

2016-2022年中国鲜花行业 深度研究与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国鲜花行业深度研究与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/C97161W4N8.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言

鲜花是被子植物（被子植物门植物，又称有花植物）的繁殖器官，其生物学功能是结合雄性精细胞与雌性卵细胞以产生种子。这一进程始于传粉，然后是受精，受精过后，从而形成种子并加以传播。对于高等植物而言，种子便是其下一代，种子又长成鲜花，又传粉、受精，从而延续这个品种的花的生命。而且是各物种在自然界分布的主要手段。

荷兰是全球最大的鲜花生产国，荷兰生产的鲜花世界闻名，特别是郁金香，同时荷兰也是全球最大的鲜植物出口国。近年来，我国鲜花种植行业发展迅猛，目前我国鲜花种植面积已居全球前列。近年来全球鲜花消费市场保持稳定的发展态势，2014年全球鲜花消费量为5104.5亿支。

本鲜花行业研究报告共十二章是智研数据研究中心公司的研究成果，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。智研数据研究中心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。本中国鲜花行业研究报告是2014-2015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数据研究中心公司领衔撰写，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、智研数据研究中心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。

报告揭示了中国鲜花行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国鲜花行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国鲜花行业发展前景预测。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 2015年中国鲜花行业发展环境分析 1

第一节 中国经济环境分析 1

一、2015年宏观经济运行情况 1

1、GDP历史变动轨迹分析 1

2、固定资产投资历史变动轨迹分析 2

二、2015年中国居民消费价格指数CPI、PPI 3

三、2008-2015年中国城市化率	6
四、2014-2015年中国城市及农村居民年均可支配收入	7
五、2016年中国经济发展预测分析	9
第二节 鲜花行业相关政策	11
一、国家“十二五”产业政策	11
二、其他相关政策(标准、技术)	12
三、出口关税及相关税收政策	14
第三节 2015年中国鲜花行业发展社会环境分析	15
第二章 鲜花行业发展概述	25
第一节 行业界定	25
一、鲜花行业定义及分类	25
二、鲜花行业经济特性	25
三、鲜花行业产业链简介	26
第二节 鲜花行业发展成熟度	29
一、行业发展周期分析	29
二、行业中外市场成熟度对比	31
第三节 鲜花行业相关产业动态	31
第三章 2015年全球鲜花行业市场运行形势分析	35
第一节 全球鲜花行业市场运行环境分析	35
第二节 全球鲜花行业市场发展情况分析	41
一、全球鲜花行业市场供需分析	41
二、全球鲜花行业市场规模分析	41
三、全球鲜花行业主要国家发展情况分析	42
第三节 2016-2022年全球鲜花行业市场规模趋势预测分析	46
第四章 2015年中国鲜花行业技术发展分析	48
第一节 中国鲜花行业技术发展现状	48
第二节 鲜花行业技术特点分析	48
第三节 鲜花行业技术专利情况	52
一、鲜花行业专利申请数分析	52

二、鲜花行业专利申请人分析	54
三、鲜花行业热门专利技术分析	55
第四节 鲜花行业技术发展趋势分析	55
第五章 我国鲜花行业发展分析	59
第一节 2015年中国鲜花行业发展状况	59
一、2015年鲜花行业发展状况分析	59
二、2015年中国鲜花行业发展动态	61
三、2015年我国鲜花行业发展热点	65
四、2015年我国鲜花行业存在的问题	67
第二节 2014年中国鲜花行业市场供需状况	70
一、2011-2015年中国鲜花行业供给分析	70
二、2011-2015年中国鲜花行业市场需求分析	71
三、中国鲜花行业产品价格分析	72
1、中国鲜花行业产品价格分析	72
2、行业价格影响因素分析	72
四、2011-2015年中国鲜花行业市场规模分析	73
第六章 2011-2015年中国鲜花所属行业主要数据监测分析	75
第一节 2011-2015年中国鲜花所属行业规模分析	75
一、企业数量分析	75
二、资产规模分析	75
三、销售规模分析	76
四、利润规模分析	76
第二节 2011-2015年中国鲜花所属行业产值分析	77
一、产成品分析	77
二、工业总产值分析	77
第三节 2011-2015年中国鲜花所属行业成本费用分析	78
一、销售成本分析	78
二、销售费用分析	78
三、管理费用分析	79
四、财务费用分析	79

第四节 2011-2015年中国鲜花所属行业运营效益分析 80

一、盈利能力分析 80

二、偿债能力分析 80

三、运营能力分析 81

四、成长能力分析 81

第七章 2015年中国鲜花行业竞争格局分析 82

第一节 行业竞争结构分析 82

一、国内企业竞争格局 82

二、国外企业产品市场份额 83

三、行业企业区域分布 84

第二节 鲜花行业集中度分析 85

一、行业市场销售集中度分析 85

二、行业区域消费集中度分析 85

第三节 2015年中国鲜花行业SWOT模型分析 86

一、优势 86

二、劣势 86

三、机会 87

四、威胁 87

第八章 2015年鲜花行业优势生产企业竞争力分析 89

第一节 江苏沂岸花卉股份有限公司 89

一、公司基本情况分析 89

二、公司经营情况分析 89

三、公司竞争力分析 90

第二节 江苏苏北花卉股份有限公司 90

一、公司基本情况分析 90

二、公司经营情况分析 91

三、公司竞争力分析 91

第三节 浙江虹越花卉股份有限公司 91

一、公司基本情况分析 91

二、公司经营情况分析 92

三、公司竞争力分析 93

第四节 云南锦苑花卉产业股份有限公司 93

一、公司基本情况分析 93

二、公司经营情况分析 94

三、公司竞争力分析 94

第五节 春舞枝集团 95

一、公司基本情况分析 95

二、公司经营情况分析 96

三、公司竞争力分析 96

第九章 2015-2016年中国鲜花行业上下游分析及其影响 97

第一节 2015年中国鲜花行业上游发展及影响分析 97

一、2015年中国鲜花行业上游运行现状分析 97

二、2016-2022年中国鲜花行业上游市场发展前景预测 115

三、上游对本行业产生的影响分析 118

第二节 2015年中国鲜花行业下游发展及影响分析 119

一、2015年中国鲜花行业下游运行现状分析 119

二、2016-2022年中国鲜花行业下游市场发展前景预测 129

三、下游对本行业产生的影响分析 132

第十章 2016-2022年鲜花行业发展及投资前景预测分析 133

第一节 2016-2022年鲜花行业市场规模预测分析 133

第二节 2016-2022年鲜花行业供需预测分析 133

第三节 中国鲜花行业五力分析 134

一、现有企业间竞争 134

二、潜在进入者分析 135

三、替代品威胁分析 135

四、供应商议价能力 135

五、客户议价能力 136

第四节 2016-2022年我国鲜花行业前景展望分析 136

第五节 2016-2022年我国鲜花行业产品价格走势预测 137

第六节 2016-2022年我国鲜花行业盈利能力预测 137

第十一章 2016-2022年中国鲜花行业投资风险分析	139
第一节 2010-2015年中国鲜花行业投资金额分析	139
一、2010-2015年中国鲜花行业内资企业投资金额分析	139
二、2010-2015年中国鲜花行业港澳台及外资企业投资金额分析	140
第二节 2016-2022年中国鲜花行业投资周期分析	141
第三节 2016-2022年中国鲜花行业投资风险分析	143
一、政策和体制风险	143
二、技术发展风险	143
三、市场竞争风险	144
四、原材料压力风险	144
五、进入退出风险	145
六、经营管理风险	145
第十二章 2016-2022年中国鲜花行业发展策略及投资建议分析	146
第一节 鲜花行业发展策略分析	146
一、坚持产品创新的领先战略	146
二、坚持品牌建设的引导战略	146
三、坚持工艺技术创新的支持战略	146
四、坚持市场营销创新的决胜战略	147
五、坚持企业管理创新的保证战略	147
第二节 鲜花行业市场的关键客户战略实施	147
一、实施关键客户战略的必要性	147
二、合理确立关键客户	148
三、对关键客户的营销策略	149
四、强化关键客户的管理	149
五、实施关键客户战略要重点解决的问题	150
第三节 2016-2022年中国鲜花产品生产及销售投资运作模式探讨	151
一、国内生产企业投资运作模式	151
二、国内营销企业投资运作模式	152
三、外销与内销优势分析	152
1、产品外销优势	152

2、产品内销优势 152

第四节 2016-2022年中国鲜花行业发展建议 153

第五节 2016-2022年中国鲜花行业投资建议（ZY LQ） 153

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/C97161W4N8.html>