

# 2016-2022年中国花肥行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国花肥行业市场运行态势及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/287214.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

花肥就是提供一种或一种以上植物必需的营养元素，或兼可改善土壤性质、提高土壤肥力水平的一类物质。花肥施用方法要掌握适时、适量，同时还要掌握季节和时间。

花肥是花卉养料的来源，施肥的合理与否，直接影响到花卉的生长和发育，关系到花卉的产量和质量。植物生长发育需要的元素比较多，主要成分为氮、磷、钾"三要素"，其次是钙、铁、硫、镁、硼、锰、铜、锌、钴、碳、氢、氧，其中的碳、氢、氧，可以从水和空气中得到，其余元素则需要从土壤中吸收。氮、磷、钾，单纯靠培养土供给是不够的，因此，需要通过施肥来补充。

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

#### 第一章花肥产品概述11

##### 第一节产品定义、特点分析11

##### 第二节产品主要应用领域11

##### 第三节行业发展生命周期分析12

#### 第二章中国花肥产品发展环境分析12

##### 第一节2010-2015年花肥行业经济环境分析12

###### 一、经济发展状况12

###### 二、收入增长情况13

###### 三、固定资产投资情况14

##### 第二节2010-2015年花肥行业政策环境分析17

###### 一、宏观政策17

###### 二、产业政策18

##### 第三节2010-2015年花肥行业技术环境分析19

###### 一、技术发展现状19

###### 二、技术发展趋势20

#### 第三章2010-2015年花肥行业上、下游产业链分析20

##### 第一节花肥行业产业链概述20

一、产业链定义20

二、花肥行业产业链21

第二节2010-2015年花肥行业主要上游产业发展分析21

一、2010-2015年上游（原料）产业发展现状21

二、2010-2015年上游（原料）产业供给分析25

第三节2010-2015年花肥行业主要下游产业发展分析27

一、2010-2015年下游（应用行业）产业发展现状27

二、2010-2015年下游（应用行业）产业需求分析28

第四章2010-2015年花肥国内市场供需发展综述29

第一节花肥产品产量分析及预测29

一、2010-2015年花肥产品产量现状分析29

二、2016-2022年花肥产品产量回归模型预测30

第二节2010-2015年花肥市场需求分析及预测30

一、2010-2015年花肥行业需求市场现状分析30

二、2016-2022年花肥行业需求市场回归模型预测31

第三节2010-2015年花肥行业市场价格走势分析31

一、花肥行业市场价格走势影响因素31

二、2010-2015年花肥行业价格走势32

第四节2010-2015年花肥行业发展存在的问题及对策分析32

一、花肥行业存在的问题分析32

二、花肥行业发展策略分析32

第五章2010-2015年我国花肥行业进出口市场分析33

第一节花肥行业进口分析33

一、进口总额33

二、进口总量33

第二节花肥行业出口分析33

一、出口总额33

二、出口总量34

第三节花肥行业进出口格局分析34

一、出口格局34

二、进口格局35

第四节花肥行业进出口价格走势分析35

一、进口价格走势35

## 二、出口价格走势36

### 第六章2010-2015年花肥行业竞争格局分析36

#### 第一节花肥行业竞争结构分析36

一、行业内现有企业的竞争36

二、新进入者的威胁36

三、替代品的威胁37

四、供应商的讨价还价能力37

五、购买者的讨价还价能力38

#### 第二节行业集中度分析39

一、市场集中度39

二、区域集中度39

#### 第三节花肥行业产品区域结构分析40

一、花肥行业不同区域产品供给分析40

二、花肥行业不同区域产品需求分析40

### 第七章花肥产品竞争力优势分析40

#### 第一节产品竞争力分析40

一、整体产品竞争力评价40

二、体产品竞争力评价结果分析41

三、竞争优势评价及构建建议41

#### 第二节swot分析42

#### 第三节2015年国内花肥产品的经销模式43

#### 第四节2015年国内花肥产品生产及销售投资运作模式分析44

一、国内生产企业投资运作模式44

二、国内营销企业投资运作模式44

三、外销与内销优势分析44

### 第八章花肥主要生产厂商分析45

#### 第一节上海永通化工有限公司45

一、公司概况45

二、公司财务状况分析47

三、企业发展战略47

#### 第二节山东金正大生态工程股份有限公司48

一、公司概况48

二、公司财务状况分析49

三、企业发展战略49

第三节镇江培蕾有机肥有限公司50

一、公司概况50

二、公司财务状况分析50

三、企业发展战略51

第四节潍坊神洲生物肥料有限公司51

一、公司概况51

二、公司财务状况分析51

三、企业发展战略52

第五节北京雷力农用化学有限公司52

一、公司概况52

二、公司财务状况分析53

三、企业发展战略54

第九章2010-2015年花肥国内拟在建项目分析及竞争对手动向55

第一节2010-2015年国内主要竞争对手动向55

一、行业单位规模情况分析55

二、行业人员规模状况分析56

三、行业总资产规模状况分析56

第二节中国花肥行业财务能力分析57

一、行业盈利能力分析57

二、行业偿债能力分析57

三、行业营运能力分析57

四、行业发展能力分析57

第十章2015年中国花肥的市场消费者调查分析58

第一节2015年中国花肥消费群体分析58

一、消费者年龄58

二、消费阶层58

三、消费重点区域分析59

第二节2015年中国花肥行业社会环境分析59

一、人们的消费观念59

二、人们的品牌选择60

第三节2015年中国影响消费者购买花肥的因素分析60

- 一、价格分析60
- 二、品牌比较61
- 三、购买频次分析61
- 四、广告的影响程度62
- 五、包装的影响程度62
- 六、购买方便的影响分析63

## 第十一章花肥营销策略分析63

### 第一节花肥市场营销策略分析63

#### 第二节市场营销主要模式64

#### 第三节营销步骤信息需求64

#### 第四节市场营销策略分析65

##### 一、产品策略分析65

##### 二、市场拓展策略65

##### 三、品牌营销策略65

##### 四、市场推广策略66

##### 五、人员推销策略66

##### 六、销售促进策略66

#### 第五节花肥营销创新策略分析67

##### 一、体验营销策略分析67

##### 二、关系营销策略分析67

##### 三、合作营销策略分析67

##### 四、深度营销策略分析68

##### 五、越位营销策略分析68

##### 六、文化营销策略分析68

##### 七、一对一营销策略分析69

##### 八、差异化营销策略分析69

## 第十二章花肥行业发展趋势及投资风险分析69

### 第一节当前花肥存在的问题69

### 第二节花肥未来发展预测分析70

#### 一、中国花肥发展方向分析70

#### 二、中国花肥行业发展规模71

#### 三、中国花肥行业发展趋势预测71

### 第三节中国花肥行业投资风险分析72

- 一、市场竞争风险72
- 二、原材料压力风险分析72
- 三、技术风险分析73
- 四、政策和体制风险73

### 第十三章花肥行业投资风险及防范措施73

#### 第一节2016-2022年中国花肥行业投资机会分析73

- 一、细分市场投资机会分析73
- 二、区域市场投资潜力分析74

#### 第二节2016-2022年中国花肥行业投资风险分析74

- 一、政策风险预警74
- 二、技术风险预警74
- 三、市场竞争风险预警74
- 四、经营管理风险预警75

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/287214.html>