

# 2012-2016年中国三花清凉 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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国三花清凉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/yinliao1208/Y67504I340.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】2012-08-31

【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年中国三花清凉茶市场分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国三花清凉茶行业的概念，接着分析了中国三花清凉茶行业发展环境，然后对中国三花清凉茶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国三花清凉茶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国三花清凉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。

通过《2012-2016年中国三花清凉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。

三花清凉茶由三种花组成，分别是杭白菊、野菊花和金银花，超市里即可买到这些原料。该药茶有清热解毒、平肝明目的功效，适宜女性饮用。养颜茶：由灵芝、玉竹、麦冬等组成，具有养阴生津、安神健胃的功效。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。目前，我国市场上销售的保健茶有银杏茶、灵芝茶、全松茶、火麻茶、枸杞茶、杜仲茶、和胃降酸茶、德裕熙三七茶、菊茶、枇杷竹叶茶、山楂茶等十多个品种。这些保健茶的功能迎合了人们保健意识越来越强的消费需求，尤其受到中老年人的喜爱。

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。特别值得注意的是，近年推出的蒲公英特种饮料，就具有清热解毒、消炎、健胃、利尿、散结等功能，可治疗妇女乳痛水肿、咽炎、急性扁桃腺炎和其他热毒诸症，对感冒、黄疸、淋病及肝功能失调引起的皮肤病有很好疗效，还对金黄色葡萄球菌、溶血性链球菌有很强杀伤作用的菊科多年生草本植物（广义上的中草药）的蒲公英，与绿茶配伍而成的，在市场上十分走俏。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 三花清凉茶行业相关概述 第一节 三花清凉茶行业定义 第二节 三花清凉茶的作用与用途 第三节 三花清凉茶产业链分析 第二章 中国三花清凉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 2011-2012年中国三花清凉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 全球三花清凉茶行业发展分析 第一节 2011-2012年全球三花清凉茶市场分析 一、全球三花清凉茶市场分析 二、全球三花清凉茶市场需求分析 第二节 2011-2012年全球部分地区三花清凉茶市场发展分析 第四章 中国三花清凉茶行业发展现状分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶行业发展现状 一、三花清凉茶行业发展概况 二、三花清凉茶行业生产状况分析 第二节 2011-2012年三花清凉茶企业发展分析 一、三花清凉茶企业发展动态分析 二、三花清凉茶企业发展存在的问题 三、三花清凉茶企业战略发展分析 第三节 2011年三花清凉茶行业经济运行分析 一、三花清凉茶行业产值分析 二、三花清凉茶行业效益分析 三、三花清凉茶行业进口分析 四、三花清凉茶行业出口分析 第四节 2011-2012年三花清凉茶市场发展分析 一、2011年三花清凉茶市场分析 二、2011年三花清凉茶市场变化分析 三、2012-2016年三花清凉茶市场走势分析 第五节 三花清凉茶行业面临的挑战及发展建议 一、三花清凉茶行业发展面临的难题 二、三花清凉茶行业发展建议 第五章 中国三花清凉茶消费市场分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶消费者特征分析 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年三花清凉茶消费者对三花清凉茶选择的调查 一、消费者对三花清凉茶种类的选择率调查 二、消费者对三花清凉茶品牌选择的调查 三、消费者对三花清凉茶消费满意度调查 第三节 2011-2012年三花清凉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年三花清凉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 中国三花清凉茶行业市场营销战略分析 第一节 三花清凉茶企业营销分析 一、三花清凉茶市场营销现状 二、三花清凉茶品牌成功因素分析 三、三花清凉茶企业营销战略研究 第二节 三花清凉茶营销

渠道分析 一、三花清凉茶销售渠道构成 二、三花清凉茶营销渠道策略分析 第三节 三花清凉茶行业营销策略分析 第七章 2009-2011年中国三花清凉茶行业数据分析 第一节 2009-2011年中国三花清凉茶行业总体数据分析 一、2009年中国三花清凉茶行业全部企业数据分析 二、2010年中国三花清凉茶行业全部企业数据分析 三、2011年中国三花清凉茶行业全部企业数据分析 第二节 2009-2011年中国三花清凉茶行业不同规模企业数据分析 一、2009年中国三花清凉茶行业不同规模企业数据分析 二、2010年中国三花清凉茶行业不同规模企业数据分析 三、2011年中国三花清凉茶行业不同规模企业数据分析 第三节 2009-2011年中国三花清凉茶行业不同所有制企业数据分析 一、2009年中国三花清凉茶行业不同所有制企业数据分析 二、2010年中国三花清凉茶行业不同所有制企业数据分析 三、2011年中国三花清凉茶行业不同所有制企业数据分析 第八章 中国三花清凉茶药品行业发展分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶行业发展现状 一、三花清凉茶行业的发展史 二、三花清凉茶市场变化分析 三、三花清凉茶质量情况分析 四、三花清凉茶市场现状分析 第二节 2011-2012年三花清凉茶市场供需分析 一、三花清凉茶产值分析 二、三花清凉茶需求分析 三、影响三花清凉茶市场需求的因素 第三节 三花清凉茶行业生产分析 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 中国三花清凉茶行业发展分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶市场发展分析 一、三花清凉茶发展分析 二、三花清凉茶市场发展有利因素分析 三、三花清凉茶市场消费特点分析 第二节 2011-2012年三花清凉茶出口状况分析 一、三花清凉茶出口数量及金额分析 二、三花清凉茶主要出口市场分析 第三节 2011-2012年三花清凉茶行业存在的问题及对策 一、三花清凉茶产品问题分析 二、三花清凉茶行业存在的问题 三、针对三花清凉茶的解难 四、三花清凉茶行业品牌策略分析 五、提高三花清凉茶市场竞争力策略分析 第十章 中国三花清凉茶行业竞争格局分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶行业竞争结构分析 一、三花清凉茶种类品牌竞争 二、三花清凉茶技术工艺创新竞争 三、三花清凉茶销售渠道竞争 第二节 2011-2012年三花清凉茶区域市场格局分析 第十一章 中国三花清凉茶市场竞争分析 第一节 2011-2012年三花清凉茶行业集中度分析 一、三花清凉茶市场集中度分析 二、三花清凉茶区域集中度分析 三、三花清凉茶企业集中度分析 第二节 2011-2012年三花清凉茶市场竞争分析 一、三花清凉茶市场竞争现状分析 二、三花清凉茶企业竞争动态分析 三、三花清凉茶行业竞争策略研究 第十二章 中国三花清凉茶行业发展前景分析 第一节 2012-2016年三花清凉茶市场发展前景分析 一、2012-2016年三花清凉茶市场发展潜力分析 二、2012-2016年三花清凉茶市场发展前景分析 第二节 2012-2016年三花清凉茶产品市场发展前景分析 第十三章 中国三花清凉茶行业发展趋势分析 第一节 对三花清凉茶市场发展预测 一、2012-2016年三花清凉茶市场供给预测 二、2012-2016年三花清凉茶市场销量预测 三、2012-2016年三花清凉茶市场规模预测 第二节 2012-2016年三花清凉茶市场发展趋

势 一、2012-2016年三花清凉茶行业发展趋势 二、2012-2016年三花清凉茶市场发展趋势 第十四章 三花清凉茶整体行业发展规划分析 第一节 2012-2016年三花清凉茶行业发展规划分析 一、三花清凉茶行业发展机会分析 二、三花清凉茶行业发展机遇分析 三、三花清凉茶行业发展规划分析 第二节 2012-2016年三花清凉茶行业投资分析 一、三花清凉茶市场投资现状 二、三花清凉茶市场投资机会分析 三、对三花清凉茶市场投资分析 第三节 2012-2016年三花清凉茶行业投资风险分析 一、2012-2016年三花清凉茶行业市场风险预测 二、2012-2016年三花清凉茶行业政策风险预测 三、2012-2016年三花清凉茶行业经营风险预测 四、2012-2016年三花清凉茶行业竞争风险预测 五、2012-2016年三花清凉茶行业其他风险预测 第四节 2012-2016年三花清凉茶行业投资战略分析 一、三花清凉茶市场投资策略分析 二、三花清凉茶细分市场投资策略分析 三、对三花清凉茶行业的投资建议 第十五章 中国三花清凉茶行业发展战略研究 第一节 市场策略分析 一、三花清凉茶价格策略分析 二、三花清凉茶渠道策略分析 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 对我国三花清凉茶品牌的战略思考 一、企业品牌的重要性分析 二、三花清凉茶实施品牌战略的意义 三、三花清凉茶企业品牌的现状分析 四、我国三花清凉茶企业的品牌战略 五、三花清凉茶品牌战略管理的策略 第四节 三花清凉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：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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：2011年房地产开发投资同比增速（%） 图表：2012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/yinliao1208/Y67504I340.html>