

2017-2022年中国蒲公英行业市场供需预测及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国蒲公英行业市场供需预测及投资战略咨询报告》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/298512.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

蒲公英（拉丁学名：Taraxacum mongolicum Hand.-Mazz.）菊科，蒲公英属多年生草本植物。根圆锥状，表面棕褐色，皱缩，叶边缘有时具波状齿或羽状深裂，基部渐狭成叶柄，叶柄及主脉常带红紫色，花葶上部紫红色，密被蛛丝状白色长柔毛；头状花序，总苞钟状，瘦果暗褐色，长冠毛白色，花果期4~10月

蒲公英别名黄花地丁、婆婆丁、华花郎等。菊科多年生草本植物。头状花序，种子上有白色冠毛结成的绒球，花开后随风飘到新的地方孕育新生命。

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：

第一章蒲公英产品特性 19

第一节产品分类 19

第二节产品发展社会背景 19

第三节产品原理 20

第四节产业链概述 21

一、产业链模型介绍 21

二、蒲公英产业链模型分析 24

第二章蒲公英市场分析 27

第一节国际蒲公英市场发展总体概况 27

一、国际现状分析 27

二、主要国家和地区情况 27

三、国际发展趋势分析 29

四、2015-2016年国际蒲公英发展概况 30

第二节我国蒲公英市场的发展状况 30

一、我国蒲公英市场发展基本情况 30

二、蒲公英市场的总体现状 31

三、蒲公英行业发展中存在的问题 31

四、2013-2015年我国蒲公英行业发展回顾 32

第三章蒲公英行业所处生命周期 34

第一节生命周期 34

第二节蒲公英行业技术变革与产品革新 35

一、技术变革可能会改变行业竞争格局 35

二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分 37

第三节差异化 / 同质化分析 45

一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求 45

二、产品个性化是行业远离战火的武器 45

三、蒲公英产品的个性化空间很大 46

第四节进入 / 退出难度分析 46

一、蒲公英产品市场进入壁垒 46

二、可以选择不同方式进入 47

第四章中国蒲公英销售状况分析 48

第一节蒲公英国内营销模式分析 48

第二节蒲公英国内分销商形态分析 48

第三节蒲公英国内销售渠道分析 50

第四节蒲公英行业国际化营销模式分析 51

第五节蒲公英重点销售区域分析 52

第六节 2015-2016年市场供需现状分析 53

第七节2017-2022年行业发展前景预测 54

第八节2017-2022年行业投资战略预测 55

第五章蒲公英的生产分析 57

第一节行业生产规模及增长速度 57

第二节产业地区分布情况 58

第三节优势企业产品价格策略 58

第四节行业生产所面临的几个问题 59

第五节未来几年行业产量变化趋势 60

第六节蒲公英营销策略分析 61

第七节蒲公英行业广告与促销方式分析 61

一、主要的广告媒体 61

二、主要的广告媒体的优/缺点分析 67

三、主要的广告媒体费用分析 81

第六章蒲公英市场渠道分析 82

第一节渠道对行业至关重要 82

第二节市场渠道格局 82

第三节销售渠道形式 83

第四节销售渠道要素对比 85

第五节对竞争对手渠道策略的研究 86

第七章蒲公英行业品牌分析 88

第一节品牌数量分析 88

第二节品牌推广策略分析 88

第三节品牌首要认知渠道分析 88

第四节消费者对蒲公英品牌认知度宏观调查 89

第五节消费者对蒲公英品牌偏好调查 90

第八章蒲公英用户分析 91

第一节用户认知程度 91

第二节用户关注的因素 92

一、用户对蒲公英产品不同功能各有需求 92

二、用户普遍关注蒲公英产品质量 93

三、价格与用户心理预期已比较接近 93

四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离 94

第九章中国蒲公英产品价格分析 97

第一节中国蒲公英历年平均价格回顾 97

第二节中国蒲公英当前市场价格 98

一、产品市场价格驱动因素分析 98

二、产品未来价格预测 98

第三节中国蒲公英价格影响因素分析 100

一、我国总体经济环境走势分析 100

二、国家宏观调控政策分析 116

三、蒲公英市场国家宏观发展规划调控影响 119

第十章行业运行状况分析 121

第一节行业情况背景 121

一、参与调查企业及其分布情况 121

二、典型企业介绍 121

第二节总体效益运行状况 122

一、总体销售效益 122

二、2015-2016年蒲公英行业总体盈利能力 123

三、2015-2016年蒲公英行业总体税收能力 123

四、2015-2016年蒲公英行业市场总体产值能力 124

第三节不同地区行业效益状况对比 125

一、不同地区销售效益状况对比 125

二、不同地区行业盈利能力状况对比 126

三、不同地区行业税收能力状况对比 127

四、不同地区行业产值状况对比 127

第四节类型运行效益对比 128

一、行业不同类型销售效益状况对比 128

二、不同类型盈利能力状况对比 129

三、不同类型税收能力状况对比 129

四、不同类型产值状况对比 130

第五节规模运行效益对比 130

一、行业不同规模销售效益状况对比 130

二、不同规模盈利能力状况对比 131

三、不同规模税收能力状况对比 132

四、不同规模产值状况对比 132

第十一章蒲公英国内重点生产厂家分析 133

一、江苏蒲公英保健品公司 133

1、企业简介 133

2、经营情况 133

（一）企业偿债能力分析 133

（二）企业运营能力分析 135

（三）企业盈利能力分析 138

3、未来发展趋势 139

二、红雁森林草原药材研究开发有限公司 140

1、企业简介 140

2、经营情况 140

（一）企业偿债能力分析 140

（二）企业运营能力分析 142

(三) 企业盈利能力分析 145

3、未来发展趋势 146

三、海伦市野泰食品加工有限公司 147

1、企业简介 147

2、经营情况 148

(一) 企业偿债能力分析 148

(二) 企业运营能力分析 150

(三) 企业盈利能力分析 152

3、未来发展趋势 154

四、泰州市蒲公英农业科技发展有限公司 154

1、企业简介 154

2、经营情况 155

(一) 企业偿债能力分析 155

(二) 企业运营能力分析 157

(三) 企业盈利能力分析 160

3、未来发展趋势 161

五、哈尔滨蒲公英药业有限公司 162

1、企业简介 162

2、经营情况 162

(一) 企业偿债能力分析 162

(二) 企业运营能力分析 164

(三) 企业盈利能力分析 167

3、未来发展趋势 168

六、山东沾化绿洲茶业有限公司 169

1、企业简介 169

2、经营情况 170

(一) 企业偿债能力分析 170

(二) 企业运营能力分析 172

(三) 企业盈利能力分析 174

3、未来发展趋势 176

第十二章2017-2022年蒲公英行业发展趋势及投资风险分析 176

第一节当前蒲公英存在的问题 176

第二节蒲公英未来发展预测分析 177

一、中国蒲公英发展方向分析 177

- 二、2017-2022年中国蒲公英行业发展规模 178
- 三、2017-2022年中国蒲公英行业投资发展趋势预测 179
- 第三节2017-2022年中国蒲公英行业投资风险分析 181
 - 一、市场竞争风险 181
 - 二、原材料压力风险分析 182
 - 三、技术风险分析 183
 - 四、政策和体制风险 184
 - 五、外资进入退出风险 185

第十三章行业项目投资建议 185

- 第一节蒲公英技术应用注意事项 185
- 第二节项目投资注意事项 187
- 第三节蒲公英生产开发注意事项 188
- 第四节蒲公英销售注意事项 191

第十四章2017-2022年中国蒲公英行业发展预测分析 192

- 第一节2017-2022年国内蒲公英产业宏观预测 192
 - 一、2017-2022年我国蒲公英行业宏观预测 192
 - 1、2017-2022年中国固定资产投资预测 192
 - 2、2017-2022年中国国际贸易预测 194
 - 二、2017-2022年蒲公英工业发展展望 196
 - 三、2017-2022年蒲公英业发展状况预测分析 197
- 第二节2017-2022年中国蒲公英市场趋势分析 197
 - 一、2015-2016年蒲公英市场趋势总结 197
 - 二、2017-2022年蒲公英企业资本结构发展趋势分析 198
 - 1、蒲公英企业国内资本市场的运作建议 198
 - 2、蒲公英企业海外资本市场的运作建议 200
 - 三、2017-2022年蒲公英市场发展空间 201
 - 四、2017-2022年蒲公英市场战略 201
 - 1、战略综合规划 201
 - 2、技术开发战略 203
 - 3、区域战略规划 207
 - 4、产业战略规划 207
 - 5、营销品牌战略 207
 - 6、竞争战略规划 209

第十五章蒲公英行业投资风险预警 211(AK WZY)

第一节影响蒲公英行业发展的主要因素 211

- 一、2015-2016年影响蒲公英行业运行的有利因素 211
- 二、2015-2016年影响蒲公英行业运行的稳定因素 212
- 三、2015-2016年影响蒲公英行业运行的不利因素 213
- 四、2017-2022年我国蒲公英行业发展面临的挑战 214
- 五、2017-2022年我国蒲公英行业发展面临的机遇 216

第二节蒲公英行业专家投资风险预警 217

- 一、2017-2022年蒲公英行业市场风险及控制策略 217
- 二、2017-2022年蒲公英行业政策风险及控制策略 217
- 三、2017-2022年蒲公英行业经营风险及控制策略 218
- 四、2017-2022年蒲公英同业竞争风险及控制策略 218
- 五、2017-2022年蒲公英行业其他风险及控制策略 219

图表目录:

图表 1 蒲公英简介 19

图表 2 产业链形成模式示意图 22

图表 3 蒲公英行业的产业链结构图 24

图表 4 蒲公英渠道策略示意图 51

图表 5 2015-2016年我国蒲公英行业不同地区销售收入占比 52

图表 6 2009-2016年我国蒲公英行业销售收入及增长情况 53

图表 7 2009-2016年我国蒲公英行业销售收入及增长对比 53

图表 8 2009-2016年我国蒲公英行业工业总产值及增长情况 57

图表 9 2009-2016年我国蒲公英行业工业总产值及增长对比 57

图表 10 2017-2022年我国蒲公英行业工业总产值预测图 60

图表 11 消费者对蒲公英品牌认知度调查 91

图表 12 蒲公英产品功能影响程度分析 92

图表 13 蒲公英产品质量影响程度分析 93

图表 14 蒲公英产品价格影响程度分析 93

图表 15 蒲公英产品外观影响程度分析 94

图表 16 蒲公英产品服务影响程度分析 95

图表 17 蒲公英市场价格 97

图表 18 蒲公英生产企业定价目标选择 98

图表 19 蒲公英企业对付竞争者降价的程序 99

图表 20 2004年2季度—2016年2季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 100

图表 21 2004年5月—2016年6月工业增加值月度同比增长率(%) 102

图表 22 2004年5月—2016年6月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 103

图表 23 2004年1-5月—2016年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 104

图表 24 2004年5月—2016年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)
106

图表 25 2016年6月居民消费价格主要数据 109

图表 26 2004年5月—2016年6月居民消费价格指数(上年同月=100) 110

图表 27 2004年5月—2016年6月工业品出厂价格指数(上年同月=100) 112

图表 28 2004年5月—2016年6月货币供应量月度同比增长率(%) 114

图表 29 2015-2016年我国蒲公英行业不同地区销售收入占比 121

图表 30 2009-2016年我国蒲公英行业利润总额及增长情况 122

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/298512.html>