

# 2007—2008年中国花卉行业投资决策咨询及市场竞争力调查研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007—2008年中国花卉行业投资决策咨询及市场竞争力调查研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2960129601.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 10000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【交付时间】5个工作日【报告格式】Word格式报告摘要：花卉有广义和狭义两种意义：狭义的花卉是指有观赏价值的草本植物。如凤仙、菊花、一串红、鸡冠花等；广义的花卉除有观赏价值的草本植物外，还包括草本或木本的地被植物、花灌木、开花乔木以及盆景等，如麦冬类、景天类、丛生福禄考等地被植物；梅花、桃花、月季、山茶等乔木及花灌木等等。中国种植花卉的优势表现在种质资源、气候资源、劳动力资源、市场优势、花文化优势等几个方面。目前全国重点花卉产区初步形成，品种结构进一步优化。区域化产业形成了以云南、四川、江苏、浙江、海南为重点的南方热带、亚热带花卉产区；以广东、福建为重点的南方热带观叶植物产区；以浙江、四川、河南、河北为重点的观赏苗木产区；以北京、山东、河北为主的北方花卉产区；以辽宁为中心的东北花卉产区。目前中国花卉消费的总体水平仍然很低，每年鲜切花人均消费仅1美元左右，不到日本每人年均消费量的1/30，并且沪、杭和周边大中城市的花卉需求中，很大部分来自云南、广东、海南等花卉主产区。随着中国经济的发展，人民生活水平的提高，特别是2008年北京奥运会和2010年上海世博会的举办，花卉消费将进一步增长，市场前景十分看好。锦秋财智咨询预测，中国花卉消费需求量每年将以20%的速度递增。从国家制定的长期发展规划来看，到2010年，全国花卉产值将达到700亿元，到2020年，全国花卉产值达到1000亿元。因此，发展花卉业仍然具有较大的生产潜力和市场空间。

报告目录第一章 研究概述 7第一节 报告目的 7第二节 研究范围 8第三节 数据来源 9第四节 研究方法 10第五节 研究对象 11第二章 全球花卉市场的运行情况 12第一节 2004-2007年全球花卉市场的生产概况 13一、全球花卉行业的生产规模 14二、全球花卉行业生产区域特征 15三、全球花卉生产结构 16第二节 2004-2007年全球花卉消费特征分析 17一、全球花卉消费规模 18二、全球花卉消费区域特征 19三、全球花卉产品消费结构 20第三节 2004-2007年全球花卉价格特征 21一、全球花卉产品价格变动趋势分析 22二、全球花卉产品主要地区价格分析 23三、全球花卉产品不同季节价格对比 24第四节 全球花卉市场主要国家分析 25一、美国 26二、日本 27三、荷兰 28四、印度 29五、意大利 30第五节 2004-2007年全球花卉贸易情况分析 31一、全球花卉贸易总量 32二、全球花卉贸易运行结构分析 33第三章 中国花卉行业运行情况 34第一节 2004-2007年中国花卉行业生产概况 34一、中国花卉行业生产总体规模 35二、中国花卉行业产品结构 36三、中国花卉行业的区域分布 37第二节 2004-2007年中国花卉产品消费特征 38一、中国花卉消费规模 39二、中国花卉产品消费结构 40三、中国花卉消费区域特征 41第三节 2004-2007年中国花卉产品贸易情况 42一、中国花卉产品贸易总量 43二、中国花卉产品贸易地区分析 44三、中国花卉产品结构分析 45第四节 2004-2007年中国花卉产品价格分析 46一、中国花卉产品价格变动趋势 47二、

花卉产品地区价格对比	48	三、花卉产品不同季节价格对比	49	第四章
中国花卉行业运行特征分析	50	第一节 中国花卉行业特点分析	50	一、生产规模及品质提高
	51	二、区域化格局显现	52	三、流通网络初步形成
	53	四、花卉业专业化程度提高	54	第二节
中国花卉行业运行中存在的问题	55	一、技术推广及普及	56	二、产业结构问题
	57	三、产品生产标准	58	四、相关服务体系建立
	59	第三节 中国花卉行业所处的阶段	60	一、中国花卉行业的生命周期分析
	61	二、中国花卉行业成熟度分析	62	第五章
中国花卉行业竞争态势分析	63	第一节 花卉行业竞争群体分析	63	一、农户
	64	二、合作组织	65	三、花卉生产企业
	66	第二节 花卉行业竞争主体所处的环境	67	一、政治环境
	68	二、经济环境	69	三、国际市场
	70	第三节 花卉行业竞争主体竞争行为分析	71	一、价格竞争
	72	二、品质竞争	73	三、渠道竞争
	74	四、信息竞争	75	第四节
中国花卉行业国际竞争力分析	76	一、价格	77	二、品种
	78	三、品质	79	四、技术
	80	五、中国花卉行业国际竞争力综述	81	第六章
中国花卉关联产业分析	82	第一节		
花卉批发及交易市场	82	一、中国花卉批发及交易市场发展概况	83	二、中国主要花卉批发及交易市场分析
	84	1、云南花卉拍卖交易中心	84	2、郑州陈砦花卉交易市场
	84	三、花卉交易市场对花卉行业的影响	85	第二节 航空物流行业
	86	一、我国航空物流行业发展概况	87	二、航空物流对花卉行业的影响
	88	第三节 花卉零售企业	89	一、中国花卉零售企业的发展概况
	90	二、花卉零售业对花卉行业的影响	91	第七章 我国花卉行业重点区域分析
	92	第一节 云南	92	一、2007年云南花卉行业发展现状
	93	二、云南花卉行业发展特点	94	三、云南花卉行业发展中存在的问题
	95	四、云南花卉行业发展规划	96	第二节 广东
	97	一、2007年广东花卉行业发展现状	98	二、广东花卉行业发展特点
	99	三、广东花卉行业发展中存在的问题	100	四、广东花卉行业发展规划
	101	第三节 浙江	102	一、2007年浙江花卉行业发展现状
	103	二、浙江花卉行业发展特点	104	三、浙江花卉行业发展中存在的问题
	105	四、浙江花卉行业发展规划	106	第四节 上海
	107	一、2007年上海花卉行业发展现状	108	二、上海花卉行业发展特点
	109	三、上海花卉行业发展中存在的问题	110	四、上海花卉行业发展规划
	111	第五节 北京	112	一、2007年北京花卉行业发展现状
	113	二、北京花卉行业发展特点	114	三、北京花卉行业发展中存在的问题
	115	四、北京花卉行业发展规划	116	第八章 花卉生产企业发展状况分析
	117	第一节		
合肥丰乐种业股份有限公司	117	一、企业概况	118	二、企业经营特点
	119	三、未来发展规划	120	第二节 广东陈村花卉世界有限公司
	121	一、企业概况	122	二、企业经营特点
	123	三、未来发展规划	124	第三节 云南昆明斗南花卉有限公司
	125	一、企业概况	126	二、企业经营特点
	127	三、未来发展规划	128	第四节 鄞陵北方花卉集团
	129	一、企业概况	130	二、企业经营特点
	131	三、未来发展规划	132	第五节 福建建新花卉集团公司
	133	一、企业概况	134	二、企业经营特点
	135	三、未来发展规划	136	第九章 中国花卉行业投资策略
	137	第一节 2008-2010年中国花卉行业发展状况预测		

137一、 中国花卉行业生产规模预测 138二、 中国花卉产品价格预测 139三、  
中国花卉产品贸易情况预测 140第二节 花卉行业的发展潜力分析 141一、  
居民消费需求分析 142二、 大型赛事等活动需求 143三、 出口量增长趋势 144第三节  
花卉行业发展前景分析 145一、 花卉生产发展新走向 146二、 花卉消费趋势分析 147三、  
“十一五”期间中国花卉行业的发展趋势 148第四节 花卉行业投资风险分析 149一、  
季节性风险 150二、 运输成本 151三、 经营风险 152四、 渠道风险 153五、 标准化风险  
154第五节 花卉行业投资策略及建议 155一、 投资领域策略 156二、 成本控制策略  
157三、 渠道建设策略 158四、 内部管理策略 159第十章 报告总结 160

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2960129601.html>