盆，种植毯等，为建筑物的外立面（通常指建筑物的顶部或建筑外墙面）和/或内部（通常指室内墙体）营造绿化环境，起到改善环境，提高美观度，节约能耗的效果。与建筑物绿化相关的概念有：建筑绿化，墙体绿化，墙面绿化，屋顶绿化，屋面绿化，屋顶花园等。

随着城市的迅速建设及城市人口、车辆的急剧增长，加剧了城市热岛现象，导致城市的环境恶化和生活环境质量的下降。而一般传统的平面绿化用地越来越少，成本越来越高，所以发展特殊空间绿化势在必行。在发达国家建筑物的立体绿化的推广实施已有上十年，我国建筑物立体绿化虽起步较晚，但作为城市绿化的重要组成部分，已成为城市绿化建设发展的新趋势。建筑物立体绿化能快速增加绿化面积，直接改善城市整体环境质量，其与传统平面绿化的有机结合对城市环境压力的减小，循环性城市建设，实现环境共融的城市建设有着非常重大的作用和深远的意义。

传统的建筑物绿化多运用外搭框架，然后将模块化的植物体（如各种形式的花盆）放置在框架上，再行铺设给水排水管道，提供植物必须的水和营养液。这种方式的优点在于，植物模块化，便于更换枯死或换季植物。相对于其有点而言，其缺点更是突出：

- 1.建筑物外搭框架及花盆、植物土壤的自重太重，对框架的承载力有要求，不利于框架的固定，易发生事故

- 2.外搭框架占地面积较大。对于寸土寸金的今天，绿化占地面积大意味着空间局促，不利于人和植物的和谐共存

- 3.虽然更换花盆方便，但更换花盆布局也同样需要建筑绿化工人操作，个人无法很好的自行更换。

- 4.外搭框架多数为金属结构，长期曝露在植物给排水的潮湿环境下，框架易腐蚀。时间长久以往，容易发生不可预测框架坍塌事故

- 5.施工工期较长，成本较高。

- 6.框架直接附着墙面，而墙面一般无任何防水层，易造成墙面发霉、漏水，减少建筑寿命。

海纳尔建筑绿化系统提供了一种新型的建筑物屋面、墙体的绿化手段。墙体绿化系统直接附着在建筑外墙面，并提供一种叫墙体种植毯介质。墙体种植毯由高分子PVC防水卷材和植物营养盒组成。高分子PVC防水卷材为墙面提供很好的防水效果，其节点连接处均由热风焊接，使用专用的可焊接钉将卷材与卷材、卷材与墙面无缝的焊接起来，达到完美的防水效果。植物营养盒连接给排水管道系统，为植物提供营养液与水，并通过有效的方法，能在下雨时收集雨水，干旱时反灌，大大延长植物的维护时间，在雨水较多的南方很多地区，可实现

免维护免浇灌。

在墙体种植毯之外，附着植物种植袋，花草植物与相应的营养介质均通过种植袋直接在墙面种植。其优点在于：

- 1.有效防水。系统附加高强度防水膜，有效解决墙面绿化的潮湿、漏水问题
- 2.节省空间。植物的种植袋直接附在墙体种植毯上，整体绿化厚度在10cm左右，大大节省空间。
- 3.施工便捷，工期短。该新型建筑物绿化系统工期较短，约为传统方式工期的二分之一左右。
- 4.结构安全。墙体种植毯的高强度防水膜每平方米可承载1吨左右的重量，远远大于植物及介质土自重，结构安全可靠。
- 5.绿化、节能效果好。绿化植物直接与墙面附着，绿化与节能效果比传统绿化方式要好。

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：

第一部分 行业发展现状

第一章 建筑绿化行业发展概述

第一节 建筑绿化的相关知识

一、建筑绿化的定义

二、建筑绿化的特点

第二节 建筑绿化市场特征分析

第三节 建筑绿化行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球建筑绿化市场发展分析

第一节 2011-2015年世界建筑绿化产业发展综述

一、世界建筑绿化产业特点分析

二、世界建筑绿化产业市场分析

第二节 2011-2015年世界建筑绿化行业发展分析

第三节 全球建筑绿化市场分析

- 一、2011-2015年全球建筑绿化需求分析
- 二、2011-2015年欧美建筑绿化需求分析
- 三、2011-2015年中外建筑绿化市场对比

第三章 我国建筑绿化行业发展现状

第一节 中国建筑绿化行业发展状况

- 一、2011-2015年建筑绿化行业发展状况分析
- 二、2011-2015年中国建筑绿化行业发展动态
- 三、2011-2015年建筑绿化行业经营业绩分析
- 四、2011-2015年我国建筑绿化行业发展热点

第二节 中国建筑绿化市场供需状况

- 一、2011-2015年中国建筑绿化行业供给能力
- 二、2011-2015年中国建筑绿化市场供给分析
- 三、2011-2015年中国建筑绿化市场需求分析
- 四、2011-2015年中国建筑绿化产品价格分析

第三节 2013-2014我国建筑绿化市场分析

第四章 建筑绿化产业经济运行分析

第一节 2011-2015年中国建筑绿化产业工业总产值分析

- 一、2011-2015年中国建筑绿化产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2011-2015年中国建筑绿化产业市场销售收入分析

- 一、2011-2015年中国建筑绿化产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2011-2015年中国建筑绿化产业产品成本费用分析

- 一、2011-2015年中国建筑绿化产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2011-2015年中国建筑绿化产业利润总额分析

- 一、2011-2015年中国建筑绿化产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 中国建筑绿化市场供需分析

第一节 建筑绿化市场需求规模分析

一、中国建筑绿化总体市场规模分析

二、东北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华北地区市场规模分析

六、华南地区市场规模分析

七、西部地区市场规模分析

第二节 建筑绿化市场需求特征分析

第三节 建筑绿化生产分析

一、建筑绿化行业产量分析

二、建筑绿化行业生产集中度分析

第四节 建筑绿化行业经营绩效分析

一、行业营运情况分析

二、行业盈利指标分析

三、行业偿债能力分析

四、行业成长性分析

第二部分 行业竞争格局

第六章 建筑绿化行业竞争格局分析

第一节 建筑绿化行业历史竞争格局概况

一、建筑绿化行业集中度分析

二、建筑绿化行业竞争程度分析

第二节 中国建筑绿化行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 中国建筑绿化产业研发力分析

一、建筑绿化产业研发重要性分析

二、中外建筑绿化研发投入和运作方式对比

三、中国建筑绿化研发力问题分析

第四节 中国建筑绿化产业竞争状况

一、我国建筑绿化行业品类竞争现状

二、我国建筑绿化企业的竞争力分析

第五节 建筑绿化行业竞争格局分析

第七章 建筑绿化企业竞争策略分析

第一节 建筑绿化市场竞争策略分析

一、2011-2015年建筑绿化市场增长潜力分析

二、2011-2015年建筑绿化主要潜力品种分析

三、现有建筑绿化产品竞争策略分析

四、潜力建筑绿化品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 建筑绿化企业竞争策略分析

一、后危机对建筑绿化行业竞争格局的影响

二、后危机后建筑绿化行业竞争格局的变化

三、2016-2022年我国建筑绿化市场竞争趋势

四、2016-2022年建筑绿化行业竞争格局展望

五、2016-2022年建筑绿化行业竞争策略分析

六、2016-2022年建筑绿化企业竞争策略分析

第八章 建筑绿化重点企业竞争分析

第一节 A

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节 C

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 D

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

略.....

第三部分 行业前景预测

第九章 建筑绿化行业发展趋势分析

第一节 2016-2022年中国建筑绿化市场趋势分析

一、2016-2022年我国建筑绿化发展趋势分析

二、2011-2015年我国建筑绿化市场趋势总结

三、2016-2022年我国建筑绿化市场发展空间

第二节 2016-2022年建筑绿化产业发展趋势分析

一、2016-2022年建筑绿化产业政策趋向

二、2016-2022年建筑绿化技术革新趋势

三、2016-2022年建筑绿化价格走势分析

四、2016-2022年国际环境对行业的影响

第十章 2016-2022年建筑绿化行业发展预测

第一节 未来建筑绿化需求与需求预测

一、2016-2022年建筑绿化市场需求预测

二、2016-2022年建筑绿化市场规模预测

三、2016-2022年建筑绿化行业总产值预测

四、2016-2022年建筑绿化行业销售收入预测

五、2016-2022年建筑绿化行业总资产预测

第二节 2016-2022年中国建筑绿化行业供需预测

第三节 影响建筑绿化行业发展的主要因素

一、2016-2022年影响建筑绿化行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响建筑绿化行业运行的稳定因素分析

三、2016-2022年影响建筑绿化行业运行的不利因素分析

四、2016-2022年我国建筑绿化行业发展面临的挑战分析

五、2016-2022年我国建筑绿化行业发展面临的机遇分析

第四节 建筑绿化行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年建筑绿化行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年建筑绿化行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年建筑绿化行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年建筑绿化行业同业竞争风险及控制策略

五、2016-2022年建筑绿化行业其他风险及控制策略

第十一章 建筑绿化企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、建筑绿化价格策略分析

二、建筑绿化渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、企业定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高建筑绿化企业竞争力的策略

一、提高中国建筑绿化企业核心竞争力的对策

二、建筑绿化企业提升竞争力的主要方向

三、影响建筑绿化企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高建筑绿化企业竞争力的策略

第四节 对我国建筑绿化品牌的战略思考

一、建筑绿化实施品牌战略的意义

二、建筑绿化企业品牌的现状分析

三、我国建筑绿化企业的品牌战略

四、建筑绿化品牌战略管理的策略

第十二章 建筑绿化行业投资与发展前景分析

第一节 建筑绿化行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

第二节 建筑绿化行业投资机会分析

一、建筑绿化投资项目分析

二、可以投资的建筑绿化模式

三、建筑绿化投资机会

四、建筑绿化投资新方向

第三节 建筑绿化产品投资机会

第四节建筑绿化项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、项目投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：建筑绿化行业产业链

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业费用使用统计图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年年我国建筑绿化行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2014年建筑绿化行业市场供给
图表：2011-2014年建筑绿化行业市场需求
图表：2011-2014年建筑绿化行业市场规模
图表：建筑绿化所属行业生命周期判断
图表：建筑绿化所属行业区域市场分布情况
图表：2014-2020年中国建筑绿化行业市场规模预测
图表：2014-2020年中国建筑绿化行业供给预测
图表：2014-2020年中国建筑绿化行业需求预测
图表：2014-2020年中国建筑绿化行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273320.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。