

2012-2016年润肠茶市场专项调研与投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年润肠茶市场专项调研与投资方向研究报告》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/118363.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

润肠通便是指指引润肠的中药治疗阴虚肠燥所致便秘。润肠通便疗法分为水果类、冲泡类、药物类、物理疗法类四大类。未来5年，全球健康饮料将以高于普通饮料增长速度（2%-3%）1倍以上的速度增长。在我国各种医书中，记录有1100多种有治疗作用的"茶"类饮品，而近20年中新发展的、有案可查的各类药茶、中草药保健茶就有350种之多。在目前茶市场当中，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多种因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。在人民的生活水平不断提升，生活品味不断提升，对茶文化的品尝也是情有独钟。2009年保健茶年销售额突破百亿，2010年保健茶年销售额为已过五百亿元，2012年全年将突破1200亿元。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。中草药保健茶是中国传统的特色饮料，也是药茶疗法的主要剂型之一。

距今2000年前的《神农本草经》中就已将茶列为一味重要的药物；传说神农氏赏百草，日遇七十二毒，得茶而解之；汉代的张仲景、华佗等大医学家也用茶来治疗各种疾病；唐宋时代更将茶及药茶广泛应用于防治头痛、痰热、宿食、消渴、小便不通、大小便出血等病症，以及补肾壮腰、聪耳明目、坚肌长肉的保健养生之品；到明清时代药茶疗法、用中草药配制的保健茶更有很大的发展，有关药茶和保健茶的方剂、应用范围、制作方法等方面都被不断充实和完善，创制了大量行之有效的药茶、保健茶，它们成为祖国传统医学宝库中一颗璀璨的明珠，具有疗效高、易于制作、使用方便等特点，深受人们喜爱。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年润肠茶市场专项调研与投资方向研究报告》共十五章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国食品药品监督管理局、中国保健协会、中国茶行业协会、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本润肠茶行业报告，首先介绍润肠通便茶的定义、分类等，然后分析润肠通便茶行业的发展现状，接着分析润肠通便茶的发展情况。随后阐述润肠通便茶行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析润肠通便茶行业的发展前景与趋势，同时研究部对润肠通便茶行业进行全面的投资分析。本报告是润肠通便茶行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

第一章 润肠通便茶行业相关概述

第一节 润肠通便茶行业定义

第二节 润肠通便茶的作用与用途

第三节 润肠通便茶产业链分析

第二章 中国润肠通便茶行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国润肠通便茶行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 投融资发展环境

一、金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

六、股权债券融资政策

第三章 全球润肠通便茶行业发展分析

第一节 2011-2012年全球润肠通便茶市场分析

一、全球润肠通便茶市场分析

二、全球润肠通便茶市场需求分析

第二节 2011-2012年全球部分地区润肠通便茶市场发展分析

第四章 中国润肠通便茶行业发展现状分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业发展现状

一、润肠通便茶行业发展概况

二、润肠通便茶行业生产状况分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶企业发展分析

一、润肠通便茶企业发展动态分析

二、润肠通便茶企业发展存在的问题

三、润肠通便茶企业战略发展分析

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业经济运行分析

一、2011-2012年润肠通便茶行业产值分析

二、2011-2012年润肠通便茶行业效益分析

三、2011-2012年润肠通便茶行业进口分析

四、2011-2012年润肠通便茶行业出口分析

第四节 2011-2012年润肠通便茶市场发展分析

一、2011年润肠通便茶市场分析

二、2011年润肠通便茶市场变化分析

三、2012-2016年润肠通便茶市场走势分析

第五节 润肠通便茶行业面临的挑战及发展建议

一、润肠通便茶行业发展面临的难题

二、润肠通便茶行业发展建议

第五章 中国润肠通便茶消费市场分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶消费者对润肠通便茶选择的调查

一、消费者对润肠通便茶种类的选择率调查

二、消费者对润肠通便茶品牌选择的调查

三、消费者对润肠通便茶消费满意度调查

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第四节 2011-2012年润肠通便茶市场消费者费渠道分析

一、连锁药店、社区药店

二、普通商场、超市

三、批发市场

四、其他渠道

第六章 中国润肠通便茶行业市场营销战略分析

第一节 润肠通便茶企业营销分析

一、润肠通便茶市场营销现状

二、润肠通便茶品牌成功因素分析

三、润肠通便茶企业营销战略研究

第二节 润肠通便茶营销渠道分析

一、润肠通便茶销售渠道构成

二、润肠通便茶营销渠道策略分析

第三节 润肠通便茶行业营销策略分析

第七章 中国润肠通便茶行业数据监测

第一节 2010-2012年中国润肠通便茶行业总体数据分析

一、2010年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

二、2011年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

三、2012年1-6月中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

三、2012年1-6月中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

三、2012年1-6月中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国润肠通便茶药品行业发展分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业发展现状

一、润肠通便茶行业的发展史

二、润肠通便茶市场变化分析

三、润肠通便茶质量情况分析

四、润肠通便茶市场现状分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶市场供需分析

一、润肠通便茶产值分析

二、润肠通便茶需求分析

三、影响润肠通便茶市场需求的因素

第三节 润肠通便茶行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析

第九章 中国润肠通便茶行业发展分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶市场发展分析

一、润肠通便茶发展分析

二、润肠通便茶市场发展有利因素分析

三、润肠通便茶市场消费特点分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶出口状况分析

一、润肠通便茶出口数量及金额分析

二、润肠通便茶主要出口市场分析

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业存在的问题及对策

一、润肠通便茶产品问题分析

二、润肠通便茶行业存在的问题

三、针对润肠通便茶的解难

四、润肠通便茶行业品牌策略分析

五、提高润肠通便茶市场竞争力策略分析

第十章 中国润肠通便茶行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业竞争结构分析

一、润肠通便茶种类品牌竞争

二、润肠通便茶技术工艺创新竞争

三、润肠通便茶销售渠道竞争

第二节 2011-2012年润肠通便茶区域市场格局分析

第十一章 中国润肠通便茶市场竞争分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业集中度分析

一、润肠通便茶市场集中度分析

二、润肠通便茶区域集中度分析

三、润肠通便茶企业集中度分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶市场竞争分析

一、润肠通便茶市场竞争现状分析

二、润肠通便茶企业竞争动态分析

三、润肠通便茶行业竞争策略研究

第十二章 中国润肠通便茶行业发展前景分析

第一节 2012-2016年润肠通便茶市场发展前景分析

一、2012-2016年润肠通便茶市场发展潜力分析

二、2012-2016年润肠通便茶市场发展前景分析

第二节 2012-2016年润肠通便茶产品市场发展前景分析

第十三章 中国润肠通便茶行业发展趋势分析

第一节 对润肠通便茶市场发展预测

一、2012-2016年润肠通便茶市场供给预测

二、2012-2016年润肠通便茶市场销量预测

三、2012-2016年润肠通便茶市场规模预测

第二节 2012-2016年润肠通便茶市场发展趋势

一、2012-2016年润肠通便茶行业发展趋势

二、2012-2016年润肠通便茶市场发展趋势

第十四章 润肠通便茶整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年润肠通便茶行业发展规划分析

一、润肠通便茶行业发展机会分析

二、润肠通便茶行业发展机遇分析

三、润肠通便茶行业发展规划分析

第二节 2012-2016年润肠通便茶行业投资分析

一、润肠通便茶市场投资现状

二、润肠通便茶市场投资机会分析

三、对润肠通便茶市场投资分析

第三节 2012-2016年润肠通便茶行业投资风险分析

一、2012-2016年润肠通便茶行业市场风险预测

二、2012-2016年润肠通便茶行业政策风险预测

三、2012-2016年润肠通便茶行业经营风险预测

四、2012-2016年润肠通便茶行业竞争风险预测

五、2012-2016年润肠通便茶行业其他风险预测

第四节 2012-2016年润肠通便茶行业投资战略分析

一、润肠通便茶市场投资策略分析

二、润肠通便茶细分市场投资策略分析

三、对润肠通便茶行业的投资建议

第十五章 中国润肠通便茶行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、润肠通便茶价格策略分析

二、润肠通便茶渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国润肠通便茶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、润肠通便茶实施品牌战略的意义

三、润肠通便茶企业品牌的现状分析

四、我国润肠通便茶企业的品牌战略

五、润肠通便茶品牌战略管理的策略

第四节 润肠通便茶企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

图表目录

图表：润肠通便茶产业链分析

图表：全球润肠通便茶市场规模

图表：2011年我国润肠通便茶行业主要经济指标

图表：2011年我国润肠通便茶出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2011年润肠通便茶销售收入

图表：2011年润肠通便茶销售收入增长趋势图

图表：2011年润肠通便茶不同规模企业销售额

图表：2011年1-6月润肠通便茶不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-9月润肠通便茶不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-12月润肠通便茶不同所有制企业销售额

图表：2011年润肠通便茶不同所有制企业销售额

图表：2011润肠通便茶不同所有制企业销售额对比图

图表：2011润肠通便茶利润总额

图表：2011年润肠通便茶利润总额增长趋势图

图表：2011润肠通便茶不同规模企业利润总额

图表：2011年润肠通便茶不同规模企业利润总额对比图

图表：2011年1-6月润肠通便茶不同所有制企业利润总额

图表：2011年1-9月润肠通便茶不同所有制企业利润总额对比图

图表：2011-2012年5月润肠通便茶资产总额

图表：2010-2012年5月润肠通便茶总资产增长趋势图

图表：截至2012年5月底润肠通便茶不同规模企业总资产

图表：截至2012年5月底润肠通便茶不同规模企业总资产对比图

图表：截至2012年5月底润肠通便茶不同所有制企业总资产

图表：截至2012年5月底润肠通便茶不同所有制企业总资产对比图

图表：2011年润肠通便茶亏损面

略……

通过《2012-2016年润肠茶市场专项调研与投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/118363.html>