

## 2024-2029年公墓建设行业市场分析及营销策略预测报告

## 报告简介

公墓是为城乡居民提供安葬骨灰和遗体的公共设施。公墓分为公益性公墓和经营性公墓。随着历史的变迁、社会的发展，公墓已有简单、单一的处理骨灰或遗体功能演变这、为多功能的集合体。

城市公墓按不同宿主可分为回民公墓、华侨公墓、外国人公墓等;按公墓的管理方式可分为公益性公墓、经营性公墓;按地形可分为平原公墓和山地公墓。农村殡葬用地主要有三种状态：个体坟墓，宗族坟墓和无主坟。

我国大多数使用至今的公墓多建于80年代之后，因为全国各地对公墓的需求不同，其建设规模也存在差异。以占地面积作为划分的主要依据，可以将我国公墓的建设规模分为四类：一类占地面积20h□ 服务人口20万人以上、骨灰安置量20万具以上;二类占地面积10-20h□ 服务人口10-20万人、骨灰安置量10-20万具;三类占地面积7-10h□ 服务人口5-10万人、骨灰安置量3-10万具;四类占地面积7h□以下、服务人口5万人、骨灰安置量3万具。

居民生活水平不断提高，消费能力得到不断提升，公墓单位的客户消费需求也呈现多元化和个性化。葬式多样化是公墓经营工作中的一个亮点。树葬、花葬、草坪葬、壁葬等新式的文明葬法逐渐被市场部分消费者接受;代客祭扫、网上拜祭等公墓服务产品延伸更好的满足消费需求。

随着中国经济社会快速发展，人民生活水平和医疗卫生保健事业的巨大改善，生育率持续保持较低水平，老龄化进程逐步加快，到2020年将达到14.5%，老龄人口将突破2亿人，2050年老龄化水平预计增长至21.8%，老龄人口突破3亿人。这么多的老龄人口就是潜在的消费客户，而且如今人们的投资意识愈加强烈，提前购买墓地的中年人也大有人在，这样一来，庞大的中老年人口基数就为公墓建设行业的兴旺带来大大的商机。

随着市民文明程度的提高，已经有越来越多的老人不再坚持买墓地，认为骨灰寄存和海葬都是一个不错的归宿。近年来，生态葬有一定发展，不过短期内基本不影响公墓建设总体态势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及公墓建设行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国公墓建设行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外公墓建设行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了公墓建设行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于公墓建设产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国公墓建设行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

## 报告目录

## 第一部分 行业发展形势

第一章 公墓建设市场发展概况 1

第一节 公墓建设市场及产品介绍 1

第二节 2019-2023年公墓建设市场发展概况 8

第三节 公墓建设市场相关政策法规 10

一、相关法律法规和政策 10

1、《殡葬管理条例》(2017修订) 10

2、《公墓管理暂行办法》 14

3、《关于进一步规范和加强公墓建设管理的通知》 17

4、《城市公益性公墓建设标准》(征求意见稿) 20

5、《关于进一步加强殡葬服务收费管理有关问题的指导意见》 23

6、民政部关于《全面推行惠民殡葬政策的指导意见》民发〔2017〕211号 24

7、土地相关法律政策环境 26

8、《关于推行节地生态安葬的指导意见》 27

9、《民政事业发展第十三个五年规划》 29

二、经营性墓地的法律环境分析 31

三、公墓建设政策环境分析 43

第四节 2024-2029年公墓建设市场发展前景预测 43

第五节 行业技术水平 44

第六节 市场推广在公墓建设行业的重要性 47

第七节 营销渠道建设是公墓建设市场竞争的关键 53

第二章 公墓建设市场容量/市场规模分析 57

第一节 2019-2023年公墓建设市场容量/市场规模统计 57

第二节 公墓建设下游应用市场结构 69

第三节 影响公墓建设市场容量/市场规模增长的因素 76

第四节 2024-2029年我国公墓建设市场容量/市场规模预测 81

第二部分 行业营销分析

第三章 公墓建设市场推广策略研究 82

第一节 公墓建设行业新品推广模式研究 82

第二节 公墓建设市场终端产品发布特点 93

第三节 公墓建设市场中间商、代理商参与机制 94

第四节 公墓建设市场网络推广策略研究 101

第五节 公墓建设市场广告宣传策略 104

第六节 公墓建设市场推广与配套供货渠道建立 111

第七节 公墓建设新产品推广常见问题 114

第八节 直销模式在公墓建设推广过程中的应用 116

第九节 国外公墓建设市场推广经验介绍(欧美、韩日市场) 119

第四章 公墓建设盈利模式研究 120

第一节 公墓建设市场盈利模式的分类 120

第二节 公墓建设生产企业的盈利模式研究 122

第三节 公墓建设经销代理商盈利模式研究 123

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响 130

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究 130

第六节 第三方经销网络优化管理研究 131

第五章 公墓建设营销渠道建立策略 133

第一节 公墓建设市场营销渠道结构 133

一、主力型渠道 133

二、紧凑型渠道 134

三、伙伴型渠道 135

四、松散型渠道	138
第二节 公墓市场伙伴型渠道研究	139
第三节 公墓市场直接分销渠道与间接分销渠道管理	143
一、直接分销渠道	143
二、间接分销渠道(长渠道、短渠道)	145
第四节 大客户直供销售渠道建立策略	160
第五节 网络经销渠道优化	168
第六节 渠道经销管理问题	170
一、现金流管理	170
二、货品进出物流管理	178
三、售后服务	184
第六章 公墓建设市场客户群研究与渠道匹配分析	188
第一节 公墓建设主要客户群消费特征分析	188
第二节 公墓建设主要销售渠道客户群稳定性分析	188
第三节 大客户经销渠道构建问题研究	189
第四节 网客户渠道化发展建议	198
第五节 渠道经销商维护策略研究	200
第六节 公墓建设市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向	210
第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例	212
第一节 河北福成五丰股份有限公司	212
一、企业介绍与公墓建设相关业务	212
二、2019-2023年产销统计数据	213
三、企业公墓建设市场推广策略与渠道管理	214
四、公墓建设营销体系布局与商务政策设计分析	214

## 第二节 福寿园 214

一、企业介绍与公墓建设相关业务 214

二、2019-2023年产销统计数据 216

三、企业公墓建设市场推广策略与渠道管理 217

四、公墓建设营销体系布局与商务政策设计分析 217

## 第三节 永安林业 218

一、企业介绍与公墓建设相关业务 218

二、2019-2023年产销统计数据 219

三、企业公墓建设市场推广策略与渠道管理 219

四、公墓建设营销体系布局与商务政策设计分析 219

## 第四节 安贤园中国控股有限公司 219

一、企业介绍与公墓建设相关业务 219

二、2019-2023年产销统计数据 220

三、企业公墓建设市场推广策略与渠道管理 220

四、公墓建设营销体系布局与商务政策设计分析 221

## 第五节 中国生命集团有限公司 221

一、企业介绍与公墓建设相关业务 221

二、2019-2023年产销统计数据 222

三、企业公墓建设市场推广策略与渠道管理 222

四、公墓建设营销体系布局与商务政策设计分析 223

## 图表目录

图表：城市公益性公墓建设规模分类 22

图表：城市公益性公墓建设用地控制指标 22

图表：城市公益性公墓建设用地面积比例(%) 22

- 图表：城市公益性公墓骨灰安置区面积指标(m<sup>2</sup>) 22
- 图表：城市公益性公墓业务用房使用面积(m<sup>2</sup>) 23
- 图表：城市公益性公墓管理用房及附属用房使用面积(m<sup>2</sup>) 23
- 图表：2019-2023年中国公墓数量统计 61
- 图表：我国部分公墓建设规模概况 63
- 图表：我国公墓用地比例表 64
- 图表：我国部分公墓道路交通概况 65
- 图表：我国部分公墓墓设施组团概况 66
- 图表：我国部分公墓树葬式墓设施概况 67
- 图表：我国部分公墓草坪式墓设施概况 68
- 图表：公墓建设的规模 70
- 图表：公墓殡葬活动的主要功能分区 70
- 图表：不同骨灰安置形式占地面积和安置骨灰数量的比例 71
- 图表：山地公墓与平原公墓对比 74
- 图表：2024-2029年我国公墓建设数量预测 81
- 图表：公墓行业主要销售渠道客户群稳定性分析 188
- 图表：拜访经销商5个准备 206
- 图表：拜访经销商5个必谈 206
- 图表：拜访经销商3个必到 207
- 图表：福寿园公墓分布 216

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170214/40900.shtml>

在线订购：[点击这里](#)