

2012-2016年中国润肠茶市 场分析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

报告报价

《2012-2016年中国润肠茶市场分析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/baojian1208/Z75104L4J5.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】2012-08-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国润肠茶市场分析与投资前景研究报告》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。

通过《2012-2016年中国润肠茶市场分析与投资前景研究报告》，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。

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；传说神农氏尝百草，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。

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……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1208/Z75104L4J5.html>