

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年园艺用品市场前景及趋势预测	4
第一节 园艺用品行业监管情况及主要政策法规	4
一、行业主管部门、监管体制	4
二、行业法律法规及政策	4
三、政策的影响	6
四、产品进口国的进口政策、贸易摩擦对本行业的影响	6
(1) 欧盟认证/标准	7
(2) 北美认证/标准	7
(3) 其他认证/标准	7
第二节 我国园艺用品行业主要发展特征	8
一、行业概况	8
二、进入行业的主要壁垒	8
(1) 技术壁垒	8
(2) 品牌壁垒	8
(3) 销售渠道壁垒	8
三、行业经营模式	9
四、行业技术水平及技术特点	9
五、行业的周期性、区域性和季节性特征	9
(1) 周期性	9
(2) 区域性	10
(3) 季节性	10
六、与上、下游行业之间的关联性	10
(1) 行业产业链	10
(2) 上游行业对本行业的影响	10
(3) 下游行业对本行业的影响	10
第三节 2022-2023 年中国园艺用品行业发展情况分析	11
一、全球园艺用品行业情况	11
(一) 全球园艺市场现状	11
(1) 全球园艺用品工具进出口贸易总额情况	11
(2) 全球园艺用品消费市场稳定增长	12
(3) 国际园艺展览会助力行业蓬勃发展	13
(二) 全球园艺用品市场规模	14
(三) 园艺用品需求结构	15
(四) 主要消费国园艺用品市场情况、容量及未来增长趋势	15
(1) 美国市场情况	15
(2) 欧洲市场情况	17
(3) 澳大利亚市场情况	19
二、国内园艺用品行业情况	20
(一) 国内园艺用品行业现状	20

(二) 国内园艺行业市场规模	20
(三) 国内园艺工具出口情况	23
第四节 2022-2023 年我国园艺用品行业竞争格局分析	23
一、行业竞争格局	24
二、国内园艺用品行业竞争企业数量	24
三、国内外灌溉类园艺用品主要竞争企业	25
四、主要企业情况	25
(1) 首华燃气	26
(2) 亿林科技	26
第五节 企业案例分析：宁波大叶园林工业股份有限公司	27
一、公司的行业地位	27
二、公司的主要优势	28
三、公司的主要劣势	30
第六节 2023-2028 年我国园艺用品行业发展前景及趋势预测	31
一、园艺用品行业趋势	31
(1) 人口老龄化加剧为园艺用品发展助力	31
(2) 园艺用品由实用型向功能型、DIY 方向发展	31
(3) 园艺文化兴起促进园艺市场持续发展	31
(4) 园艺用品的使用将向简易化远程操控方向发展	32
(5) 节水灌溉将成为园艺行业主要发展方向	32
(6) 园艺用品行业朝生态化、智能化方向发展	32
二、行业利润水平的变动趋势及变动原因	32
第七节 2023-2028 年我国园艺用品行业面临的机遇与挑战	33
一、行业面临的机遇	33
(1) 国家产业政策支持	33
(2) 成本优势明显	33
(3) 国内园艺用品市场发展前景广阔	33
二、挑战	33
(1) 缺乏自主品牌	33
(2) 对出口依赖性高	34
(3) 行业整体水平较低	34
第三章 园艺用品企业穿越周期的品牌力和生命力打造策略	34
第一节 企业穿越周期的 5 个条件	34
一、有一个好产品	35
二、有一个好队伍	35
三、有一套好模式	36
四、有一个好品牌	36
五、有一个好文化	36
第二节 企业跨越“生死周期”关键点	36
一、健康的现金流	36
二、尽可能提高效率	37
三、寻找品牌第 N 发展曲线	37
四、永远不要放弃，熬下去	37
第三节 企业穿越周期的 6 个启示	37

一、有边界感，有“知不能”的能力.....	38
二、有聚焦的能力.....	38
三、有控节奏的能力.....	38
四、有革命式创新的能力.....	39
五、有坚持的能力.....	39
六、有打造第二增长曲线的能力.....	39
第四节 打磨核心竞争力、穿越周期风险.....	39
一、企业核心竞争力评判体系：产品力、运营力、品牌势能.....	39
二、强产品力：消费者选择的直接动力、品牌发展的“底气”和“起点”.....	40
三、强运营力：持续良性规模扩张的基础.....	41
四、强品牌势能：占领消费者认知资源，形成最深厚的护城河.....	42
五、对于不同路线的企业，核心竞争力评判体系的侧重点有所差异.....	42
第四章 园艺用品企业《穿越周期的品牌力和生命力打造策略》制定手册.....	43
第一节 动员与组织.....	43
一、动员.....	44
二、组织.....	44
第二节 学习与研究.....	45
一、学习方案.....	45
二、研究方案.....	45
第三节 制定前准备.....	46
一、制定原则.....	46
二、注意事项.....	48
三、有效战略的关键点.....	48
第四节 战略组成与制定流程.....	51
一、战略结构组成.....	51
二、战略制定流程.....	51
第五节 具体方案制定.....	52
一、具体方案制定.....	52
二、配套方案制定.....	55
第五章 园艺用品企业《穿越周期的品牌力和生命力打造策略》实施手册.....	55
第一节 培训与实施准备.....	56
第二节 试运行与正式实施.....	56
一、试运行与正式实施.....	56
二、实施方案.....	56
第三节 构建执行与推进体系.....	57
第四节 增强实施保障能力.....	58
第五节 动态管理与完善.....	59
第六节 战略评估、考核与审计.....	59
第六章 总结：商业自是有胜算.....	60

第一章 前言

大部分行业和企业，都有生命周期，中国的企业生命周期一般是6年，我国中小企业的平均寿

命为3年~4年，企业集团的平均寿命为7年~8年。

那么该如何做才能更好的穿越周期，甚至逆流而上呢？

下面，我们先从园艺用品行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028年园艺用品市场前景及趋势预测

第一节 园艺用品行业监管情况及主要政策法规

根据我国2017年10月1日开始执行的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，园艺用品行业属于机械化农业及园艺机具制造（C3572）。

一、行业主管部门、监管体制

园艺用品行业主管部门是工业和信息化部、国家发改委。工业和信息化部主要职责包括：拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业经济运行；推动重大技术装备发展和自主创新等。国家发改委是综合研究拟订经济和社会发展规划，进行总量平衡，指导总体经济体制改革的宏观调控部门。

自律管理机构包括：中国五金制品协会工具五金分会承担手工具类园艺用品行业的自律管理；中国工艺美术协会承担装饰类园艺用品行业的自律管理；中国农业机械工业协会排灌机械分会承担灌溉类园艺用品行业的自律管理。

此外，国家标准化管理委员会是国务院授权的履行行政管理职能，统一管理全国标准化工作的主管机构，国家质量监督检验检疫总局对国家标准化管理委员会实施管理。

二、行业法律法规及政策

近年来，我国针对园艺用品行业及其上下游行业的发展出台了一系列法律法规和产业政策，以保证行业的有序规范发展，涉及本行业内主要法律法规和政策如下：

发布日期	主要政策或法规	发布单位	相关内容
2022-1-14	《环保装备制造	工业和信	推动环保装备制造业加强产业链分工协作,构

发布日期	主要政策或法规	发布单位	相关内容
	业高质量发展行动计划（2022—2025年）》	息化部、科学技术部、生态环境部	建大中小企业融通发展新格局，培育壮大产业发展新动能
2021-11-09	“十四五”节水型社会建设规划	国家发展改革委	四、重点领域：22、推进节水型城市建设：缺水城市园林绿化推广选用节水耐旱型植被，采用喷灌、微灌等节水灌溉方式。
2021-3-13	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要（2021年）》	国务院	深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化。建设智能制造示范工厂，完善智能制造标准体系。深入实施质量提升行动，推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”。
2019-04-12	产业结构调整指导目录（2019年本）	国家发展改革委	鼓励类第三十八：环境保护与资源节约综合利用中 23、节能、节水、节材环保及资源综合利用等技术开发、应用及设备制造 鼓励类第二十二：城镇基础设施中 13、城镇园林绿化及生态小区建设 鼓励类第三十八：环境保护与资源节约综合利用中 23、节能、节水、节材环保及资源综合利用等技术开发、应用及设备制造 鼓励类第十四：机械中 44、节水灌溉设备：各种大中型喷灌机、各种类型微滴灌设备等；抗洪排涝设备（排水量 1,500 立方米/小时以上，扬程 5~20 米，功率 1,500 千瓦以上，效率 60%以上，可移动）

2017-03-01	城市绿化条例 (2017 修订)	国务院	第四条国家鼓励和加强城市绿化的科学研究，推广先进技术，提高城市绿化的科学技术和艺术水平
2016-11-24	国家重点支持的高新技术领域目录（最新）	国家发展改革委同科技部、工业和信息化部、财政部等有关部门	七、资源与环境（一）水污染控制与水资源利用技术 5. 节水与非常规水资源综合利用技术 城市节水器具开发与应用技术；新型节水灌溉和旱作节水、农作物高效保水材料技术；水环境修复技术；雨水高效收集与利用技术；苦咸水、海水淡化利用技术及相关材料装备制造技术；高耗水行业节水减污技术等。
2016-08-05	轻工业发展规划 (2016-2020 年)	中华人民共和国国家发展和改革委员会	主要行业发展方向中提到推动塑料制品工业向功能化、轻量化、生态化、微型化方向发展。加快食品、塑料制品、皮革、造纸、洗涤用品等行业生产设备的智能化改造。培育一批核心竞争力强的企业集团。
2016-04-24	中国塑料加工业“十三五”发展规划指导意见	中国塑料加工工业协会	“十三五”塑料加工业紧紧围绕“功能化、轻量化、生态化、微成型”的技术方向，重点突破原料、先进成型技术与工艺、装备三大发展瓶颈；要认真贯彻《中国制造 2025》，紧紧围绕国家重点实施新兴战略产业，发挥塑料加工业作为国民经济基础性产业的重要作用；要紧紧围绕“高端化”战略，加强以产学研为主的协同创新和联合攻关，突破制

发布日期	主要政策或法规	发布单位	相关内容
			约行业发展的关键共性和核心技术。

三、政策的影响

“生态园林城市”等全国性活动对园艺行业的推动。为进一步推动城市生态环境建设，实施可持续发展战略，努力构筑资源节约型、环境友好性社会，住建部将在创建“园林城市”的基础上，着手推进创建“生态园林城市”活动，大力推进国家园林县城、国家重点公园、国家城市湿地公园、国家园林城镇建设，提高了园林绿化建设在城市发展中的地位，促进了行业的发展。上述产业政策和法律法规的出台、实施，为促进园艺用品的科研创新及产业化提供了强有力的政策支持和良好的政策环境。

四、产品进口国的进口政策、贸易摩擦对本行业的影响

报告期内公司产品主要销往欧洲、北美洲、大洋洲、南美洲市场，主要包括美国、德国、法国、英国、澳大利亚、西班牙、意大利、俄罗斯、波兰、荷兰、罗马尼亚、智利、巴西等国。上述国家和地区属于园艺用品市场成熟的国家，未对园艺用品设置特殊限制性政策，目前未对中国园艺用品的出口设置重大的贸易障碍。除关税外，对于园艺用品，主要通过以下认证和标准：

(1) 欧盟认证/标准

认证/标准	认证内容	性质
CE 认证	安全认证，在欧盟市场上自由流通，就必须加贴“CE”标志，以表明产品符合欧盟《技术协调与标准化新方法》指令的基本要求。	部分强制要求
GS 认证	安全认证，按照欧盟统一标准或德国工业标准进行检测的一种自愿性认证，是欧洲市场公认的德国安全认证标志，通常 GS 认证产品更畅销。	非强制性
REACH 法规	是欧盟法规《化学品注册、评估、许可和限制》的英文简称，法规旨在保护人类健康和环境安全，保持和提高欧盟化学工业的竞争力，以及研发无毒无害化合物的创新能力，防止市场分裂，增加化学品使用透明度，促进非动物实验，追求社会可持续发展等。	强制性
PAHs 指令	欧盟 2005 年发布的《关于多环芳香烃指令》（PAHs 指令 2005/69/EC），限制包含苯并芘（Bap）在内的 16 种 PAHs 在电子、电机等消费性产品、橡胶制品、塑料制品、汽车塑料、橡胶零件、食品包装材料、玩具、容器材料等使用。	强制性
欧盟环保邻苯二甲酸盐	（邻苯二甲酸盐）是一类广泛使用的增塑剂，对塑料起改性或软化作用，在塑料和油漆中普遍存在，重点关注 PVC 和油漆。其中，有 15 种邻苯二甲酸盐物质被认为是有害物质，限制使用。	强制性

(2) 北美认证/标准

认证/标准	认证内容	性质
GSV 反恐认证	GSV 反恐认证是美国国土安全部海关边境保护局（即 US Customs and Border Protection，简称“CBP”）在 9-11 事件发生后所倡议成立的，于 2002 年 4 月 16 日正式实行。通过 GSV 反恐认证，CBP 希望能与相关业界合作建立供应链安全管理系统，以确保供应链从起点到终点的运输安全、安全讯息及货况的流通，从而阻止恐怖分子的渗入。	部分强制要求
加州 65 测试	《Proposition 65》，即《1986 年饮用水安全与毒性物质强制执行法案》，颁布于 1986 年 11 月，该提案要求在美国加州任何会排出致癌或再生毒性的化学物质的商品上标有警告标示，但并不是禁用或限制使用，加州 65 号提案负责监管加州已知可能导致癌症或生殖毒性的化学品。该提案一直引领整个美国一系列的限标准的实施。	非强制

(3) 其他认证/标准

认证/标准	认证内容	性质
Sedex 认证	零售商、超市、品牌商、供应商和其他组织要求与之合作的农场、工厂和制造商参加 SEDEX 成员道德经营审核，以确保其经营符合相关道德标准的要求，审核结果可以得到所有 SEDEX 会员的认可并被他们共享。	英国，澳大利亚强制要求

第二节 我国园艺用品行业主要发展特征

一、行业概况

园艺用品产业发展至今，其生产工艺及功能化不断地更新迭代，伴随着工业化进程的加快，新材料、新技术开始广泛应用，园艺用品更加专业化、多样化，智能控制、节水等功能园艺工具日渐增多。随着科技的不断进步，各种跨学科技术开始应用于园艺用品，其实用性、美观性和功能性都得到较大提高。

园艺用品的消费载体与消费习惯是促使其家庭园艺产业蓬勃发展的关键因素。任何一个国家消费习惯的形成都是其客观历史、文化和物质条件长期引导下的必然结果，是园艺消费的载体。随着世界各国经济、技术的崛起，现代科学技术成果的应用、国际贸易的加强、园艺用品生产日益转向专业化的企业经营，相关技术、生产、贸易等得到迅速发展，全球园艺行业发展逐渐成熟。

二、进入行业的主要壁垒

（1）技术壁垒

随着经济的不断发展，园艺用品行业也随之发展，园艺类产品基本保持一年一更新换代；客户需要企业生产高科技、新型材料、节能环保、符合人体工学、美观、实惠的产品，因此设计研发能力是园艺类生产企业始终保持与客户粘合的基础。因此企业必须拥有强大的研发团队、多年积累的研发储备才能时刻跟上客户的需求，在国内外企业中保持领先水平。

（2）品牌壁垒

客户对产品质量、稳定性、设计水平存在长期的要求，因此客户将首选知名品牌的品牌。知名品牌的建设需要长期的时间、资金的投入和积累，需要贸易商持续的推广及客户的支持，新进企业很难拥有足够的营销网络及客户资源，加之技术不足，只能在价格上拉大优势，短期内很难构筑足够的品牌形象。

（3）销售渠道壁垒

销售渠道是否完善、高效，是企业能否赢得市场的核心与关键。园艺用品行业的领先企业普遍通过全渠道的布局，建立起了各自的护城河。构建和完善覆盖国外大型商超、园艺中心、电商平台、贸易商等渠道的全球性营销网络不仅需要掌握市场发展契机，还需要优秀的研发设计能力、先进的生产工艺水平、完善的质量控制、卓越的管理能力。因此，新进企业很难在短时间内打破销售渠道壁垒。

三、行业经营模式

随着生产成本的提高，欧美发达国家的园艺用品生产商转变思路，将生产制造环节转移至发展中国家，一方面在发展中国家建造生产基地；另一方面与国内生产商采用 OEM、ODM 等模式合作，这些合作模式为国内的园艺用品生产商创造了商业机会。国内生产商在与国外生产商合作时，根据对方的要求进行产品质量管理和生产，国外生产商定期对生产管理过程和产品质量进行检验，这有利于国内生产商向国际先进水平学习，大大的提高了国内生产商的产品研发与生产管理能力。

国内生产商在与国外客户合作的同时，能够充分意识到自主品牌的重要性。良好的自主品牌，能够为企业带来更多的附加值，使企业能够更多的将重心放在产品设计、研发上，故目前部分国内生产商已经在 OEM 和 ODM 的业务基础上，逐步开展自主品牌的建设、管理和销售。

四、行业技术水平及技术特点

国外先进厂商的技术的引进以及消费者的需求导向，促使着国内园艺用品厂商的加强技术更新迭代以契合市场的变化。随着国内生产商不断地加大科研力量的投入，产品生产技术也得到了迅速的发展。在技术上保障了园艺园林产品的质量，启发园艺用品企业创新的同时，也拓宽了园艺用品的市场，整体促进了园艺用品产业的发展。

经过多年的发展，新材料、新工艺、新技术逐渐应用于园艺用品研发、设计和生产，同时，产品生产的机械化程度、工艺精度也随之逐步提高。目前园艺用品的核心技术集中在产品的新材料应用技术和注塑成型技术两个方面。

新材料应用方面，能否降低材料消耗、节约成本是决定园艺用品企业发展的重要内在因素，因此，在保证材料的优质、环保和安全等情况下，可再生材料的应用成为企业优势的体现。

注塑成型技术方面，模具注塑技术主要通过专用设备对塑料进行溶解加压成型，以精准的注塑工艺控制，达到产品的有效蠕变，满足产品差异化和个性化性能需求。因此，通过引进自动化设备，减少人工操作频率，实行标准化流水线作业模式，可以有效地提高产品质量和生产效率。

五、行业的周期性、区域性和季节性特征

(1) 周期性

园艺用品行业具有一定的周期性。园艺用品行业一方面行业受国民经济影响，随着经济水平提升，居民生活品质的高要求，园艺用品拥有了更多的消费群体和终端用户，另一方面受人口比例影响，人口比例上升对园艺用品行业的扩张起积极作用，但人口与经济往往呈现周期性波动，行业也因此呈现周期性波动。

（2）区域性

园艺用品行业具有明显的区域性特征，主要受气候、城市建设及人文因素影响。气候因素的主要影响在于部分地区气候及环境并不适合发展园艺，导致园艺用品行业发展受限，使园艺用品行业具有相对区域性集中性；同时，由于现代化城市建设及生态文明建设需求，园艺用品行业的发展也将随之水涨船高。

国外的园艺用品厂家主要集中在欧美地区经济发达国家，作为园艺用品的主要消费地，普通民众（尤其老年人）在园艺用品消费水平较高。中国作为园艺用品主要出口国，国内的园艺用品生产区域主要集中在沿海地区，以珠三角、长三角地区为代表。

（3）季节性

受气温、植物生长及原材料的物理属性影响，园艺产品销售有明显的季节性波动特征。除部分炎热、温暖地区气候适宜长期进行花木种植，其他高纬度地区受季节天气影响，在寒冷季节下不利于园艺发展，对园艺用品市场产生一定影响，对于生产企业的系列化、标准化生产有一定抑制作用。因而，通过向全球市场进行推广产品可以减少由于季节及区域对行业造成的影响，如积极开拓澳洲、拉丁美洲等南半球业务市场，可维持企业发展的均衡性。

六、与上、下游行业之间的关联性

（1）行业产业链

园艺用品行业上游主要是金属材料、塑料材料、电子元器件等制造商或供应商，下游行业主要是大型连锁终端商、园艺中心、贸易商、零售商、批发商等，主要应用于公共园林及家庭养护。

（2）上游行业对本行业的影响

本行业上游为金属材料、塑料材料、电子元器件等制造商或供应商，上游行业与园艺用品行业的关联度较大。上游原材料及部件的市场供应充足，对本行业的影响主要体现在材料成本及销售价格，原材料成本的变化将直接影响园艺用品的生产成本，从而影响园艺用品销售价格。从成本上来看，上游原材料行业生产厂商较多，可替代性较强，属于充分竞争行业，不存在供货渠道单一、产品垄断的情况，产品供应较为稳定。

（3）下游行业对本行业的影响

园艺用品行业的下游主要为大型连锁终端商、园艺中心、贸易商、零售商、批发商，均具有较为庞大的销售网络。下游行业的发展和需求的变化很大程度上决定了公司产品的市场容量、利润水平和技术发展方向。园艺用品在未来几年将拥有稳定的增长预期。同时下游行业在使用中不断提出新的要求，对行业的自主研发和技术进步起到了积极的推动作用。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/817004063103006112>