

# 2015-2020年中国彩色苗木 市场供需分析调查及投资规划建议咨询报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国彩色苗木市场供需分析调查及投资规划建议咨询报告》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.bosidata.com/huanbao1503/831984YZEE.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-03-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国彩色苗木市场供需分析调查及投资规划建议咨询报告》共十四章。首先介绍了彩色苗木行业的概念以及全球彩色苗木行业发展现状，接着分析了中国彩色苗木行业发展环境，然后对中国彩色苗木行业市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国彩色苗木行业面临的机遇及趋势预测。您若想对中国彩色苗木行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

改革开放以来，特别是到九十年代中后期，围绕我国城市化和林业六大工程建设，我国绿化种苗业得到了迅速发展。生产规模迅速扩大，总体结构向好的方向发展。据国家林业局统计：1998-2001年全国林业苗木育苗面积平均每年以24.32%高速度增长，2001年达到506.66万亩，苗圃存苗量376.98亿株，当年可出圃苗木250.93亿株。分析全国林业育苗统计资料可以看出：1999年全国育苗面积与苗圃存苗量比上年分别增长12.06%和11.77%，基本上足同步增长；而2000年与2001年育苗面积分别比上年增长24.86%和36.05%，苗圃存苗量分别增长15.37%与7.43%，育苗面积的增长速度明显高于苗圃存苗量。这说明苗圃单位面积的存苗量减少，多年生、大规格苗木增加，也就是说城市、四旁绿化和速生树种育苗量迅速增长。而2002年，全国绿化面积更是达到1亿亩。

当前苗木产业的发展外部条件依然优越，市场空前繁荣，潜力巨大。即便是在将来举办了奥运会和世博会以后的十年内，由于国家重大工程建设的拉动和城市化不断进行的拉动，苗木产业也将还是朝阳产业。但目前苗木面积扩大迅速，一些品种出现结构性过剩，不能盲目发展。但彩色苗木作为新兴苗木品种的一个部分，在市场强大需求下，将会随之发展壮大，并取得越来越重要的地位。有专家预计，彩色苗木应该占到绿化苗木总量的15-20%，发展彩色苗木前景广阔，不仅是当前市场的亮点，而且比传统品种更有生命力。

报告目录：

## 第一章 绿化苗木相关发展概述 13

### 第一节 绿化苗木基本情况 13

#### 一、绿化苗木基本概述 13

##### （一）绿化苗木概述 13

##### （二）200种常用苗木 13

##### （三）园林相关概述 26

#### 1、园林的定义与涵盖 26

#### 2、世界三大园林体系 26

#### 3、中国三大园林体系 27

二、绿化苗木分类介绍	29
三、绿化苗木繁殖方式	30
四、绿化苗木功能分析	31
第二节 彩色苗木产品细分及特性	31
一、产品分类情况	31
二、行业产品特性分析	32
三、彩色树木的应用方式	32
四、一些常见的彩色树木应用分析	33
第三节 苗木类行业地位分析	34
一、行业对经济增长的影响	34
二、行业对人民生活的影响	35
三、行业关联度情况	35
第四节 绿化苗木行业经营模式	35
一、绿化苗木经营模式	35
（一）采购经营模式	35
（二）外购苗木种植	36
（三）一般销售模式	37
二、园林行业经营模式	38
（一）业务承接模式	38
（二）组织投标模式	39
（三）组建项目团队	39
（四）竣工验收结算	40
第五节 彩色苗木市场潜力判断依据	41
一、国外彩色苗木行业发展现状	41
二、品种开发选择	41
三、栽培技术难易	41
四、园林用苗需求	41
五、市政/退耕还林/生态修复需求	41
六、适应性广泛度	42
第二章 彩色苗木行业发展环境分析	43
第一节 中国宏观经济环境分析	43
一、2014年中国宏观经济运行概况	43

二、中国宏观经济趋势预测	44
第二节 中国彩色苗木行业政策环境	47
一、绿化苗木行业政策环境	47
（一）行业监管体制研究	47
（二）主要产业政策介绍	47
（三）重点苗木产业政策	48
二、园林行业政策环境分析	50
（一）行业监管体制介绍	50
（二）园林施工资质等级	50
（三）园林设计资质等级	52
（四）园林工程项目监管	52
（五）园林相关法规政策	53
第三节 绿化苗木产业社会环境	54
一、国内生态环境发展分析	54
二、国内城市绿化发展情况	55
（一）城市绿化面积情况	55
（二）城市人均绿地面积	56
（三）城市绿化覆盖情况	56
三、中国城镇化率情况介绍	57
四、新农村建设（美丽新村）	57
五、退耕还林发展情况	58
第四节 苗木类行业技术环境分析	58
一、国内技术水平现状	58
二、彩色苗木培育技术	59
三、绿化苗木技术发展趋势	60
第三章 中国绿化苗木产业发展分析	61
第一节 绿化苗木行业发展现状	61
一、园林绿化行业发展阶段	61
二、园林绿化行业总体特征	62
三、绿化苗木产业发展观察	63
第二节 绿化苗木市场发展特性	64
一、绿化苗木市场供需特性	64

(一) 供给特性	64
(二) 需求特性	64
(三) 影响风险	64
二、种子种苗供应格局分析	65
三、绿化苗木市场变化态势	65
四、绿化苗木资源竞争点	66
第三节 2012-2018年中国苗木类市场分析	66
一、2012-2014年苗木类市场形势回顾	66
二、2015-2020年苗木类市场形势分析	67
(一) 大规格苗木发展形势	68
(二) 彩叶树种苗木发展形势	68
(三) 容器类苗木发展形势	68
(四) 花灌木类苗木发展形势	69
(五) 灌木品种苗木发展形势	69
(六) 水生植物类苗木发展形势	69
(七) 地被类植物发展形势	70
(八) 果树类苗木发展形势	70
(九) 其他品种苗木发展形势	70
第四节 绿化苗木市场行情研究	70
一、中国苗木类行业市场价格影响因素分析	70
二、2012-2014年中国苗木类行业市场价格走势分析	72
三、供求关系决定市场走向	73
四、房地产用苗市场呈差异	73
五、新建扩建步伐有所放缓	74
六、绿化苗木价格行情走低	74
七、苗木市场是“政策市”	74
第五节 高端苗木市场行情研究	74
一、高端苗木发展背景分析	74
二、高端苗木发展特点研究	75
三、高端苗木市场发展态势	75
四、促进高端苗木发展建议	76
第六节 中国苗木类行业进出口市场分析	76

一、2009-2014年中国苗木类行业进口市场分析 76

二、2009-2014年中国苗木类行业出口市场分析 77

第七节 绿化苗木产业运行态势 78

一、绿化苗木产业发展思考 78

二、行业标准化助产业升级 79

三、绿化苗木区域发展研究 80

四、绿化苗木市场发展现状 81

第八节 中国苗木类行业市场发展的主要策略 81

第四章 中国彩色苗木市场现状分析 85

第一节 花卉苗木种植生产情况 85

一、切花切叶种植生产情况 85

二、盆栽植物种植生产情况 85

三、观赏苗木种植生产情况 86

四、国内草坪种植生产情况 86

第二节 彩色苗木种植生产情况 86

一、彩色园林树木的分类 86

二、彩色苗木培育发展现状 87

三、彩色苗木培育分布现状 87

第三节 彩色苗木市场供需情况 88

一、彩色苗木市场供给现状 88

二、彩色苗木市场需求分布 89

三、彩色苗木市场需求规模 90

第四节 开原市彩色苗木发展分析 90

一、开原市彩色苗木发展优势 91

二、开原市彩色苗木发展现状 93

三、开原市彩色苗木种植规模 93

四、开原市彩色苗木规划前景 94

第五章 中国彩色苗木市场问题及对策 95

第一节 彩色苗木市场存在的问题 95

第二节 彩色苗木栽培管理策略建议 96

第三节 发展彩色苗木的对策建议 97

第六章 中国彩色苗木应用领域分析 99

第一节 园林绿化工程	99
第二节 旅游景区应用	100
第三节 生态建设领域	101
第四节 地产景观领域	103
第五节 退耕还林领域	105
第六节 苗木盆景领域	105
第七章 中国苗木类行业竞争格局分析	107
第一节 苗木行业竞争概述	107
第二节 苗木类行业竞争结构分析	107
一、行业竞争能力	107
二、原料供应商议价能力	108
三、下游客户议价能力	108
四、行业替代品威胁力	109
五、行业潜在进入威胁力	109
第三节 苗木类行业集中度分析	110
一、苗木类行业集中度分析	110
二、绿化苗木行业区域格局	110
第四节 2015-2020年苗木类行业竞争策略分析	110
第八章 中国彩色苗木市场营销策略分析	112
第一节 彩色苗木市场营销模式	112
一、盆栽植物销售形式介绍	112
（一）拍卖市场	112
（二）交易市场	112
（三）苗木花店	112
（四）超市卖场	113
（五）园艺超市	113
（六）网上交易	113
二、绿化工程用苗销售模式	113
（一）交易市场	114
（二）经纪人	114
（三）配送公司	114
（四）自产自销	114



## 第二节 绿化苗木市场营销渠道 115

### 一、苗木产品营销渠道概念 115

### 二、苗木市场营销渠道现状 115

### 三、改变苗木市场营销渠道 116

### 四、营销渠道投资策略分析 118

### 五、苗木市场营销渠道趋势 120

## 第三节 彩色苗木营销策略分析 123

### 一、营造苗木消费的新观念 123

### 二、彩色苗木产品策略分析 123

### 三、彩色苗木营销渠道策略 124

### 四、彩色苗木价格策略分析 124

### 五、彩色苗木业的人员策略 125

### 六、苗木销售促销策略分析 125

## 第九章 中国彩色苗木重点区域需求潜力分析 127

### 第一节 北京市彩色苗木需求潜力分析 127

#### 一、北京市GDP与城镇化 127

#### 二、行业相关发展政策 128

#### 三、城市绿化统计情况 130

#### 四、北京苗林行业发展概况 131

#### 五、北京绿化工程建设情况 132

#### 六、北京彩色苗木趋势预测 136

### 第二节 上海市彩色苗木需求潜力分析 138

#### 一、上海GDP与城镇化 138

#### 二、行业相关发展政策 138

#### 三、城市绿化统计情况 139

#### 四、上海绿化工程建设情况 140

#### 五、上海彩色苗木趋势预测 143

### 第三节 广东省彩色苗木需求潜力分析 145

#### 一、广东GDP与城镇化 145

#### 二、行业相关发展政策 147

#### 三、城市绿化统计情况 148

#### 四、广东苗林行业发展概况 149

五、广东绿化工程建设情况	150
六、广东彩色苗木趋势预测	154
第四节 浙江省彩色苗木需求潜力分析	154
一、浙江GDP与城镇化	154
二、行业相关发展政策	155
三、城市绿化统计情况	156
四、浙江苗林行业发展概况	156
五、浙江绿化工程建设情况	157
六、浙江彩色苗木趋势预测	163
第五节 江苏省彩色苗木需求潜力分析	164
一、江苏GDP与城镇化水平	164
二、行业相关发展政策	165
三、城市绿化统计情况	166
四、江苏苗林行业发展概况	167
五、江苏绿化工程建设情况	167
六、江苏彩色苗木趋势预测	171
第六节 山东省彩色苗木需求潜力分析	173
一、山东GDP与城镇化	173
二、行业相关发展政策	174
三、城市绿化统计情况	174
四、山东苗林行业发展概况	175
五、山东绿化工程建设情况	176
六、山东彩色苗木趋势预测	184
第七节 国家退耕还林及生态修复重点区域需求潜力分析	185
一、山西省彩色苗木趋势预测	185
二、新疆区彩色苗木趋势预测	185
三、天津市彩色苗木趋势预测	186
四、河北省彩色苗木趋势预测	186
五、福建彩色苗木趋势预测	187
六、河南彩色苗木趋势预测	188
七、云南彩色苗木趋势预测	189
八、四川彩色苗木趋势预测	189

## 第十章 2014年中国苗木类行业重点企业发展 190

### 第一节 北京东方园林股份有限公司 190

- 一、企业基本情况介绍 190
- 二、企业组织架构分析 190
- 三、企业主营业务及产品 191
- 四、企业经营情况分析 191
- 五、企业技术及人才情况 193
- 六、企业竞争优势分析 193
- 七、企业发展动态 194
- 八、企业发展规划及战略 194

### 第二节 棕榈园林股份有限公司 194

- 一、企业基本情况介绍 194
- 二、企业组织架构 195
- 三、企业主营业务及产品 195
- 四、企业经营情况分析 196
- 五、企业技术及人才情况 197
- 六、企业竞争优势分析 197
- 七、企业发展规划及战略 198

### 第三节 浙江滕头园林股份有限公司 198

- 一、企业基本情况介绍 198
- 二、企业主营业务及产品 198
- 三、企业经营情况分析 199
- 四、企业技术及人才情况 199
- 六、企业竞争优势分析 199
- 七、企业发展规划及战略 200

### 第四节 云南绿大地生物科技股份有限公司 200

- 一、企业基本情况介绍 200
- 二、企业组织架构分析 201
- 三、企业主营业务及产品 201
- 四、企业经营情况分析 202
- 五、企业竞争优势分析 203
- 六、企业未来展望分析 204

## 七、企业发展规划及战略 204

### 第五节 深圳市铁汉生态环境股份有限公司 204

#### 一、企业基本情况介绍 204

#### 二、企业组织架构 205

#### 三、企业主营业务及产品 205

#### 四、企业经营情况分析 205

#### 五、企业技术及人才情况 207

#### 六、企业竞争优势分析 207

#### 七、企业发展动态 208

#### 八、企业发展规划及战略 208

### 第六节 杭州萧山凌飞环境绿化有限公司 208

#### 一、企业基本情况介绍 208

#### 二、企业主营业务及产品 209

#### 三、企业经营情况分析 209

#### 四、企业技术及人才情况 209

#### 五、企业竞争优势分析 210

#### 六、企业发展规划及战略 210

## 第十一章 中国彩色苗木重点企业分析 211

### 第一节 大连盛世绿源生态科技发展有限公司 211

#### 一、企业基本情况介绍 211

#### 二、企业主营业务及产品 211

#### 三、企业技术及人才情况 211

#### 四、企业竞争优势分析 212

#### 五、企业发展规划及战略 212

### 第二节 大连西郊生物园股份有限公司 212

#### 一、企业基本情况介绍 212

#### 二、企业主营业务及产品 213

#### 三、企业竞争优势分析 213

#### 四、企业发展规划及战略 213

### 第三节 上海枫彩集团 214

#### 一、企业基本情况介绍 214

#### 二、企业主营业务及产品 214

三、企业竞争优势分析	214
第四节 开原市云清苗木花卉有限公司	215
一、企业基本概况介绍	215
二、企业主营业务及产品	215
三、企业发展动态	215
第五节 江苏枫泽农业科技有限公司	216
一、企业基本概况介绍	216
二、企业主营业务及产品	216
三、企业发展动态	217
四、企业发展规划及战略	217
第十二章 2015-2020年中国彩色苗木市场趋势分析	218
第一节 2015-2020年绿化苗木发展趋势分析	218
一、绿化苗木行业发展趋势	218
二、绿化苗木产业发展走向	219
三、绿化苗木市场发展趋势	219
第二节 2015-2020彩色苗木市场前景分析	220
一、彩叶苗木市场前景分析	220
二、彩色苗木产业化发展趋势	221
第三节 2015-2020年苗木行业市场规模预测	221
第四节 2015-2020年彩色苗木市场盈利预测分析	222
第十三章 2015-2020年中国彩色苗木市场行业前景调研及策略	223
第一节 2015-2020年中国彩色苗木行业投资特征	223
第二节 2015-2020年中国彩色苗木市场投资机会	223
第三节 中国园林苗木行业营销策略	224
一、产品开发与定位策略	224
二、定价目标与价格策略	229
三、渠道建设与管理策略	235
四、企业品牌策略及运作	236
五、企业营销服务策略分析	242
第四节 2015-2020年彩色苗木行业投资前景分析	245
一、宏观政策风险	245
二、自然灾害风险	246

三、苗木供应风险	246
四、技术风险分析	246
第五节 2015-2020年彩色苗木行业投资前景研究及建议	247
第十四章 彩色苗木投资规划建议与客户策略分析	249
第一节 彩色苗木企业发展战略规划背景意义	249
一、企业转型升级的需要	249
二、企业强做大做的需要	249
三、企业可持续发展需要	249
第二节 彩色苗木企业战略规划制定依据	250
一、国家产业政策	250
二、行业发展规律	250
三、企业资源与能力	250
四、可预期的战略定位	250
第三节 彩色苗木企业战略规划策略分析	251
一、战略综合规划	251
二、技术开发战略	251
三、区域战略规划	252
四、产业战略规划	252
五、营销品牌战略	252
六、竞争战略规划	254
第四节 市场的重点客户战略实施	255
一、实施重点客户战略的必要性	255
二、企业重点客户的鉴别与确定	257
三、企业重点客户的开发与培育	258
四、实施重点客户战略要需解决的问题	262
五、企业重点客户的市场营销策略分析	268
图表目录：	
图表1 中国200种常用苗木统计	12
图表2 绿化苗木种植企业的采购、生产及销售模式	36
图表3 园林绿化企业施工项目的组织结构	40
图表4 2008-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	44
图表5 2014年国内生产总值构成及增长速度统计	44

图表6 “十二五”时期中国经济社会发展主要指标 46

图表7 中国主要花卉产业政策 48

图表8 园林施工资质等级说明 51

图表9 园林设计资质等级说明 52

图表10 园林绿化行业相关政策 53

图表11 中国城市建成区绿化覆盖面积增长趋势图 55

图表12 中国城市绿地率增长趋势图 55

图表13 中国城市人均公园绿地面积规模 56

图表14 中国城市绿化覆盖率增长趋势图 56

图表15 2006-2015年中国城镇化率变化趋势图 57

图表16 2008-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 58

图表17 2009-2014年中国其他苗木类进口情况 77

图表18 2009-2014年中国其他苗木类出口情况 78

图表19 中国切花切叶种植生产统计 85

图表20 中国盆栽植物种植生产统计 85

图表21 中国观赏苗木种植生产统计 86

图表22 中国草坪种植生产统计 86

图表23 中国城市绿化和园林数量 100

图表24 中国森林公园数量统计 100

图表25 中国森林公园环境建设情况 100

图表26 中国各地区生态建设与保护投资完成情况 102

图表27 2006-2014年中国房地产开发投资累计完成情况 103

图表28 2012-2014年中国月度房地产景气指数统计 104

图表29 中国盆栽类植物种植面积统计 106

图表30 中国盆栽类植物销售情况 106

图表31 2006-2014年北京市GDP增长情况 127

图表32 2005-2014年北京市城镇化率统计 128

图表33 北京市城市绿化资源统计情况 130

图表34 北京市分地区苗木行业生产情况 131

图表35 2006-2014年上海市生产总值及其增长速度情况 138

图表36 上海市绿化苗木行业相关政策情况 139

图表37 上海市城市绿化统计情况 140

图表38	2006-2014年广东省地区生产总值增长情况	146
图表39	2014年广东人口数及其构成	146
图表40	2005-2014年广东省城镇化率统计	147
图表41	广东省绿化苗林部分相关法规情况	148
图表42	广东省城市绿化统计情况	149
图表43	广东省花卉产业发展情况	149
图表44	广东省苗林行业生产情况	150
图表45	2006-2014年浙江省GDP增长情况	155
图表46	2005-2012年浙江省城镇化率统计	155
图表47	浙江省城市绿化统计情况	156
图表48	浙江省主要园林工程情况统计	160
图表49	2006-2014年江苏省地区生产总值增长情况	165
图表50	江苏省城市绿化统计情况	167
图表51	2006-2014年山东省地区生产总值增长情况	173
图表52	山东省绿化苗林行业相关政策	174
图表53	山东省城市绿化情况统计	174
图表54	山东省部分城市育苗面积统计情况	175
图表55	北京东方园林股份有限公司组织架构示意图	190
图表56	2014年北京东方园林股份有限公司分行业、分产品情况表	192
图表57	2014年北京东方园林股份有限公司业务结构情况	192
图表58	2014年北京东方园林股份有限公司分地区情况表	193
图表59	棕榈园林股份有限公司组织架构示意图	195
图表60	2014年棕榈园林股份有限公司分行业、分产品情况表	196
图表61	2014年棕榈园林股份有限公司业务结构情况	197
图表62	2014年棕榈园林股份有限公司分地区情况表	197
图表63	浙江滕头园林股份有限公司苗木产品示意图	199
图表64	浙江滕头园林股份有限公司资产及收入统计	199
图表65	云南绿大地生物科技股份有限公司组织架构示意图	201
图表66	2014年云南绿大地生物科技股份有限公司分行业、分产品情况表	202
图表67	2014年云南绿大地生物科技股份有限公司业务结构情况	203
图表68	2014年云南绿大地生物科技股份有限公司分地区情况表	203
图表69	深圳市铁汉生态环境股份有限公司组织架构示意图	205



图表70	2014年深圳市铁汉生态环境股份有限公司分行业、分产品情况表	206
图表71	2014年深圳市铁汉生态环境股份有限公司业务结构情况	207
图表72	2014年深圳市铁汉生态环境股份有限公司分地区情况表	207
图表73	杭州萧山凌飞环境绿化有限公司苗木产品示意图	209
图表74	杭州萧山凌飞环境绿化有限公司资产及收入统计	210
图表75	盛世绿源生态科技发展有限公司苗木产品图	212
图表76	大连西郊生物园股份有限公司主要彩苗产品表	214
图表77	上海枫彩集团彩苗产品示意图	215
图表78	开原市云清苗木花卉有限公司彩苗示意图	216
图表79	江苏枫泽美国红枫价目表	217
图表80	2015-2020年中国绿化苗木市场销售规模变化趋势图	223
图表81	产品的五个层次	226
图表82	园林苗木行业价格策略	231
图表83	绿化苗木行业的定价目标	232
图表84	品牌的内涵	238
图表85	企业品牌化过程	239
图表86	重点客户管理与企业战略规划	256

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/huanbao1503/831984YZEE.html>