

中国花卉市场热点跟踪及投资盈利预测风险报告 (2011-2015年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国花卉市场热点跟踪及投资盈利预测风险报告（2011-2015年）》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/yuanlinhuahui/112319112319.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

随着人们生活水平的提高、百姓居住环境的改善，花卉对生活环境的改善作用越来越明显，各种盆栽鲜花越来越多地被用来装点人们的生活。而城市绿化中的景观提升，加大了市场对花卉的需求量，带动了花卉产业的发展。

《2011-2015年中国花卉市场热点跟踪及投资盈利预测风险报告》系统全面的调研了花卉的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对花卉产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销策略等方面进行深入的调研分析。

第一章 2010-2011年世界花卉产业运行态势分析

第一节 2010-2011年世界花卉行业发展概述

- 一、国际温室花卉生产状况
- 二、欧洲花卉的消费状况
- 三、欧洲花卉产品的销售方式

第二节 2010-2011年世界花卉产业主要国家风险

- 一、美国花卉企业加大有机花卉的生产
- 二、日本花卉的培育新法
- 三、荷兰花卉种苗繁殖体系状况
- 四、以色列花卉业实用技术的运用
- 五、哥伦比亚花卉品种及其出口市场状况

第三节 2011-2015年世界花卉产业发展趋势分析

第二章 2010-2011年中国花卉产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国花卉产业运行政策环境分析

- 一、《“主要花卉产品等级”国家标准》
- 二、《花卉种苗产品等级标准》
- 三、《鲜切花产品等级标准》
- 四、《盆花产品等级标准》

第三节2010-2011年中国花卉产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章2010-2011年中国花卉产业运行形势分析

第一节2010-2011年中国花卉产业发展综述

一、中国发展花卉业的优势

二、中国花卉业品牌发展分析

三、花卉产业结构调整分析

第二节2010-2011年中国花卉企业发展状况分析

一、花卉企业发展要素分析

二、花卉业调整期企业的发展

三、花卉企业的机遇与挑战

四、花卉企业存在的困难及其应对策略

第三节2010-2011年中国花卉行业发展中存在的问题及其对策

一、中国花卉业发展存在的问题

二、中国花卉质量分级与国际存在差距

三、西部大开发中花卉业发展应注意的问题

四、中国花卉业的发展策略

第四章 2010-2011年中国花卉产业市场运行动态分析

第一节2010-2011年中国花卉市场状况分析

一、花卉市场持续快速发展

二、中国特色花卉市场受宠

三、花卉市场区域布局和流通体系分析

第二节2010-2011年中国花卉市场营销分析

一、花卉市场经营模式

二、花卉业的市场营销现状

三、花卉营销中的传播途径分析

四、花卉的市场营销策略

五、浅析花卉市场的竞争导向型营销策略

第三节2010-2011年中国花卉市场存在的问题及其对策

一、中国花卉市场存在的问题

二、中国花卉市场需解决的问题

三、新种类花卉提升市场竞争力

第五章 2010-2011年中国不同花卉品种发展走势分析

第一节2010-2011年中国花卉种苗、种球发展分析

一、云南三大切花种苗产销分析

二、云南花卉种球出口状况

三、东营发展种苗花卉业的措施

第二节2010-2011年中国切花发展分析

一、切花的种类及用途

二、中国鲜切花发展状况

三、浙江省鲜切花发展现状

四、草切花渐成市场消费新热点

五、切花发展存在的问题及其发展趋势

第三节2010-2011年中国盆花发展分析

一、盆花品种及用途

二、盆栽花卉的特点

三、组合盆花市场受欢迎

四、盆花促销方式分析

五、盆花行业发展的突破口

六、盆花发展存在的问题及其发展趋势

第六章2010-2011年中国花卉业的进出口贸易分析

第一节2010-2011年国际花卉业的进出口状况

一、荷兰花卉出口状况

二、土耳其花卉出口状况

三、波兰花卉进口状况

第二节2010-2011年中国花卉业的进出口状况分析

一、中国花卉进口种类

二、中国花卉进口种球需求状况

三、中国花卉出口品种分析

四、花卉出口“特色”分析

第三节2010-2011年中国区域花卉进出口状况分析

一、浙江花卉进口现状

二、云南花卉出口状况

三、广东花卉业出口分析

四、福建花卉出口分析

第四节2010-2011年中国花卉出口日本的情况分析

一、中国花卉对日本出口概述

二、中国花卉出口面临的问题

三、中国花卉对日出口的措施

第五节2010-2011年中国花卉进出口存在的问题

一、花卉产业出口瓶颈分析

二、中国花卉出口存在的问题

三、花卉进出口管理不规范

第六节2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口数据统计情况

一、2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶出口统计

二、2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶进口统计

三、2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口价格对比

四、中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口主要来源地及出口目的地

五、中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口省市分析

第七章2010-2011年云南花卉业发展态势分析

第一节2010-2011年云南花卉行业发展分析

一、云南花卉的特点

二、云南花卉产业地理分布

三、云南政府拨款扶植花卉业

第二节2010-2011年云南花卉市场发展分析

一、云南花卉竞争市场状况

二、云南花卉市场经营模式

三、越南菊花抢滩云南花市

四、云南花卉进军欧洲顶尖市场

第三节2010-2011年云南花卉业发展中的困难

一、云南花卉产业发展存在的问题

二、小农经济模式阻碍云花产业发展

三、天气影响云南花卉生产

第四节2010-2011年云南花卉业发展的策略分析

一、用科技创新发展花卉业

二、云南花卉产业发展策略

三、扩大云南花卉外流渠道

第八章 2010-2011年广东花卉业发展局势分析

第一节2010-2011年广东花卉业发展状况分析

一、广东省花卉业发展特点

二、广东花卉流通状况分析

三、广东花卉业存在的问题

第二节2010-2011年广州花卉业市场运行分析

一、广州花卉业生产与管理状况

二、广州花卉业营销模式分析

三、广州花卉业发展构想

第三节2010-2011年广东其他地区花卉业分析

一、广东阳江花卉产业状况

二、东莞市发展花卉业的策略

三、广东清远花卉生产现状

四、顺德花卉发展的问题及其对策

第九章 2010-2011年福建花卉业发展格局分析

第一节2010-2011年福建花卉业总体情况分析

一、花卉业成福建新兴产业

二、福建花卉业发展中的问题

三、福建省花卉市场前景

第二节2010-2011年福州花卉业分析

一、福州发展花卉业的优劣势

二、福州花卉业区域化布局状况

三、福州花卉市场分析

第三节2010-2011年厦门花卉业分析

一、厦门市花卉业发展的条件

二、厦门花卉业发展的特点

三、厦门花卉业发展的对策

第四节2010-2011年福建其他地区花卉业分析

一、福建武平花卉业状况

二、泉州花卉业发展现状

三、漳州花卉产业布局现状

四、三明市苗木花卉业发展措施

第十章 2010-2011年中国花卉产业市场竞争格局分析

第一节2010-2011年中国花卉市场竞争现状分析

一、中国花卉业竞争重点

二、野生花卉的市场竞争力分析

三、提高花卉业整体竞争力策略

第二节2010-2011年花卉业重点城市发展格局分析

一、北京花卉业

二、上海花卉业

三、浙江花卉业

四、四川花卉业

五、河南花卉业

六、河北花卉业

第十一章 2010-2011年中国花卉企业关键性数据分析

第一节 合肥丰乐种业股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 佛山金葵子科技有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节 衢州醉根艺品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 大连神洲牧业有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十二章 2011-2015年中国花卉产业投资可行性分析

第一节 2011-2015年中国花卉产业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国花卉产业投资机会分析

一、区域投资热点分析

二、投资潜力分析

第三节 2011-2015年中国花卉产业投资风险分析

一、季节性风险分析

二、成本风险分析

三、政策风险分析

四、进入退出风险分析

第四节 专家投资建议

第十三章2011-2015年中国花卉行业发展前景预测分析

第一节2011-2015年中国花卉行业发展前景分析

一、花卉生产发展新走向

二、中国花卉业发展展望

三、中国花卉行业的发展趋势

第二节2011-2015年中国花卉市场发展前景分析

一、中国花卉市场发展前景

二、中国花卉国际市场展望

三、食用花卉的市场潜力大

四、水培花卉市场前景广阔

五、几种苗木花卉市场前景分析

六、新型盆花市场前景好

第三节2011-2015年中国花卉产业市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 1992-2005年美国花卉产业销售额的变化汇总图

图表 1992-2005年美国花卉行业生产商数量变化图

图表 1992-2005年美国生产商平均销售额变化图

图表 2008年中国花卉业产销情况

图表 2008年中国花卉生产经营实体情况

图表 2008年中国主要花卉产销情况

图表 2008年中国花卉保护地栽培情况

图表 2009年中国花卉业产销情况

图表 2009年中国花卉生产经营实体情况

图表 2009年中国主要切花、盆花品种产销情况

图表 2009年中国花卉保护地栽培情况

图表 一般外观的ECE切花分级标准

图表 传统经营模式

图表 连锁经营模式

图表 2005-2008年云南种苗生产量

图表 2002-2008年荷兰“西伯利亚”和“索蚌”种球生产面积

图表 荷兰向全球较大百合市场种球出口量

图表 适合上海地区栽培利用但没有得到很好推广的水生花卉种类

图表 康乃馨质量等级划分标准

图表 百合切花质量等级划分标准

图表 月季花质量等级划分标准

图表 非洲菊质量等级划分标准

图表 满天星质量等级划分标准

图表 2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶出口统计

图表 2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶进口统计

图表 2001-2009年中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口价格对比

图表 中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国活植物；茎、根；插花、簇叶进出口省市分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年合肥丰乐种业股份有限公司盈利能力分析

图表 佛山金葵子科技有限公司盈利指标情况

图表 佛山金葵子科技有限公司资产运行指标状况

图表 佛山金葵子科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山金葵子科技有限公司盈利能力情况

图表 佛山金葵子科技有限公司销售收入情况

图表 佛山金葵子科技有限公司成本费用构成情况

图表 衢州醉根艺品有限公司盈利指标情况

图表 衢州醉根艺品有限公司资产运行指标状况

图表 衢州醉根艺品有限公司资产负债能力指标分析

图表 衢州醉根艺品有限公司盈利能力情况

图表 衢州醉根艺品有限公司销售收入情况

图表 衢州醉根艺品有限公司成本费用构成情况

图表 大连神洲牧业有限公司盈利指标情况

图表 大连神洲牧业有限公司资产运行指标状况

图表 大连神洲牧业有限公司资产负债能力指标分析

图表 大连神洲牧业有限公司盈利能力情况

图表 大连神洲牧业有限公司销售收入情况

图表 大连神洲牧业有限公司成本费用构成情况

图表 2011-2015年中国花卉行业市场预测分析

图表 2011-2015年中国花卉市场进出口贸易预测分析

图表 2011-2015年中国花卉市场盈利预测分析

图表 略.....

《中国花卉市场热点跟踪及投资盈利预测风险报告（2011-2015年）》系统全面的调研了花卉的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/112319112319.html>