

2017-2023年中国盆栽产业发展前景及市场监测研究分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国盆栽产业发展前景及市场监测研究分析报告》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/201703/505783.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

前言

盆栽行业主管部门是中央和各级地方政府的建设行政主管部门和城市园林绿化行政主管部门。中华人民共和国住房和城乡建设部为盆栽行业的中央监管机构，主要负责盆栽企业的资质管理。省、自治区建设行政主管部门主管所在省、自治区的园林绿化工作，直辖市及各城市的园林绿化行政主管部门主管所在城市的园林绿化工作。

2015年，全国盆栽植物类花卉的种植面积10.48万公顷，比上一年度的10.66万公顷降低1.75%。有10个省的种植面积超过4000公顷，分别为广东、陕西、四川、福建、江苏、湖南、云南、河南、江西、湖北，其中广东的面积达2.10万公顷，比排名第二的陕西高出近1.04万公顷。这10个省盆栽植物类花卉种植面积为7.94万公顷，占全部总面积的75.75%。

2010-2015年中国盆栽行业种植面积情况

资料来源：中国农业部种子业管理司

本盆栽行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国盆栽行业研究报告是2016-2017年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国盆栽行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国盆栽行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国盆栽行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 盆栽行业相关概述 1

第一节 盆栽行业相关概述 1

一、产品概述 1

二、产品性能 1

三、产品用途 3

第二节 盆栽行业经营模式分析 4

一、生产模式 4

二、采购模式 4

三、销售模式 4

第二章 2016年盆栽行业发展环境分析 6

第一节 2016年中国经济发展环境分析 6

一、中国GDP增长情况分析 6

二、工业经济发展形势分析 8

三、社会固定资产投资分析 15

四、全社会消费品零售总额 20

五、城乡居民收入增长分析 24

六、居民消费价格变化分析 26

第二节 中国盆栽行业政策环境分析 31

一、行业监管管理体制 31

二、行业相关政策分析 32

三、上下游产业政策影响 46

四、进出口政策影响分析 69

第三节 中国盆栽行业技术环境分析 70

一、行业技术发展概况 70

二、行业技术发展现状 71

第三章 2010-2014年中国盆栽市场供需分析 72

第一节 中国盆栽市场供给状况 72

一、2010-2015年中国盆栽产量分析 72

2015年，全国盆栽植物类花卉的种植面积10.48万公顷，比上一年度的10.66万公顷降低1.75%。有10个省的种植面积超过4000公顷，分别为广东、陕西、四川、福建、江苏、湖南、云南、河南、江西、湖北，其中广东的面积达2.10万公顷，比排名第二的陕西高出近1.04万公顷。这10个省盆栽植物类花卉种植面积为7.94万公顷，占全部总面积的75.75%。

2010-2015年中国盆栽行业种植面积情况

资料来源：中国农业部种子业管理司

2010-2015年中国盆栽行业细分领域种植面积情况

资料来源：中国农业部种子业管理司

在盆栽植物生产上，广东仍然独占鳌头，盆栽植物种植面积高达1.59万公顷，是第二名四川的2.64倍。除广东外，四川、福建、江苏、云南仍是盆栽植物生产大省，种植面积均在3000公顷以上。广东、四川、江苏、福建、云南的种植总面积为3.56万公顷，占全部总面积的56.40%。盆景生产面积上千公顷以上的有广东、四川、福建、浙江、湖南、湖北、陕西、江西8个省，面积共1.42万公顷，占全部总面积的79.50%。各地均有花坛植物种植，其中种植面积上千公顷的有陕西、四川、山东、广东、湖南、河南、福建、内蒙古，面积总和为

1.70万公顷，占全部总面积的 71.56%。

二、2017-2023年中国盆栽产量预测 74

第二节 中国盆栽市场需求状况 74

一、2010-2016年中国盆栽需求分析 74

二、2017-2023年中国盆栽需求预测 75

第三节 2014年中国盆栽市场价格分析 76

第四章 中国盆栽行业产业链分析 79

第一节 盆栽行业产业链概述 79

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。

盆栽行业产业链示意图

资料来源：公开资料整理

第二节 盆栽上游产业发展状况分析 79

一、上游原料市场发展现状 79

二、上游原料生产情况分析 90

三、上游原料价格走势分析 94

第三节 盆栽下游应用需求市场分析 96

一、行业发展现状分析 96

二、行业生产情况分析 96

三、行业需求状况分析 110

四、行业需求前景分析 111

第五章 2010-2016年盆栽进出口数据分析 112

第一节 2010-2016年盆栽进口情况分析 112

一、进口数量情况分析 112

二、进口金额变化分析 112

三、进口来源地区分析 113

四、进口价格变动分析 114

第二节 2010-2016年盆栽出口情况分析 114

一、出口数量情况 114

二、出口金额变化分析 115

三、出口国家流向分析 116

四、出口价格变动分析 116

第六章 国内盆栽生产厂商竞争力分析 118

第一节 浙江森禾种业股份有限公司 118

一、企业发展基本情况 118

二、企业主要产品分析 119

三、企业经营状况分析 120

四、企业销售网络布局 121

五、企业发展战略分析 121

第二节 玉溪明珠花卉股份有限公司 122

一、企业发展基本情况 122

二、企业主要产品分析 123

三、企业经营状况分析 123

四、企业销售网络布局 124

五、企业发展战略分析 124

第三节 浙江虹越花卉股份有限公司 124

一、企业发展基本情况 124

二、企业主要产品分析 125

三、企业经营状况分析 125

四、企业销售网络布局 126

五、企业发展战略分析 126

第四节 昆明杨月季园艺有限责任公司 127

一、企业发展基本情况 127

二、企业主要产品分析 127

三、企业经营状况分析 127

四、企业销售网络布局 128

五、企业发展战略分析 128

第五节 昆明虹之华园艺有限公司 129

一、企业发展基本情况 129

二、企业主要产品分析 129

三、企业经营状况分析 129

四、企业销售网络布局 130

五、企业发展战略分析 130

第七章 2017-2023年中国盆栽行业发展趋势与前景分析 131

第一节 2017-2023年中国盆栽行业投资前景分析 131

一、盆栽行业发展前景 131

二、盆栽发展趋势分析 131

- 三、盆栽市场前景分析 132
- 第二节 2017-2023年中国盆栽行业投资风险分析 134
 - 一、产业政策分析 134
 - 二、原材料风险分析 134
 - 三、市场竞争风险 134
 - 四、技术风险分析 135
- 第三节 2017-2023年盆栽行业投资策略及建议 135
- 第八章 盆栽企业投资战略与客户策略分析 138
- 第一节 盆栽企业发展战略规划背景意义 138
 - 一、企业转型升级的需要 138
 - 二、企业强做大做的需要 138
 - 三、企业可持续发展需要 138
- 第二节 盆栽企业战略规划制定依据 139
 - 一、国家产业政策 139
 - 二、行业发展规律 139
 - 三、企业资源与能力 139
 - 四、可预期的战略定位 139
- 第三节 盆栽企业战略规划策略分析 140
 - 一、战略综合规划 140
 - 二、技术开发战略 140
 - 三、区域战略规划 142
 - 四、产业战略规划 143
 - 五、营销品牌战略 143
 - 六、竞争战略规划 145
- 第四节 盆栽企业重点客户战略实施 145
 - 一、重点客户战略的必要性 145
 - 二、重点客户的鉴别与确定 146
 - 三、重点客户的开发与培育 147
 - 四、重点客户市场营销策略 148

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/505783.html>