

2016-2022年中国园林景观市场发展现状及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国园林景观市场发展现状及战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/184525.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

生态和谐理念在城市建设实践中不断渗透，园林景观行业的业务领域，已经由城市公园、道路绿化以及地产景观、企事业单位景观等，扩展到了整个城市绿地系统的规划建设、城市开敞空间的构建、风景名胜区的管理和保护、主题公园、休闲度假区的营建、生态修复工程等。特别是近年来，包括本公司在内的园林景观行业领先企业已经在地域性生态景观规划建设、工矿业旧址和废弃地整治、水系风景建设和生态保护、游憩空间的开发、生物多样性保护、重大自然灾害后的生态和景观重建等领域进行了积极的项目开发和承接，行业发展的空间得到了有效的拓宽，新的市场机遇不断显现。

近二十年来，我国经济持续高速发展，城镇化水平不断提高，同时经济发展与环境承载力矛盾凸显，人们也对生活、居住环境提出更绿色、更适宜的要求，刺激了城市绿化覆盖率不断上升；国家着眼民生环境的改善，不断提高城市园林绿化标准和目标，又进一步推动了园林行业市场规模扩张和创新发展的提升；由于社会经济发展水平的提升，各类植物园、主题公园、生态湿地、休闲度假区、生态修复工程等新型园林景观建设近年也迅速增长，取得了长足的进步。

我国城市绿地面积从 2002 年的 107.2 万公顷增长至 2013 年的 242.72 万公顷，增长了 126.42%；城市建成区绿化覆盖率从 2002 年的 29.8% 提高到 2013 年的 39.7%，增长了 9.9%。2002 年-2013 年我国城市绿地存量发展情况

园林景观行业的项目营建分为软质景观和硬质景观两部分，园林景观行业的上游主要包括园林景观建设所需设备的产销、租赁及原材料（苗木和其他园林建造材料、水电设备等）生产、供应企业；下游为园林景观项目需求者，主要是政府城建、园林相关部门、房地产开发商及具有景观投资需求的企事业单位等。园林景观行业上下游关联性见下图：

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。

报告目录：

第一章 园林景观工程市场发展概况

第一节 园林景观工程市场及产品介绍

第二节 2015 年园林景观工程市场发展概况

第三节 园林景观工程市场政策法规

第四节 2016-2022 年园林景观工程市场发展前景预测

第五节 行业技术水平

第六节 市场推广在园林景观工程行业的重要性

第七节 营销渠道建设是园林景观工程市场竞争的关键

第二章 园林景观工程市场容量/市场规模分析

第一节 2012-2015年园林景观工程市场容量/市场规模统计

第二节 园林景观工程下游应用市场结构

第三节 影响园林景观工程市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2016-2022年我国园林景观工程市场容量/市场规模预测

第三章 园林景观工程市场推广策略研究

第一节 园林景观工程行业新品推广模式研究

第二节 园林景观工程市场终端产品发布特点

第三节 园林景观工程市场中间商、代理商参与机制

第四节 园林景观工程市场网络推广策略研究

第五节 园林景观工程市场广告宣传策略

第六节 园林景观工程市场推广与配套供货渠道建立

第七节 园林景观工程新产品推广常见问题

第八节 直销模式在园林景观工程推广过程中的应用

第九节 国外园林景观工程市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

第四章 园林景观工程盈利模式研究

第一节 园林景观工程市场盈利模式的分类

第二节 园林景观工程生产企业的盈利模式研究

第三节 园林景观工程经销代理商盈利模式研究

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

第六节 第三方经销网络优化管理研究

第五章 园林景观工程营销渠道建立策略

第一节 园林景观工程市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 园林景观工程市场伙伴型渠道研究

第三节 园林景观工程市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 网络经销渠道优化

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第六章 园林景观工程市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 园林景观工程主要客户群消费特征分析

第二节 园林景观工程主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 网客户渠道化发展建议

第五节 渠道经销商维护策略研究

第六节 园林景观工程市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 企业一

1、企业介绍与园林景观工程相关业务

2、2012-2015年产销统计数据

3、企业园林景观工程市场推广策略与渠道管理

4、园林景观工程营销体系布局与商务政策设计分析

第二节 企业二

1、企业介绍与园林景观工程相关业务

2、2012-2015年产销统计数据

3、企业园林景观工程市场推广策略与渠道管理

4、园林景观工程营销体系布局与商务政策设计分析

第三节 企业三

1、企业介绍与园林景观工程相关业务

2、2012-2015年产销统计数据

3、企业园林景观工程市场推广策略与渠道管理

4、园林景观工程营销体系布局与商务政策设计分析

第四节 企业四

- 1、企业介绍与园林景观工程相关业务
- 2、2012-2015年产销统计数据
- 3、企业园林景观工程市场推广策略与渠道管理
- 4、园林景观工程营销体系布局与商务政策设计分析

第五节 企业五

- 1、企业介绍与园林景观工程相关业务
- 2、2012-2015年产销统计数据
- 3、企业园林景观工程市场推广策略与渠道管理
- 4、园林景观工程营销体系布局与商务政策设计分析

图表目录：

- 图表 园林景观工程市场及产品介绍
- 图表 园林景观工程市场相关政策法规
- 图表 2016-2022年园林景观工程市场发展前景预测
- 图表 市场推广在园林景观工程行业的重要性
- 图表 2012-2015年园林景观工程市场容量/市场规模统计
- 图表 园林景观工程下游应用市场结构
- 图表 影响园林景观工程市场容量/市场规模增长的因素
- 图表 2016-2022年我国园林景观工程市场容量/市场规模预测
- 图表 园林景观工程行业常见新品推广模式
- 图表 园林景观工程市场终端产品发布特点
- 图表 园林景观工程市场中间商参与机制
- 图表 园林景观工程市场网络推广策略
- 图表 园林景观工程市场广告宣传策略
- 图表 园林景观工程新产品推广常见问题
- 图表 美国园林景观工程市场推广经验
- 图表 日本园林景观工程市场推广经验
- 图表 德国园林景观工程市场推广经验
- 图表 园林景观工程市场盈利模式的分类
- 图表 园林景观工程生产企业的盈利模式研究
- 图表 园林景观工程经销代理商盈利模式研究
- 图表 盈利模式对市场推广策略选择的影响
- 图表 独立经销网络盈利模式改进研究

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/184525.html>