

2014-2019年中国园林绿化 苗木市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国园林绿化苗木市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/linye1404/728029A500.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-08

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国园林绿化苗木市场竞争力分析及投资前景研究报告》对我国园林绿化苗木的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

近年来，随着人们对生态、居住环境的要求日益提高，我国绿化观赏苗木产业蓬勃发展。观赏苗木种植面积增长。据农业部统计，2011年全国观赏苗木种植面积为56.17万公顷，比2010年增长11.90%。2012年我国观赏苗木种植面积约57.55万公顷，与2011年种植规模相当。近几年我国园林绿化苗木种植规模如下图所示：

数据来源：中国花卉行业协会

2012年江苏、河南、浙江、四川、山东等省仍是全国观赏苗木种植面积大户，其中江苏的种植面积居全国之首，达12.65万公顷；河南紧随其后，种植面积达11.3万公顷。

目录

第一章 2013-2014年世界绿化苗木行业整体运营状况分析 1

第一节 2013-2014年世界绿化苗木行业市场发展格局 1

一、世界绿化苗木市场特征分析 1

目前发达国家的苗木产业主要有以下几个特点：

一是苗圃建设大型化。世界各国在苗圃建设的规模上有向大型化方向发展的趋势，苗圃数量相对减少，而苗圃育苗规模逐步增加。一些苗木产业先进的国家普遍认为，只有建立大型苗圃，才有条件实现育苗作业机械化，才能有效地应用现代化的育苗技术，降低育苗成本，提高经济效益；

二是育苗作业集约化。苗圃经营水平较高的国家，从苗圃整地、作床、播种、苗期管理到起苗、包装、运输等全部过程均实现了机械化作业。此外，还采用许多先进育苗技术，如土

地熏蒸消毒技术、除草剂灭草技术、播种后床面覆盖技术、苗木截根技术等。电脑在苗圃中的应用也十分普遍，从气象与物候观测、灌溉、施肥以及病虫害防治设施的自动化控制，到苗圃的技术档案管理等都已实现电脑化；

三是容器育苗工厂化。巴西、瑞典、挪威等国家80%以上的苗圃都实现了工厂化容器育苗。四是苗木生产标准化。苗木质量管理深入到育苗的各个环节，每个阶段都有相应的质量标准。五是从业人员专业化。苗圃主任一般是博士或硕士毕业，大多是生产和管理的复合型人才，300-500亩地有3-5个人就足够了。

二、世界绿化苗木品种综述

据不完全统计，目前世界绿化苗木已有超过2.8万个品种，国外苗木大国品种数量均十分惊人。以荷兰为例，荷兰的苗木业以品种齐全而闻名，整个荷兰培育的苗木大约有2.5万个种和品种，从原始材料到成品大苗，各种规格的产品应有尽有。荷兰的种植商们几乎可以满足世界各地客户提出的各种需求。

目前，世界各大城市绿化苗木选择种类繁多，根据不同气候与人文因素来选择不同的绿化品种，像华盛顿、旧金山、伦敦、巴黎、华沙、新德里、东京、新加坡等城市的常用绿化植物总数多在2000~4000种。

二、世界绿化苗木品种综述 1

三、世界绿化苗木市场动态分析 2

第二节 2013-2014年世界绿化苗木品牌主要国家分析 2

一、美国俄勒冈州城镇绿化和苗木业动态分析 2

二、韩国花卉业在激烈竞争中迅速发展 3

三、实用技术 为以色列花卉业增添竞争力 3

第三节 2014-2019年世界绿化苗木行业发展趋势分析 6

第二章 2013-2014年中国园林绿化苗木产业运行环境解析 8

第一节 国内宏观经济环境分析 8

一、GDP历史变动轨迹分析 8

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 15

三、2013年中国经济发展预测分析 18

第二节 2013-2014年中国园林绿化苗木市场政策环境分析 19

一、国家退耕还林政策 19

二、苗木从业者需积极关注国家宏观政策 20

三、《云南省花卉产业发展条例（草案）》	21
四、深圳发布并实施《屋顶绿化设计规范》	27
第三节 2013-2014年中国园林绿化苗木市场技术环境分析	28
一、柚木育苗密度与苗木产量和质量的关系	28
二、平邑花卉专业合作社嫁接“洋花”获成功	37
第四节 2013-2014年中国园林绿化苗木市场社会环境分析	38

第三章 2013-2014年中国绿化产业深度评估 43

第一节 中国绿化产业发展现状 43

一、我国城市建成区绿化覆盖面积	43
二、建成区绿化覆盖率	43
三、建成区绿地面积及建成区绿地率	43
四、城市拥有公园绿地面及人均公园绿地面积	44
五、城市市政公用设施建设固定资产投资中园林绿化占比	46
六、城市维护建设资金支出中园林绿化占比	47

第二节 风景名胜区建设情况 48

一、国家级风景名胜区统计	48
二、国家级风景名胜区面积及供游览面积统计	51
三、全年接待游人数统计	51
四、全国用于名胜区的建设和维护费用统计	52

第三节 全国省市绿化产业排名 53

一、城市建成区绿地率	53
二、城市建成区绿化覆盖率	53
三、全国人均公园绿地面积	54

第四章 2013-2014年中国园林绿化苗木产业整体运行概况分析 55

第一节 中国园林绿化苗木产业发展与兴起 55

第二节 2013-2014年中国园林绿化苗木产业现状综述 55

一、区域特征明显，产品结构地区差异较大	55
二、生产规模持续扩大，产品由卖方市场向买方市场转变	56
三、非公有制苗圃迅速发展，生产经营主体多元化	57

第三节 2013-2014年中国各园林绿化苗木主产区的现状分析 58

第五章 2013-2014年中国园林绿化苗木产业种植概况分析 60

第一节 2013-2014年中国园林绿化苗木种植现状 60

一、中国园林绿化苗木种植规模 60

近年来，随着人们对生态、居住环境的要求日益提高，我国绿化观赏苗木产业蓬勃发展。观赏苗木种植面积增长。据农业部统计，2011年全国观赏苗木种植面积为56.17万公顷，比2010年增长11.90%。2012年我国观赏苗木种植面积约57.55万公顷，与2011年种植规模相当。近几年我国园林绿化苗木种植规模如下图所示：

数据来源：中国花卉行业协会

2012年江苏、河南、浙江、四川、山东等省仍是全国观赏苗木种植面积大户，其中江苏的种植面积居全国之首，达12.65万公顷；河南紧随其后，种植面积达11.3万公顷。

二、中国园林绿化产业结构及所占比得 61

1、国有种苗场圃 61

截至2012年，我国园林企业数量总计已超过16000家（其中一级资质企业216家，二级资质2000余，三级众多），园林规划设计院和设计公司1200余家。另据住建部公布资料统计：2006年全国具有园林绿化一级资质的企业只有71家；截至2012年，具备风景园林工程专项设计甲级资质的企业全国有161家，园林绿化一级资质企业达到了700家，6年中一级资质企业数量增速迅猛。

全国园林绿化一级资质企业数量				年份	数量（家）
2006年	71	2007年	144	2008年	216
2009年	372	2010年	533	2011年	634
2012年	700				

数据来源：中国花卉行业协会

年份		数量（家）	2006年	71	2007年
144	2008年	216	2009年	372	2010年
533	2011年	634	2012年	700	数据来源：中国花卉行业协会

2006年，同时具备原建设部城市园林绿化一级资质和住建部颁发的风景园林工程设计专项甲级资质企业国内只有7家，2009年底，具有“双甲”资质的有15家，截至到2011

年12月31日，这一数据增加到27家。

随着我国对产业结构的不断调整和对生态环境的高度重视，园林绿化苗木生产主体格局发生了实质性转变。经营主体由过去的以国营林场、国营苗圃为主，转向国有、集体、个体共同参与的多元化格局，私有苗圃产能已成为主导。据农业部统计情况，2012年，全国私有苗圃（外资、合资、私人）、集体苗圃、国有苗圃产苗量分别占全国苗木总量的75%、9%和16%。

数据来源：国家统计局

2、非公有制苗圃已经成为绿化苗木产业主体 62

第二节 中国园林绿化苗木重点地区种植面积 63

一、浙江 63

二、江苏 63

三、辽宁 64

四、山西 65

第三节 2013-2014年中国园林绿化苗木产业热点问题探讨 65

第六章 2013-2014年中国园林绿化苗木产业生产模式分析 73

第一节 2013-2014年中国园林绿化苗木产业模式的比较分析 73

一、快速发展模式 73

二、平稳发展模式 74

三、动荡发展模式 76

四、滞后发展模式 76

第二节 2013-2014年中国园林绿化苗木产业各种生产类型的比较分析 77

一、家庭作坊式 77

二、民营企业 78

三、国营苗圃 78

四、公司+农户 79

第七章 影响我国园林绿化苗木产业发展的因素 80

第一节 有利因素 80

一、国家的宏观决策是园林绿化苗木产业发展的原动力 80

二、重大生态工程项目为园林绿化苗木产业提供了巨大的市场空间 81

- 三、国民经济持续快速增长是园林绿化苗木持续快速发展的保证 81
- 四、城市化进程加快和房地产业的蓬勃发展是苗木产业的加速器 81
- 五、奥运、世博两会为园林绿化苗木产业的发展带来了有利契机 82
- 六、旅游业的崛起和迅速发展刺激了园林绿化苗木产业的发展 82
- 七、小城镇和新农村的建设是园林绿化苗木产业发展的又一潜在市场 82
- 八、国民收入水平不断提高有利于园林绿化苗木市场的拓展 83

第二节 不利因素 83

- 一、政府部门行政驱动力度太低 83
- 二、行业协会在推动产业发展过程中作用不明显 83

第八章 2013-2014年中国绿化苗木市场运行走势分析 85

第一节 2011-2011年中国绿化苗木市场运行总况 85

- 一、今春全国各地普遍出现了苗木结构性过剩 85
- 二、今春全国各地普遍出现的小苗滞销现象 85
- 三、杨梅、花椒、核桃、大枣等经济林苗木出现紧缺 85

第二节 2011-2011年中国绿化苗木市场供给情况分析 86

- 一、绿化苗木种植种况 86

据农业部统计数据显示，2001—2012年，我国绿化苗木种植面积（盆栽植物、观赏苗木）由14.94万公顷增加到69.75万公顷（其中盆栽9.74万公顷，观赏苗木60.01万公顷）。

资料来源：博思数据研究中心整理

- 二、山东省苗木总产量及增长情况 86
- 三、丽水苗木产量及增长情况 87
- 四、云南鲜切花产量连续十五年保持全国第一 88
- 五、四川花卉产量下降 88

第三节 2013-2014年中国绿化苗木市场消费情况分析 88

- 一、火爆苗木市场隐现严冬期 临饱和之忧 88
- 二、2012年山西省花卉苗木销售额达7.02亿元 90
- 三、价格一直坚挺的大规格苗木2013春热度下降 91
- 四、河南新野县：植树时节到 苗木市场迎来销售旺季 91
- 五、西南地区苗木市场持续疲软考验时刻到来 92

第四节 2013-2014年中国园林绿化苗木价格影响因素 94

- 一、苗木的珍贵程度 94
- 二、苗木的树体特征 94
- 三、苗木自身的生长速度 94
- 五、苗木的生熟 94
- 六、绿化工程对苗木的特殊要求 95

第九章 2013-2014年中国园林绿化苗木生产和市场上存在的问题分析 96

第一节 我国园林绿化苗木生产管理中存在的问题 96

- 一、过分依赖进口苗木民族种业基础脆弱 96
- 二、无序生产产品结构不合理 99

第二节 园林绿化苗木市场上存在的问题 104

- 一、园林绿化苗木市场无序竞争 104
- 二、销售网络不健全 105
- 三、园林绿化苗木国际竞争能力差 106

第三节 2013-2014年中国园林绿化苗生产企业热点关注 107

- 一、植物的功能性日益受到关注 107
- 二、要深刻认识植物造景的功能和特性 107
- 三、植物是野生动物的生存基础，从而确定生产目标 108

第四节 2013-2014年中国苗圃育苗生产企业发展战略研究 108

- 一、培育全冠或半冠大规格苗木 108
- 二、适当培育一部分容器大苗 108
- 三、培育抗性强、适应性广、养护成本低的苗木 108
- 四、培育非常规树种、品种的苗木 109
- 五、苗木规格与培育密度要适合城市应用 109
- 六、外来品种苗木的培育要谨慎行事 110

第十章 2013-2014年中国苗木花卉市场营销剖析 112

第一节 2013-2014年中国木花卉市场流通现状 112

- 一、竹马“三招”催生花卉销售热 112
- 二、新需求促苗木流通方式重新排序 112

第二节 2013-2014年中国木花卉市场营销模式探析 114

一、花卉连锁经营模式的催生 114

二、种植+经营+绿化工程新模式 119

第三节 2013-2014年中山苗木产业启动营销案便分析 121

一、苗木超市展示“微观”产业链 121

二、“田间议价”转向市场竞价 121

三、与周边诸“列强”形成合力 122

第四节 用超级市场方式经营花卉-首家园艺生活超市探秘 122

第十一章 2013-2014年中国绿化苗木市场竞争格局透析 124

第一节 2013-2014年中国绿化苗木行业竞争现状 124

一、我国花卉产业形成四大区域格局 124

二、中国花卉国际竞争力透析 126

三、福建特色花卉成“中流砥柱” 127

第二节 2013-2014年中国绿化苗木市场竞争格局 129

一、耐盐碱苗木逐渐占据北方及沿海地区绿化市场 129

二、金华花卉苗木块状集聚发展显优势 130

第三节 2014-2019年中国绿化苗木行业竞争策略——差异化和特色化 131

第十二章 2013-2014年中国绿化苗木优势生产企业竞争力分析 133

第一节 云南绿大地生物科技股份有限公司（002200） 133

一、企业概况 133

二、企业主要经济指标分析 133

三、企业盈利能力分析 136

四、企业偿债能力分析 136

五、企业运营能力分析 137

六、企业成长能力分析 137

第二节 佛山金葵子科技有限公司 138

一、企业概况 138

二、企业主要经济指标分析 138

三、企业盈利能力分析 139

四、企业偿债能力分析 139

五、企业运营能力分析 140

六、企业成长能力分析 140

第三节 衢州醉根艺品有限公司 141

一、企业概况 141

二、企业主要经济指标分析 142

三、企业盈利能力分析 142

四、企业偿债能力分析 143

五、企业运营能力分析 143

六、企业成长能力分析 143

第四节 广州俊源园林绿化工程有限公司 144

一、企业概况 144

二、企业主要经济指标分析 144

三、企业盈利能力分析 145

四、企业偿债能力分析 145

五、企业运营能力分析 146

六、企业成长能力分析 146

第十三章 2014-2019年中国绿化苗木产业前景展望与趋势预测分析 147

第一节 2014-2019年中国绿化苗木行业前景预测分析 147

一、绿化苗木产业将迎来下一步发展的“黄金时代” 147

二、浅谈绿化苗木市场前景 148

三、银杏和水杉绿化苗木发展前景看好 149

四、观赏型野生花卉组合前景发展被看好 150

第二节 2014-2019年中国绿化苗木行业市场预测分析 151

一、绿化苗木市场供给情况预测分析 151

二、绿化苗木市场需求情况预测分析 152

三、绿化苗木进出口贸易预测分析 153

第三节 2014-2019年中国绿化苗木市场盈利预测分析 153

第四节 2014-2019年中国绿化苗木产业发展战略分析 154

一、产学研联合大力发展民族园林绿化苗木种业 154

二、加强城镇园林植物规划调整优化产品结构 154

三、加大科技创新力度加强园林绿化苗木生产的标准化建设 155

四、规范园林绿化苗木市场完善行业协会职能 155

五、完善销售流通体系加强信息体系建设 155

六、提高园林绿化苗木出口能力为园林绿化苗木出口创造环境 156

第十四章 2014-2019年中国园林绿化苗木产业趋势探析 157

第一节 社会分工明确化 157

一、产销分离 157

二、园林绿化苗木产业的发展带动了资材产业的兴起 158

第二节 苗圃经营特色化 159

一、从盲目跟风种植向培育特色园林绿化苗木转变 159

二、旅游休闲苗圃兴起 159

第三节 苗木生产标准化 160

一、行业标准制定渐趋完善 160

二、容器育苗逐步推广 162

第四节 产品类型多样化 162

一、野生资源的选育开发工作将受到重视 162

二、彩叶树种的应用前景广阔 163

三、大规格苗木持续紧俏 163

四、抗性树种供不应求 164

五、地被和藤本植物需求增加 164

六、水生植物市场紧缺 165

七、造型苗木逐渐发展 165

第五节 苗木市场规范化 166

第六节 销售渠道多元化 167

一、生产、设计、施工一体化 167

二、网上销售 167

三、花木经纪人 168

四、苗木交易会 and 花木城 168

第七节 产地、市场异地化 169

第十五章 2014-2019年中国绿化苗木行业投资前景预测分析 170

第一节 2014-2019年中国绿化苗木行业投资机会分析 170

一、绿化苗木：产品与区域不平衡带来投资机会 170

二、消费升级花卉产业蕴含巨大投资机会 170

三、苗木产业投资热点分析 172

第二节 2014-2019年中国绿化苗木行业投资风险预警 173

一、宏观调控政策风险 173

二、市场竞争风险 174 本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，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、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及园林绿化苗木专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国园林绿化苗木行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对园林绿化苗木行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/linye1404/728029A500.html>