

2020-2026年中国盆景盆栽行业市场前景规划及发展策略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国盆景盆栽行业市场前景规划及发展策略分析报告》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.chyxx.com/research/202003/845534.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

盆栽系由中国传统的园林艺术变化而来，对于观赏植物的栽培来说，起源于我国古代园林造景，以摹仿自然山水景色营造园林。盆栽产业链主要是由盆栽产品和生产技术研发、肥料和农药提供、盆栽种植、盆栽产品加工、盆栽产品销售等环节组成。上游包括花卉苗木产品和生产技术的研发企业，土壤介质、花卉苗木资材、花卉苗木肥料和花卉苗木农药厂商等；下游包括盆栽经销商、代理商、花卉市场、园林绿化公司、终端消费者等。

2016年我国盆栽植物销售金额为341.58亿元，2017年我国盆栽植物销售金额为345.92亿元，2018年我国盆栽植物销售金额约为351.99亿元。

2016-2018年我国盆栽植物销售金额走势

智研咨询发布的《2020-2026年中国盆景盆栽行业市场前景规划及发展策略分析报告》共十六章。首先介绍了中国盆景盆栽行业市场发展环境、盆景盆栽整体运行态势等，接着分析了中国盆景盆栽行业市场运行的现状，然后介绍了盆景盆栽市场竞争格局。随后，报告对盆景盆栽做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国盆景盆栽行业发展趋势与投资预测。您若想对盆景盆栽产业有个系统的了解或者想投资中国盆景盆栽行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场深度研究

1.1 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场总况

1.1.1 盆景盆栽行业品牌发展现状

1.1.2 盆景盆栽行业品牌数量及增长

1.1.3 盆景盆栽行业品牌市场规模及增长

1.1.4 盆景盆栽行业品牌市场渗透情况分析

1.2 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场消费调研

1.2.1 消费群体特征

1.2.2 盆景盆栽行业品牌市场销售排名

1.2.3 盆景盆栽行业品牌市场份额

1.2.4 盆景盆栽行业品牌认知情况

1.2.5 盆景盆栽行业品牌产品市场推广策略

1.2.6 盆景盆栽行业品牌产品进入中国市场途径

1.3 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销分析

1.3.1 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销特点

1.3.2 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销渠道分析

1.3.3 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销模式分析

第二章 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场运营环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国民经济运行情况gdp

2.1.2 消费价格指数cpi、ppi

2.1.3 全国居民收入情况

2.1.4 恩格尔系数

2.1.7 财政收支状况

2.1.8 社会消费品零售总额

2.2 盆景盆栽行业品牌市场环境分析

2.3 消费环境

2.4 人文环境分析

2.1.1 消费观念

2.1.2 文俗的影响

2.1.3 审美观

第三章 2019年中国盆景盆栽行业品牌研究

3.1 中国盆景盆栽行业品牌发展

3.1.1 区域品牌

3.1.2 行业品牌

3.1.3 企业品牌

3.1.4 自主品牌

3.2 2019年中国盆景盆栽市场品牌结构研究

3.2.1 各种经营业态市场结构

3.2.2 品牌市场结构

3.2.3 区域市场结构

3.3 中国盆景盆栽品牌间的竞争力调查

3.3.1 品牌数量及来源地调查

3.3.2 单一品牌商场覆盖率调查

3.3.3 品牌渗透情况调查

3.3.4 品牌销售力及市场潜力调查

第四章 2019年中国盆景盆栽所属行业品牌现状综述

4.1 2019年中国盆景盆栽行业品牌概况

2016年我国盆栽植物销售数量为70.84亿盆，2017年我国盆栽植物销售总量为71.70亿盆，2018年我国盆栽植物销售总量在72.05亿盆左右。

2016-2018年我国盆栽植物销售总量走势

4.1.1 盆景盆栽行业品牌发展现状

4.1.2 盆景盆栽行业品牌数量及增长

4.1.3 盆景盆栽行业品牌市场规模及增长

4.1.4 盆景盆栽行业品牌市场渗透情况分析

4.2 2019年中国盆景盆栽产品品牌市场动态关注

4.2.1 盆景盆栽产品品牌市场销售额前十名排名情况

4.2.2 盆景盆栽产品品牌市场竞争力前十名排名情况

4.2.3 盆景盆栽产品品牌市场份额前十名排名情况

4.2.4 盆景盆栽产品品牌市场发展潜力前十名排名情况

第五章 2019年中国盆景盆栽品牌结构及细分市场深度研究

5.1 2019年中国盆景盆栽整体市场品牌结构

1.1.1 年度品牌结构

1.1.2 季度品牌结构

5.2 2019年中国盆景盆栽细分市场品牌结构

5.3 2019年中国盆景盆栽产品品牌结构分析

5.3.1 产品品牌价格结构

5.3.2 不同类型

5.3.3 重点类型对比分析

第六章 2019年中国盆景盆栽品牌价格走势与主流厂商剖析

6.1 2019年中国盆景盆栽价格走势研究

6.1.1 整体市场价格走势

6.1.2 细分市场价格走势

6.2 2019年中国盆景盆栽主流品牌厂商

6.2.1 主流品牌结构对比

6.2.1 .1 整体市场主流品牌对比

6.2.1 .2 盆景盆栽市场主流品牌消费

6.2.2 产品品牌结构对比

6.2.2 .1 整体市场品牌对比

6.2.2 .2 盆景盆栽市场品牌消费

第七章 2019年中国品牌盆景盆栽市场价格监测结果

7.1 价格形成机制分析研究

7.2 2019年中国盆景盆栽品牌市场价格调查结果

7.3 2015-2019年中国盆景盆栽品牌价格走势

7.4 2020-2026年中国盆景盆栽消费现状和未来消费发展趋势

第八章 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场消费调研

8.1 中国盆景盆栽市场消费需求调研

8.1.1 盆景盆栽市场的消费需求变化

8.1.2 盆景盆栽行业的需求情况分析

8.1.3 2015-2019年盆景盆栽产品品牌市场消费需求分析

8.2 中国盆景盆栽消费市场状况考察

8.2.1 盆景盆栽行业消费特点

8.2.2 盆景盆栽消费者分析

8.2.3 盆景盆栽消费结构分析

8.2.4 盆景盆栽消费的市场变化

8.2.5 盆景盆栽市场的消费方向

8.3 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场消费调研

8.3.1 消费群体特征

8.3.2 盆景盆栽行业品牌市场销售排名

8.3.3 盆景盆栽行业品牌市场份额

8.3.4 盆景盆栽行业品牌认知情况

8.3.5 盆景盆栽行业品牌产品市场推广策略

8.3.6 盆景盆栽行业品牌产品进入中国市场途径

8.4 消费者使用盆景盆栽品牌产品基本情况调查

8.4.1 消费者使用盆景盆栽产品的比例分析

8.4.2 消费者使用的盆景盆栽产品的品牌排名分析

8.4.3 消费者对其使用的盆景盆栽产品的满意度分析

8.4.4 消费者对其使用的盆景盆栽产品的不满意的地方分析

8.5 消费者将来准备或者继续使用盆景盆栽产品的情况分析

8.5.1 没有或者曾经使用过盆景盆栽产品的消费者准备重新使用比例分析

8.5.2 现在正在使用的或者准备使用盆景盆栽产品的消费者继续使用比例分析

8.5.3 消费者认为可能成为购买盆景盆栽产品契机的广告形式分析

8.5.4 消费者在购买盆景盆栽产品时将会做为参考的信息来源分析

8.5.5 消费者在购买盆景盆栽产品时所重视的要素分析

8.5.6 消费者想要购买的盆景盆栽产品的品牌排名分析

8.5.7 消费者感兴趣的盆景盆栽产品品牌排名分析

8.6 盆景盆栽厂商的品牌推广情况研究

8.6.1 消费者眼里各大盆景盆栽产品厂商的品牌形象情况

8.6.2 消费者认为最近强烈关注某盆景盆栽产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第九章 2019年中国盆景盆栽行业品牌营销策略及渠道考察

9.1 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场营销特点

9.2 营销分析与营销模式推荐

9.2.1 渠道构成

9.2.2 销售贡献比率

9.2.3 覆盖率

9.2.4 销售渠道效果

9.2.5 价值流程结构

9.3 2019年中国盆景盆栽市场渠道分析

9.3.1 盆景盆栽市场主要渠道类型分析

9.3.2 盆景盆栽市场主要营销模式分析

9.3.2 .1 主要营销模式

9.3.2 .2 各营销模式特点比较

9.3.3 盆景盆栽市场主要营销策略分析

9.3.3 .1 不同渠道策略分析

9.3.3 .2 不同产品类型策略分析

9.3.3 .3 不同消费群体策略分析

9.3.3 .4 不同区域策略分析

第十章 2015-2019年中国盆景盆栽品牌销售渠道实地调研

10.1 专卖店实地调查

10.1.1 渠道特点

10.1.2 销售状况

10.1.3 消费人群

10.1.4 销售策略

10.2 购物中心----专柜

10.2.1 渠道特点

10.2.2 销售状况

10.2.3 消费人群

10.2.4 销售策略

10.3 连锁超市----专柜

10.3.1 渠道特点

10.3.2 销售状况

10.3.3 消费人群

10.3.4 销售策略

10.4 网络营销模式—网店

10.4.1 渠道特点

10.4.2 销售状况

10.4.3 消费人群

10.4.4 销售策略

10.5 专业线渠道

10.5.1 渠道特点

10.5.2 销售状况

10.5.3 消费人群

10.5.4 销售策略

第十一章 2019年中国盆景盆栽品牌市场竞争格局调查研究

11.1 2019年中国盆景盆栽品牌市场竞争格局分析

11.1.1 竞争环境分析

11.1.2 竞争程度

11.1.3 竞争影响因素

11.1.4 外资品牌进入对国内品牌的冲击

11.1.5 中国本土品牌竞争优势

11.2 中国盆景盆栽行业集中度研究

11.2.1 市场集中度分析

11.2.2 企业集中度分析

11.2.3 区域集中度分析

11.3 中国盆景盆栽行业竞争结构研究

11.3.1 现有企业间竞争调研

11.3.2 潜在进入者调研

11.3.3 替代品调研

11.3.4 供应商议价能力调研

11.3.5 客户议价能力调研

第十二章 中国盆景盆栽市场品牌竞争力评价

12.1 中国盆景盆栽市场品牌竞争力评价

12.1.1 品牌竞争力评价指标体系

12.1.2 品牌竞争力评价

12.2 中国盆景盆栽市场品牌竞争力提升策略

12.2.1 中国盆景盆栽品牌定位分析

12.2.2 中国盆景盆栽企业品牌管理模式

12.2.3 中国盆景盆栽企业品牌推广经验

第十三章 2019年外资品牌市场营销状况分析

13.1 外资品牌一

13.1.1 品牌竞争力分析

13.1.2 品牌市场营销策略

13.1.3 品牌市场份额

13.2 外资品牌一

13.2.1 品牌竞争力分析

13.2.2 品牌市场营销策略

13.2.3 品牌市场份额

13.3 外资品牌一

13.3.1 品牌竞争力分析

13.3.2 品牌市场营销策略

13.3.3 品牌市场份额

第十四章 中国盆景盆栽品牌前十强竞争力考察结果

14.1 a品牌

14.1.1 品牌市场占有率

14.1.2 品牌经营状况调研

14.1.3 品牌竞争优势

14.1.4 消费群体调查

14.1.5 品牌未来发展策略

14.2 b品牌

14.2.1 品牌市场占有率

14.2.2 品牌经营状况调研

14.2.3 品牌竞争优势

14.2.4 消费群体调查

14.2.5 品牌未来发展策略

14.3 c品牌

14.3.1 品牌市场占有率

14.3.2 品牌经营状况调研

14.3.3 品牌竞争优势

14.3.4 消费群体调查

14.3.5 品牌未来发展策略

14.4 d品牌

14.4.1 品牌市场占有率

14.4.2 品牌经营状况调研

14.4.3 品牌竞争优势

14.4.4 消费群体调查

14.4.5 品牌未来发展策略

14.5 e品牌

14.5.1 品牌市场占有率

14.5.2 品牌经营状况调研

14.5.3 品牌竞争优势

14.5.4 消费群体调查

14.5.5 品牌未来发展策略

第十五章 2020-2026年中国盆景盆栽行业品牌市场消费前景及趋势预测

15.1 2020-2026年中国盆景盆栽品牌行业发展前景展望

1.1.1 国内市场发展前景

1.1.2 盆景盆栽品牌市场空间预测

15.2 2020-2026年中国盆景盆栽品牌行业发展趋势研究

15.3 2020-2026年中国盆景盆栽品牌行业市场盈利空间预测

第十六章 2020-2026年中国盆景盆栽行业品牌投资战略研究

16.1 2020-2026年中国盆景盆栽行业品牌投资概况(ZY GXH)

16.1.1 投资环境分析

16.1.2 投资模式

16.2 2020-2026年中国盆景盆栽行业品牌投资机会剖析

16.2.1 投资热点

16.2.2 投资商机

16.2.3 投资潜力

16.3 2020-2026年中国盆景盆栽行业品牌投资风险预警

16.3.1 市场风险

16.3.2 竞争风险

16.3.3 金融风险

16.3.4 进退风险

16.4 投资观点(ZY GXH)

图表目录：

图表 2019年中国品牌市场结构数据图

图表 2019年中国区域市场结构数据图

图表 单一品牌商场覆盖率调查数据

图表 2019年中国盆景盆栽品牌渗透情况调查

图表 消费者对盆景盆栽行业品牌认知度宏观调查
图表 消费者对盆景盆栽行业产品的品牌偏好调查
图表 消费者对盆景盆栽行业品牌的首要认知渠道
图表 消费者经常购买的品牌调查排名
图表 2019年中国盆景盆栽品牌行业品牌忠诚度调查
图表 2019年中国盆景盆栽品牌行业品牌市场占有率调查
图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场价格敏感度调查
图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场质量满意度调研
图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场服务度调研结果
图表 2019年中国盆景盆栽消费者的消费理念调研结果
图表 2019年中国盆景盆栽市场的消费需求变化图
图表 2019年中国消费者信心指数数据
图表 2019年中国盆景盆栽市场的消费需求变化
图表 2019年盆景盆栽品牌市场消费需求统计
图表 2019年中国盆景盆栽产品行业消费特点
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费结构表
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费的市场变化图
图表 2019年中国盆景盆栽产品市场的消费方向走势图
图表 2019年中国盆景盆栽产品不同客户购买相关的态度及影响对比图
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者经常购买的品牌调查情况
图表 2019年中国盆景盆栽行业品牌忠诚度调查数据
图表 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场占有率调查数据
图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者的消费理念调研结果
图表 2015-2019年部分品牌企业经营收入走势图
图表 2015-2019年部分品牌企业盈利指标走势图
图表 2015-2019年部分品牌企业负债指标走势图
图表 2015-2019年部分品牌企业运营能力指标走势图
图表 2015-2019年部分品牌企业成长能力指标走势图
图表 2020-2026年中国盆景盆栽品牌产品供给预测趋势图表
图表 2020-2026年中国盆景盆栽品牌产品需求预测趋势图表
图表 2020-2026年中国盆景盆栽品牌产品竞争格局预测走势图
更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202003/845534.html>