

# 2022-2028年中国盆景盆栽 行业分析与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国盆景盆栽行业分析与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202201/266648.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

盆栽系由中国传统的园林艺术变化而来，对于观赏植物的栽培来说，起源于我国古代园林造景，以摹仿自然山水景色营造园林。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。

2016年我国盆栽植物销售金额为341.58亿元，2017年我国盆栽植物销售金额为345.92亿元，2018年我国盆栽植物销售金额约为351.99亿元。2016-2018年我国盆栽植物销售金额走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国盆景盆栽行业分析与产业竞争格局报告》共十六章。首先介绍了中国盆景盆栽行业市场发展环境、盆景盆栽整体运行态势等，接着分析了中国盆景盆栽行业市场运行的现状，然后介绍了盆景盆栽市场竞争格局。随后，报告对盆景盆栽做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国盆景盆栽行业发展趋势与投资预测。您若想对盆景盆栽产业有个系统的了解或者想投资中国盆景盆栽行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。报告目录：第一章 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场深度研究1.1 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场总况1.1.1 盆景盆栽行业品牌发展现状1.1.2 盆景盆栽行业品牌数量及增长1.1.3 盆景盆栽行业品牌市场规模及增长1.1.4 盆景盆栽行业品牌市场渗透情况分析1.2 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场消费调研1.2.1 消费群体特征1.2.2 盆景盆栽行业品牌市场销售排名1.2.3 盆景盆栽行业品牌市场份额1.2.4 盆景盆栽行业品牌认知情况1.2.5 盆景盆栽行业品牌产品市场推广策略1.2.6 盆景盆栽行业品牌产品进入中国市场途径1.3 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销分析1.3.1 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销特点1.3.2 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销渠道分析1.3.3 2019年全球盆景盆栽行业品牌市场营销模式分析第二章 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场运营环境分析2.1 经济环境2.1.1 国民经济运行情况gdp2.1.2 消费价格指数cpi、ppi2.1.3 全国居民收入情况2.1.4 恩格尔系数2.1.7 财政收支状况2.1.8 社会消费品零售总额2.2 盆景盆栽行业品牌市场环境分析2.3 消费环境2.4 人文环境分析2.1.1 消费观念2.1.2 文俗的影响2.1.3 审美观 第三章 2019年中国盆景盆栽行业品牌研究3.1 中国盆景盆栽行业品牌发展3.1.1 区域品牌3.1.2 行业品牌3.1.3 企业品牌3.1.4 自主品牌3.2 2019年中国盆景盆栽市场品牌结构研究3.2.1 各种经营业态市场结构3.2.2 品牌市场结构3.2.3 区域市场结

构3.3 中国盆景盆栽品牌间的竞争力调查3.3.1 品牌数量及来源地调查3.3.2 单一品牌商场覆盖率调查3.3.3 品牌渗透情况调查3.3.4 品牌销售力及市场潜力调查 第四章 2019年中国盆景盆栽所属行业品牌现状综述4.1 2019年中国盆景盆栽行业品牌概况

2016年我国盆栽植物销售数量为70.84亿盆，2017年我国盆栽植物销售总量为71.70亿盆，2018年我国盆栽植物销售总量在72.05亿盆左右。2016-2018年我国盆栽植物销售总量走势4.1.1 盆景盆栽行业品牌发展现状4.1.2 盆景盆栽行业品牌数量及增长4.1.3 盆景盆栽行业品牌市场规模及增长4.1.4 盆景盆栽行业品牌市场渗透情况分析4.2 2019年中国盆景盆栽产品品牌市场动态关注4.2.1 盆景盆栽产品品牌市场销售额前十名排名情况4.2.2 盆景盆栽产品品牌市场竞争力前十名排名情况4.2.3 盆景盆栽产品品牌市场份额前十名排名情况4.2.4 盆景盆栽产品品牌市场发展潜力前十名排名情况 第五章 2019年中国盆景盆栽品牌结构及细分市场深度研究5.1 2019年中国盆景盆栽整体市场品牌结构1.1.1 年度品牌结构1.1.2 季度品牌结构5.2 2019年中国盆景盆栽细分市场品牌结构5.3 2019年中国盆景盆栽产品品牌结构分析5.3.1 产品品牌价格结构5.3.2 不同类型5.3.3 重点类型对比分析 第六章 2019年中国盆景盆栽品牌价格走势与主流厂商剖析6.1 2019年中国盆景盆栽价格走势研究6.1.1 整体市场价格走势6.1.2 细分市场价格走势6.2 2019年中国盆景盆栽主流品牌厂商6.2.1 主流品牌结构对比6.2.1 .1 整体市场主流品牌对比6.2.1 .2 盆景盆栽市场主流品牌消费6.2.2 产品品牌结构对比6.2.2 .1 整体市场品牌对比6.2.2 .2 盆景盆栽市场品牌消费 第七章 2019年中国品牌盆景盆栽市场价格监测结果7.1 价格形成机制分析研究7.2 2019年中国盆景盆栽品牌市场价格调查结果7.3 2015-2019年中国盆景盆栽品牌价格走势7.4 2022-2028年中国盆景盆栽消费现状和未来消费发展趋势 第八章 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场消费调研8.1 中国盆景盆栽市场消费需求调研8.1.1 盆景盆栽市场的消费需求变化8.1.2 盆景盆栽行业的需求情况分析8.1.3 2015-2019年盆景盆栽产品品牌市场消费需求分析8.2 中国盆景盆栽消费市场状况考察8.2.1 盆景盆栽行业消费特点8.2.2 盆景盆栽消费者分析8.2.3 盆景盆栽消费结构分析8.2.4 盆景盆栽消费的市场变化8.2.5 盆景盆栽市场的消费方向8.3 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场消费调研8.3.1 消费群体特征8.3.2 盆景盆栽行业品牌市场销售排名8.3.3 盆景盆栽行业品牌市场份额8.3.4 盆景盆栽行业品牌认知情况8.3.5 盆景盆栽行业品牌产品市场推广策略8.3.6 盆景盆栽行业品牌产品进入中国市场途径8.4 消费者使用盆景盆栽品牌产品基本情况调查8.4.1 消费者使用盆景盆栽产品的比例分析8.4.2 消费者使用的盆景盆栽产品的品牌排名分析8.4.3 消费者对其使用的盆景盆栽产品的满意度分析8.4.4 消费者对其使用的盆景盆栽产品的不满意的地方分析8.5 消费者将来准备或者继续使用盆景盆栽产品的情况分析8.5.1 没有或者曾经使用过盆景盆栽产品的消费者准备重新使用比例分析8.5.2 现在正在使用的或者准备使用盆景盆栽产品的消费者继续使用比例分析8.5.3 消费者认为可能成为购买盆景盆栽产品契机的广告形式分析8.5.4 消费者在购买盆景盆栽产品时将会做为参考的信息来源分析8.5.5 消费者在购买盆景盆

栽产品时所重视的要素分析8.5.6 消费者想要购买的盆景盆栽产品的品牌排名分析8.5.7 消费者感兴趣的盆景盆栽产品品牌排名分析8.6 盆景盆栽厂商的品牌推广情况研究8.6.1 消费者眼里各大盆景盆栽产品厂商的品牌形象情况8.6.2 消费者认为最近强烈关注某盆景盆栽产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况 第九章 2019年中国盆景盆栽行业品牌营销策略及渠道考察9.1 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场营销特点9.2 营销分析与营销模式推荐9.2.1 渠道构成9.2.2 销售贡献比率9.2.3 覆盖率9.2.4 销售渠道效果9.2.5 价值流程结构9.3 2019年中国盆景盆栽市场渠道分析9.3.1 盆景盆栽市场主要渠道类型分析9.3.2 盆景盆栽市场主要营销模式分析9.3.2.1 主要营销模式9.3.2.2 各营销模式特点比较9.3.3 盆景盆栽市场主要营销策略分析9.3.3.1 不同渠道策略分析9.3.3.2 不同产品类型策略分析9.3.3.3 不同消费群体策略分析9.3.3.4 不同区域策略分析 第十章 2015-2019年中国盆景盆栽品牌销售渠道实地调研10.1 专卖店实地调查10.1.1 渠道特点10.1.2 销售状况10.1.3 消费人群10.1.4 销售策略10.2 购物中心----专柜10.2.1 渠道特点10.2.2 销售状况10.2.3 消费人群10.2.4 销售策略10.3 连锁超市----专柜10.3.1 渠道特点10.3.2 销售状况10.3.3 消费人群10.3.4 销售策略10.4 网络营销模式&mdash;网店10.4.1 渠道特点10.4.2 销售状况10.4.3 消费人群10.4.4 销售策略10.5 专业线渠道10.5.1 渠道特点10.5.2 销售状况10.5.3 消费人群10.5.4 销售策略 第十一章 2019年中国盆景盆栽品牌市场竞争格局调查研究11.1 2019年中国盆景盆栽品牌市场竞争格局分析11.1.1 竞争环境分析11.1.2 竞争程度11.1.3 竞争影响因素11.1.4 外资品牌进入对国内品牌的冲击11.1.5 中国本土品牌竞争优势1.2 中国盆景盆栽行业集中度研究11.2.1 市场集中度分析11.2.2 企业集中度分析11.2.3 区域集中度分析11.3 中国盆景盆栽行业竞争结构研究11.3.1 现有企业间竞争调研11.3.2 潜在进入者调研11.3.3 替代品调研11.3.4 供应商议价能力调研11.3.5 客户议价能力调研 第十二章 中国盆景盆栽市场品牌竞争力评价12.1 中国盆景盆栽市场品牌竞争力评价12.1.1 品牌竞争力评价指标体系12.1.2 品牌竞争力评价12.2 中国盆景盆栽市场品牌竞争力提升策略12.2.1 中国盆景盆栽品牌定位分析12.2.2 中国盆景盆栽企业品牌管理模式12.2.3 中国盆景盆栽企业品牌推广经验 第十三章 2019年外资品牌市场营销状况分析13.1 外资品牌一13.1.1 品牌竞争力分析13.1.2 品牌市场营销策略13.1.3 品牌市场份额13.2 外资品牌一13.2.1 品牌竞争力分析13.2.2 品牌市场营销策略13.2.3 品牌市场份额13.3 外资品牌一13.3.1 品牌竞争力分析13.3.2 品牌市场营销策略13.3.3 品牌市场份额 第十四章 中国盆景盆栽品牌前十强竞争力考察结果14.1 a品牌14.1.1 品牌市场占有率14.1.2 品牌经营状况调研14.1.3 品牌竞争优势14.1.4 消费群体调查14.1.5 品牌未来发展策略14.2 b品牌14.2.1 品牌市场占有率14.2.2 品牌经营状况调研14.2.3 品牌竞争优势14.2.4 消费群体调查14.2.5 品牌未来发展策略14.3 c品牌14.3.1 品牌市场占有率14.3.2 品牌经营状况调研14.3.3 品牌竞争优势14.3.4 消费群体调查14.3.5 品牌未来发展策略14.4 d品牌14.4.1 品牌市场占有率14.4.2 品牌经营状况调研14.4.3 品牌竞争优势14.4.4 消费群体调查14.4.5 品牌未来发展策略14.5 e品牌14.5.1 品牌市场占有率14.5.2 品牌经营状况调研14.5.3 品

牌竞争优势14.5.4 消费群体调查14.5.5 品牌未来发展策略 第十五章 2022-2028年中国盆景盆栽行业品牌市场消费前景及趋势预测15.1 2022-2028年中国盆景盆栽品牌行业发展前景展望1.1.1 国内市场发展前景1.1.2 盆景盆栽品牌市场空间预测15.2 2022-2028年中国盆景盆栽品牌行业发展趋势研究15.3 2022-2028年中国盆景盆栽品牌行业市场盈利空间预测 第十六章 2022-2028年中国盆景盆栽行业品牌投资战略研究16.1 2022-2028年中国盆景盆栽行业品牌投资概况()16.1.1 投资环境分析16.1.2 投资模式16.2 2022-2028年中国盆景盆栽行业品牌投资机会剖析16.2.1 投资热点16.2.2 投资商机16.2.3 投资潜力16.3 2022-2028年中国盆景盆栽行业品牌投资风险预警16.3.1 市场风险16.3.2 竞争风险16.3.3 金融风险16.3.4 进退风险16.4投资观点() 图表目录：图表 2019年中国品牌市场结构数据图图表 2019年中国区域市场结构数据图图表 单一品牌商场覆盖率调查数据图图表 2019年中国盆景盆栽品牌渗透情况调查图图表 消费者对盆景盆栽行业品牌认知度宏观调查图图表 消费者对盆景盆栽行业产品的品牌偏好调查图图表 消费者对盆景盆栽行业品牌的首要认知渠道图图表 消费者经常购买的品牌调查排名图图表 2019年中国盆景盆栽品牌行业品牌忠诚度调查图图表 2019年中国盆景盆栽品牌行业品牌市场占有率调查图图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场价格敏感度调查图图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场质量满意度调研图图表 2019年中国盆景盆栽品牌市场服务度调研结果图图表 2019年中国盆景盆栽消费者的消费理念调研结果图图表 2019年中国盆景盆栽市场的消费需求变化图图表 2019年中国消费者信心指数数据图图表 2019年中国盆景盆栽市场的消费需求变化图图表 2019年盆景盆栽品牌市场消费需求统计图图表 2019年中国盆景盆栽产品行业消费特点图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费结构表图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费的市场变化图图表 2019年中国盆景盆栽产品市场的消费方向走势图图表 2019年中国盆景盆栽产品不同客户购买相关的态度及影响对比图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者经常购买的品牌调查情况图图表 2019年中国盆景盆栽行业品牌忠诚度调查数据图图表 2019年中国盆景盆栽行业品牌市场占有率调查数据图图表 2019年中国盆景盆栽产品消费者的消费理念调研结果图图表 2015-2019年部分品牌企业经营收入走势图图表 2015-2019年部分品牌企业盈利指标走势图图表 2015-2019年部分品牌企业负债指标走势图图表 2015-2019年部分品牌企业运营能力指标走势图图表 2015-2019年部分品牌企业成长能力指标走势图图表 2022-2028年中国盆景盆栽品牌产品供给预测趋势图图表 2022-2028年中国盆景盆栽品牌产品需求预测趋势图图表 2022-2028年中国盆景盆栽品牌产品竞争格局预测走势图更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266648.html>