

# 2013-2018年中国润肠茶市 场深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2018年中国润肠茶市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/baojian1309/V35043G65W.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-09-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国润肠茶市场深度调研与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国润肠茶行业的概念，接着分析了中国润肠茶行业发展环境，然后对中国润肠茶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国润肠茶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国润肠茶行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

虽然目前中国保健茶成为保健养生市场的新亮点,但行业内暴露的一些问题也不容忽视。目前中草药保健茶仍处于发展的初级阶段,所占整个保健养生市场份额较小,但相反也证明发展空间很大,据业内权威机构评估,到2015年中国植物饮料的市场份额将达到800亿人民币。我国保健茶产品质量仍存在着良莠不齐的现象,以银杏茶为例,由于一些企业盲目“追风”,并不具备提取银杏黄酮制作保健茶的生产技术,其产品功能、功效也就达不到要求,以次充好,大大降低了实用价值及其声誉。

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。

## 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 国内宏观经济环境分析

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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年润肠通便茶行业经济运行分析

#### 一、润肠通便茶行业产值分析

#### 二、润肠通便茶行业效益分析

#### 三、润肠通便茶行业进口分析

#### 四、润肠通便茶行业出口分析

### 第四节 2012-2013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、2013-2018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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2009-2013年中国润肠通便茶行业总体数据分析

一、2009年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

二、2010年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

三、2013年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

### 第二节 2009-2013年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2009-2013年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

三、2013年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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2013-2018年润肠通便茶市场发展前景分析

#### 一、2013-2018年润肠通便茶市场发展潜力分析

#### 二、2013-2018年润肠通便茶市场发展前景分析

### 第二节 2013-2018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、2013-2018年润肠通便茶市场供给预测

#### 二、2013-2018年润肠通便茶市场销量预测

#### 三、2013-2018年润肠通便茶市场规模预测

### 第二节 2013-2018年润肠通便茶市场发展趋势

#### 一、2013-2018年润肠通便茶行业发展趋势

#### 二、2013-2018年润肠通便茶市场发展趋势

## 第十四章 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

### 第十五章 润肠通便茶整体行业发展规划分析

#### 第一节 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018年润肠通便茶行业投资风险分析

##### 一、2013-2018年润肠通便茶行业市场风险预测

##### 二、2013-2018年润肠通便茶行业政策风险预测

##### 三、2013-2018年润肠通便茶行业经营风险预测

##### 四、2013-2018年润肠通便茶行业竞争风险预测

##### 五、2013-2018年润肠通便茶行业其他风险预测

#### 第四节 2013-2018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

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

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

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1309/V35043G65W.html>