



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年全松茶市场专项调研与投资方向研究报告

一、调研说明

《2012-2016年全松茶市场专项调研与投资方向研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/208610.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

全松茶是从松树、柏树、银杏、红杉、云杉五种寿命超过千年的树种的树皮和树叶中提取的一种活性物质，该活性成分不做任何人工加工，直接以原生态进行碾磨，真空封装，百分之百的保留了这五种寿星树中的活性精华，对人体有保健的功效，全松不但是世界上最强的天然抗衰老剂，还有无与伦比的清洗血液和血管的作用，是名副其实的血管免疫之王。

我国从20世纪60年代起就进行了速溶茶的研究和生产，但由于和人民生活水平相差甚远，所以未能得到迅速发展。直至80年代，含茶食品和茶水饮料开始走入中国市场，如茶叶汽水、茶叶糖、茶叶白吧棒冰、茶叶冰淇淋、茶叶口香糖，近年的茶月饼、茶萨其玛，尤其是茶叶饮料的兴起，推动了速溶茶的突飞猛进。目前全球的速溶茶年产量约7万吨，美国为0.72万吨，印度、斯里兰卡、肯尼亚约0.25万吨，英国0.102万吨，还有中国、日本和中国台湾均为速溶茶生产大国和产区。美国速溶茶的消费量最多，英国、日本、德国等国近年也均有上升。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年全松茶市场专项调研与投资方向研究报告》共十五章。报告依据国家统计局、国家信息中心、国际组织、相关行业协会等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到全松茶行业的发展动态竞争格局等信息。对我国全松茶行业市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举全松茶行业市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了全松茶的市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

该报告为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对政府及银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 全松茶行业相关概述

第一节 全松茶行业定义

第二节 全松茶的作用与用途

第三节 全松茶产业链分析

第二章 中国全松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年中国全松茶行业政策环境分析

一、全松茶行业标准

二、全松茶行业相关政策

三、全松茶政策

第三节 2011-2012年中国全松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

第四节 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 全球全松茶行业发展分析

第一节 2011-2012年全球全松茶市场分析

一、全球全松茶市场分析

二、全球全松茶市场需求分析

第二节 2011-2012年全球部分地区全松茶市场发展分析

第四章 中国全松茶行业发展现状分析

第一节 2011-2012年全松茶行业发展现状

一、全松茶行业发展概况

二、全松茶行业生产状况分析

第二节 2011-2012年全松茶企业发展分析

一、全松茶企业发展动态分析

二、全松茶企业发展存在的问题

三、全松茶企业战略发展分析

第三节 2011-2012年全松茶行业经济运行分析

一、2011-2012年全松茶行业产值分析

二、2011-2012年全松茶行业效益分析

三、2011-2012年全松茶行业进口分析

四、2011-2012年全松茶行业出口分析

第四节 2011-2012年全松茶市场发展分析

一、2011年全松茶市场分析

二、2011年全松茶市场变化分析

三、2012-2016年全松茶市场走势分析

第五节 全松茶行业面临的挑战及发展建议

一、全松茶行业发展面临的难题

二、全松茶行业发展建议

第五章 中国全松茶消费市场分析

第一节 2011-2012年全松茶消费者特征分析

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年全松茶消费者对全松茶选择的调查

一、消费者对全松茶种类的选择率调查

二、消费者对全松茶品牌选择的调查

三、消费者对全松茶消费满意度调查

第三节 2011-2012年全松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年全松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 中国全松茶行业市场营销战略分析

第一节 全松茶企业营销分析

一、全松茶市场营销现状

二、全松茶品牌成功因素分析

三、全松茶企业营销战略研究

第二节 全松茶营销渠道分析

一、全松茶销售渠道构成

二、全松茶营销渠道策略分析

第三节 全松茶行业营销策略分析

第七章 中国全松茶行业数据监测

第一节 2011-2012年全松茶行业总体规模分析

第一节 2010-2012年中国全松茶行业总体数据分析

一、2010年中国全松茶行业全部企业数据分析

二、2011年中国全松茶行业全部企业数据分析

三、2012年1-6月中国全松茶行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国全松茶行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国全松茶行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国全松茶行业不同规模企业数据分析

三、2012年1-6月中国全松茶行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国全松茶行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国全松茶行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国全松茶行业不同所有制企业数据分析

三、2012年1-6月中国全松茶行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国全松茶药品行业发展分析

第一节 2011-2012年全松茶行业发展现状

一、全松茶行业的发展史

二、全松茶市场变化分析

三、全松茶质量情况分析

四、全松茶市场现状分析

第二节 2011-2012年全松茶市场供需分析

一、全松茶产值分析

二、全松茶需求分析

三、影响全松茶市场需求的因素

第三节 全松茶行业生产分析

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 中国全松茶行业发展分析

第一节 2011-2012年全松茶市场发展分析

一、全松茶发展分析

二、全松茶市场发展有利因素分析

三、全松茶市场消费特点分析

第二节 2011-2012年全松茶出口状况分析

一、全松茶出口数量及金额分析

二、全松茶主要出口市场分析

第三节 2011-2012年全松茶行业存在的问题及对策

- 一、全松茶产品问题分析
- 二、全松茶行业存在的问题
- 三、针对全松茶的解难
- 四、全松茶行业品牌策略分析
- 五、提高全松茶市场竞争力策略分析

第十章 中国全松茶行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年全松茶行业竞争结构分析

- 一、全松茶种类品牌竞争
- 二、全松茶技术创新竞争
- 三、全松茶销售渠道竞争

第二节 2011-2012年全松茶区域市场格局分析

第十一章 中国全松茶市场竞争分析

第一节 2011-2012年全松茶行业集中度分析

- 一、全松茶市场集中度分析
- 二、全松茶区域集中度分析
- 三、全松茶企业集中度分析

第二节 2011-2012年全松茶市场竞争分析

- 一、全松茶市场竞争现状分析
- 二、全松茶企业竞争动态分析
- 三、全松茶行业竞争策略研究

第十二章 中国全松茶行业发展前景分析

第一节 2012-2016年全松茶市场前景分析

- 一、2012-2016年全松茶市场发展潜力分析
- 二、2012-2016年全松茶市场前景分析

第二节 2012-2016年全松茶产品市场前景分析

第十三章 中国全松茶行业发展趋势分析

第一节 对全松茶市场发展预测

- 一、2012-2016年全松茶市场供给预测

二、2012-2016年全松茶市场销量预测

三、2012-2016年全松茶市场规模预测

第二节 2012-2016年全松茶市场发展趋势

一、2012-2016年全松茶行业发展趋势

二、2012-2016年全松茶市场发展趋势

第十四章 全松茶整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年全松茶行业发展规划分析

一、全松茶行业发展机会分析

二、全松茶行业发展机遇分析

三、全松茶行业发展规划分析

第二节 2012-2016年全松茶行业投资分析

一、全松茶市场投资现状

二、全松茶市场投资机会分析

三、对全松茶市场投资分析

第三节 2012-2016年全松茶行业投资风险分析

一、2012-2016年全松茶行业市场风险预测

二、2012-2016年全松茶行业政策风险预测

三、2012-2016年全松茶行业经营风险预测

四、2012-2016年全松茶行业竞争风险预测

五、2012-2016年全松茶行业其他风险预测

第四节 2012-2016年全松茶行业投资战略分析

一、全松茶市场投资策略分析

二、全松茶细分市场投资策略分析

三、对全松茶行业的投资建议

第十五章 中国全松茶行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、全松茶价格策略分析

二、全松茶渠道策略分析

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 对我国全松茶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、全松茶实施品牌战略的意义

三、全松茶企业品牌的现状分析

四、我国全松茶企业的品牌战略

五、全松茶品牌战略管理的策略

第四节 全松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：全松茶产业链分析

图表：全球全松茶市场规模

图表：2011年我国全松茶行业主要经济指标

图表：2011年我国全松茶出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2011年全松茶销售收入

图表：2011年全松茶销售收入增长趋势图

图表：2011年全松茶不同规模企业销售额

图表：2011年1-6月全松茶不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-9月全松茶不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-12月全松茶不同所有制企业销售额

图表：2011年全松茶不同所有制企业销售额

图表：2011全松茶不同所有制企业销售额对比图

图表：2011全松茶利润总额

图表：2011年全松茶利润总额增长趋势图

图表：2011全松茶不同规模企业利润总额

图表：2011年全松茶不同规模企业利润总额对比图

图表：2011年1-6月全松茶不同所有制企业利润总额

图表：2011年1-9月全松茶不同所有制企业利润总额对比图

图表：2011-2012年5月全松茶资产总额

图表：2010-2012年5月全松茶总资产增长趋势图

图表：截至2012年5月底全松茶不同规模企业总资产

图表：截至2012年5月底全松茶不同规模企业总资产对比图

图表：截至2012年5月底全松茶不同所有制企业总资产

图表：截至2012年5月底全松茶不同所有制企业总资产对比图

图表：2011年全松茶亏损面

图表：2011年全松茶亏损企业亏损总额

图表：2011年全松茶销售毛利率趋势图

图表：2011年全松茶成本费用率

图表：2011年全松茶成本费用利润率趋势图

图表：2011年全松茶销售利润率趋势图

图表：2011年全松茶应收账款周转率对比图

图表：2011年全松茶流动资产周转率对比图

图表：2011年全松茶总资产周转率对比图

图表：2011年全松茶资产负债率对比图

图表：2011年全松茶利息保障倍数对比图

图表：2011年江苏省全松茶年产量

图表：2011年浙江省全松茶年产量

图表：2011年重庆市全松茶年产量

图表：2011年黑龙江省全松茶年产量

图表：2011年安徽省全松茶年产量

图表：2011年四川省全松茶年产量

图表：2011年吉林省全松茶年产量

图表：2011年辽宁省全松茶年产量

图表：2011年甘肃省全松茶年产量

图表：2011年新疆省全松茶年产量

图表：2011年天津市全松茶年产量

图表：2011年福建省全松茶年产量

图表：2011年江西省全松茶年产量

图表：2011年山东省全松茶年产量

图表：2011年陕西省全松茶年产量

图表：2011年山西省全松茶年产量

图表：2011年河北省全松茶年产量

图表：2011年河南省全松茶年产量

图表：2011年湖南省全松茶年产量

图表：2011年湖北省全松茶年产量

图表：2011年海南省全松茶年产量

图表：2011年广西省全松茶年产量

图表：2011年广东省全松茶年产量

图表：2012年1-5月江苏省全松茶年产量

图表：2012年1-5月浙江省全松茶年产量

图表：2012年1-5月重庆市全松茶年产量

图表：2012年1-5月黑龙江省全松茶年产量

图表：2012年1-5月安徽省全松茶年产量

图表：2012年1-5月四川省全松茶年产量

图表：2012年1-5月吉林省全松茶年产量

图表：2012年1-5月辽宁省全松茶年产量

图表：2012年1-5月甘肃省全松茶年产量

图表：2012年1-5月新疆省全松茶年产量

图表：2012年1-5月天津市全松茶年产量

图表：2012年1-5月福建省全松茶年产量

图表：2012年1-5月江西省全松茶年产量

图表：2012年1-5月山东省全松茶年产量

图表：2012年1-5月陕西省全松茶年产量

图表：2012年1-5月山西省全松茶年产量

图表：2012年1-5月河北省全松茶年产量

图表：2012年1-5月河南省全松茶年产量

图表：2012年1-5月湖南省全松茶年产量

图表：2012年1-5月湖北省全松茶年产量

图表：2012年1-5月海南省全松茶年产量
图表：2012年1-5月广西省全松茶年产量
图表：2012年1-5月广东省全松茶年产量
图表：2012年1-5月江苏省全松茶年产值
图表：2012年1-5月浙江省全松茶年产值
图表：2012年1-5月重庆市全松茶年产值
图表：2012年1-5月黑龙江省全松茶年产值
图表：2012年1-5月安徽省全松茶年产值
图表：2012年1-5月四川省全松茶年产值
图表：2012年1-5月吉林省全松茶年产值
图表：2012年1-5月辽宁省全松茶年产值
图表：2012年1-5月甘肃省全松茶年产值
图表：2012年1-5月新疆省全松茶年产值
图表：2012年1-5月天津市全松茶年产值
图表：2012年1-5月福建省全松茶年产值
图表：2012年1-5月江西省全松茶年产值
图表：2012年1-5月山东省全松茶年产值
图表：2012年1-5月陕西省全松茶年产值
图表：2012年1-5月山西省全松茶年产值
图表：2012年1-5月河北省全松茶年产值
图表：2012年1-5月河南省全松茶年产值
图表：2012年1-5月湖南省全松茶年产值
图表：2012年1-5月湖北省全松茶年产值
图表：2012年1-5月海南省全松茶年产值
图表：2012年1-5月广西省全松茶年产值
图表：2012年1-5月广东省全松茶年产值
略……

通过《2012-2016年全松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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208610.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。