



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国芦荟产业发展 现状及市场监测报告

## 一、调研说明

《2016-2022年中国芦荟产业发展现状及市场监测报告》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/280938.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

芦荟（学名：Aloevera）芦荟属，为百合科多年生常绿草本植物，叶簇生、大而肥厚，呈座状或生于茎顶，叶常披针形或叶短宽，边缘有尖齿状刺。花序为伞形、总状、穗状、圆锥形等，色呈红、黄或具赤色斑点，花瓣六片、雌蕊六枚。花被基部多连合成筒状。

芦荟原产于地中海、非洲，因其易于栽种，为花叶兼备的观赏植物，颇受大众喜爱。据考证野生芦荟品种300多种，而可食用的品种只有六种，有药用价值的芦荟品种主要有：洋芦荟，库拉索芦荟，好望角芦荟，元江芦荟等。

芦荟是集食用、药用、美容、观赏于一身植物新星。其泌出物（主要有效成分是芦荟素等葱醌类物质）已广泛应用到医药和日化中。芦荟在中国民间就被作为美容、护发和治疗皮肤疾病的天然药物。芦荟胶对蚊叮有一定的止痒作用。

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：

第一部分行业运行现状

第一章芦荟行业概述1

第一节芦荟行业定义1

第二节芦荟行业发展历程1

第三节芦荟行业分类情况2

第四节芦荟产业链分析4

第二章2014-2016年中国芦荟行业发展环境分析8

第一节2014-2016年中国经济环境分析8

一、宏观经济8

二、工业形势9

三、固定资产投资12

四、消费价格水平14

第二节2014-2016年中国芦荟行业发展政策环境分析16

一、行业政策影响分析16

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 二、相关行业标准分析                  | 17 |
| 第三节2014-2016年中国芦荟行业发展社会环境分析 | 18 |
| 一、居民消费水平分析                  | 18 |
| 二、社会消费品零售总额分析               | 21 |
| 三、人口环境分析                    | 22 |
| 第三章2014-2016年中国芦荟行业总体发展状况   | 25 |
| 第一节中国芦荟行业规模情况分析             | 25 |
| 一、行业单位规模情况分析                | 25 |
| 二、行业人员规模状况分析                | 26 |
| 三、行业资产规模状况分析                | 26 |
| 第二节中国芦荟行业产销情况分析             | 27 |
| 一、行业生产情况分析                  | 27 |
| 二、行业销售情况分析                  | 30 |
| 三、行业产销情况分析                  | 31 |
| 第三节中国芦荟行业财务能力分析             | 32 |
| 一、行业盈利能力分析与预测               | 32 |
| 二、行业偿债能力分析                  | 34 |
| 三、行业营运能力分析                  | 35 |
| 四、行业发展能力分析                  | 35 |
| 第四章中国芦荟市场供需分析               | 38 |
| 第一节芦荟市场现状分析及预测              | 38 |
| 一、2013-2016年我国芦荟行业总产值分析     | 38 |
| 二、2016-2022年我国芦荟行业总产值预测     | 39 |
| 第二节芦荟产品产量分析及预测              | 40 |
| 一、2013-2016年我国芦荟产量分析        | 40 |
| 二、2016-2022年我国芦荟产量预测        | 41 |
| 第三节芦荟市场需求分析及预测              | 41 |
| 一、2013-2016年我国芦荟市场需求分析      | 41 |
| 二、2016-2022年我国芦荟市场需求预测      | 42 |
| 第四节芦荟进出口数据分析                | 43 |

## 一、我国芦荟出口数据分析43

### 1、出口总量分析43

### 2、出口金额分析44

### 3、出口价格分析44

## 二、我国芦荟进口数据分析45

### 1、进口总量分析45

### 2、进口金额分析46

### 3、进口价格分析46

## 三、我国芦荟进出口数据预测47

### 1、出口预测47

### 2、进口预测48

## 第五章芦荟行业发展现状分析50

### 第一节中国芦荟行业发展分析50

#### 一、2014-2016年中国芦荟行业发展态势分析50

#### 二、2014-2016年中国芦荟行业发展特点分析51

#### 三、2014-2016年中国芦荟行业市场供需分析52

### 第二节中国芦荟产业特征与行业重要性53

### 第三节芦荟行业特性分析53

## 第六章中国芦荟市场规模分析55

### 第一节2016年中国芦荟市场规模分析55

### 第二节2016年中国芦荟区域市场规模分析56

#### 一、2016年东北地区市场规模分析56

#### 二、2016年华北地区市场规模分析57

#### 三、2016年华东地区市场规模分析57

#### 四、2016年华中地区市场规模分析58

#### 五、2016年华南地区市场规模分析58

#### 六、2016年西部地区市场规模分析59

### 第三节2016-2022年中国芦荟市场规模预测59

## 第七章芦荟国内产品价格走势及影响因素分析60

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 第一节国内产品2014-2015年价格回顾     | 60 |
| 第二节国内产品当前市场价格及评述          | 60 |
| 第三节国内产品价格影响因素分析           | 61 |
| 第四节2016-2022年国内产品未来价格走势预测 | 66 |

## 第二部分行业竞争分析

### 第八章芦荟及其主要上下游产品67

#### 第一节芦荟上下游分析67

一、与行业上下游之间的关联性67

二、上游原材料供应形势分析67

三、下游产品解析69

#### 第二节芦荟行业产业链分析71

一、行业上游影响及风险分析71

二、行业下游风险分析及提示73

三、关联行业风险分析及提示74

### 第九章芦荟产品竞争力优势分析75

一、整体产品竞争力评价75

二、产品竞争力评价结果分析76

三、竞争优势评价及构建建议76

### 第十章芦荟行业市场竞争策略分析78

#### 第一节行业竞争结构分析78

一、现有企业间竞争78

二、潜在进入者分析78

三、替代品威胁分析78

四、供应商议价能力78

五、客户议价能力79

#### 第二节行业国际竞争力比较79

一、生产要素79

二、需求条件79

三、相关和支持性产业80

#### 四、企业战略、结构与竞争状态81

##### 第三节芦荟企业竞争策略分析83

- 一、提高芦荟企业核心竞争力的对策83
- 二、影响芦荟企业核心竞争力的因素及提升途径84
- 三、提高芦荟企业竞争力的策略88

#### 第十一章芦荟行业重点企业竞争分析89

##### 第一节九福来科技集团89

- 一、企业基本情况89
- 二、2014-2016年企业经营分析89
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析90
- 四、企业未来发展战略与规划91

##### 第二节完美91

- 一、企业基本情况91
- 二、2014-2016年企业经营分析91
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析93
- 四、企业未来发展战略与规划94

##### 第三节万绿生物96

- 一、企业基本情况96
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析96
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析98
- 四、企业未来发展战略与规划99

##### 第四节浙江荟美食品饮料有限公司100

- 一、企业基本情况100
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析100
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析100
- 四、企业未来发展战略与规划101

##### 第五节深圳市玛拉芦荟产业有限公司101

- 一、企业基本情况101
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析101
- 三、企业未来发展战略与规划102

##### 第六节北京昭贵科技开发有限责任公司102

- 一、企业基本情况102
- 二、2014-2016年企业经营分析102
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析103

#### 第七节美国环球健康集团103

- 一、企业基本情况103
- 二、2014-2016年企业经营发展分析104
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析106

#### 第八节广东太阳神集团有限公司108

- 一、企业基本情况108
- 二、企业经营优势分析108
- 三、研发实力110
- 四、品牌分析113

### 第三部分行业前景分析

#### 第十二章芦荟行业投资与发展前景分析118

##### 第一节芦荟行业投资机会分析118

- 一、芦荟投资项目分析118
- 二、可以投资的芦荟模式121
- 三、2016年芦荟投资机会121

##### 第二节2016-2022年中国芦荟行业发展预测分析122

- 一、未来芦荟发展分析122
- 二、未来芦荟行业技术开发方向123
- 三、总体行业"十三五"整体规划及预测128
- 四、影响芦荟培养技术的几个因素128

##### 第三节未来市场发展趋势130

- 一、产业集中度趋势分析130
- 二、十三五行业发展趋势131

#### 第十三章芦荟产业用户度分析134

##### 第一节芦荟产业用户认知程度134

##### 第二节芦荟产业用户关注因素135

- 一、功能135

|                               |               |
|-------------------------------|---------------|
| 二、质量                          | 136           |
| 三、价格                          | 138           |
| 第十四章2016-2022年芦荟行业发展趋势及投资风险分析 | 139           |
| 第一节当前芦荟存在的问题                  | 139           |
| 第二节芦荟未来发展预测分析                 | 141           |
| 一、中国芦荟发展方向分析                  | 141           |
| 二、2016-2022年中国芦荟行业发展规模预测      | 143           |
| 三、2016-2022年中国芦荟行业发展趋势预测      | 145           |
| 第三节2016-2022年中国芦荟行业投资风险分析     | 145           |
| 一、出口风险分析                      | 145           |
| 二、市场风险分析                      | 152           |
| 三、管理风险分析                      | 153           |
| 四、产品投资风险                      | 157           |
| 五、经营风险分析                      | 158           |
| 六、原材料压力风险分析                   | 160           |
| 第十五章专家观点与结论                   | 163 ( AKWZY ) |
| 第一节芦荟行业营销策略分析及建议              | 163           |
| 一、芦荟行业营销模式                    | 163           |
| 二、芦荟行业营销策略                    | 177           |
| 第二节芦荟行业企业经营发展分析及建议            | 195           |
| 一、芦荟行业经营模式                    | 195           |
| 二、芦荟行业生产模式                    | 196           |
| 第三节行业应对策略                     | 197           |
| 一、把握国家投资的契机                   | 197           |
| 二、竞争性战略联盟的实施                  | 198           |
| 三、企业自身应对策略                    | 199           |
| 第四节品牌战略                       | 201           |
| 一、品牌的重要性                      | 201           |
| 二、实施品牌战略的意义                   | 202           |
| 三、企业品牌的现状分析                   | 203           |
| 四、企业的品牌战略                     | 204           |
| 五、品牌战略管理的策略                   | 206           |

## 第五节市场的重点客户战略实施210

### 一、实施重点客户战略的必要性210

### 二、合理确立重点客户211

### 三、重点客户战略管理212

### 四、重点客户管理功能213

## 第六节市场的重点客户战略实施215

### 一、战略综合规划215

### 二、技术开发战略216

### 三、业务组合战略218

### 四、区域战略规划220

### 五、产业战略规划220

### 六、营销品牌战略221

### 七、竞争战略规划222

### 八、价格定位建议223

## 第七节芦荟产业发展研究结论226

### 图表目录：

图表：2013-2016年国内生产总值及增长速度9

图表：2013-2014Q4全国规模以上工业增加值及增长速度10

图表：2016年主要工业产品产量及其增长速度11

图表：2013-2016年社会固定资产投资13

图表：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度13

图表：2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力14

图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度15

图表：2013-2016年社会消费品零售总额16

图表：2016年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比19

图表：2016年居民消费价格比2013年涨跌幅度20

图表：2013-2016年社会消费品零售总额21

图表：2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度22

图表：2015年末人口数及其构成23

图表：2013-2016年城镇新增就业人数24

图表：2013-2016年中国芦荟产业企业数量25

图表：2013-2016年中国芦荟产业人员数量26

图表：2013-2016年中国芦荟产业资产规模26

图表：2013-2016年我国芦荟产业产销率31

图表：2013-2016年我国芦荟产业资产净利率32

图表：2016-2022年我国芦荟产业资产净利率预测32

图表：2013-2016年我国芦荟产业销售毛利率33

图表：2016-2022年我国芦荟产业销售毛利率预测33

图表：2013-2016年我国芦荟产业资产负债率34

图表：2016-2022年我国芦荟产业资产负债率预测34

图表：2013-2016年我国芦荟产业总资产周转率35

图表：2016-2022年我国芦荟产业总资产周转率预测35

图表：2013-2016年我国芦荟产业总资产增长率36

图表：2016-2022年我国芦荟产业总资产增长率预测36

图表：2013-2016年我国芦荟产业产值增长率36

图表：2016-2022年我国芦荟产业产值增长率预测37

图表：2013-2016年我国芦荟行业总产值38

图表：2016-2022年中国芦荟产业产值预测39

图表：2013-2016年中国芦荟产业产量40

图表：2016-2022年中国芦荟产业产量预测41

图表：2013-2016年中国芦荟产业出口量43

图表：2013-2016年中国芦荟产业出口金额44

图表：2013-2016年中国芦荟产业出口价格44

图表：2013-2016年中国芦荟产业进口总量45

图表：2013-2016年中国芦荟产业进口金额46

图表：2013-2016年中国芦荟产业进口价格46

图表：2016-2022年中国芦荟产业出口量预测47

图表：2016-2022年中国芦荟产业出口金额预测47

图表：2016-2022年中国芦荟产业出口价格预测48

图表：2016-2022年中国芦荟产业进口总量预测48

图表：2016-2022年中国芦荟产业进口金额预测49

图表：2016-2022年中国芦荟产业进口价格预测49

图表：2013-2016年中国芦荟产业市场规模55

图表：2013-2016年东北地区芦荟产业市场规模56

图表：2013-2016年华北地区芦荟产业市场规模57  
图表：2013-2016年华东地区芦荟产业市场规模57  
图表：2013-2016年华中地区芦荟产业市场规模58  
图表：2013-2016年华南地区芦荟产业市场规模58  
图表：2013-2016年西部地区芦荟产业市场规模59  
图表：2016-2022年中国芦荟产业市场规模预测59  
图表：2013-2016年中国芦荟产业市场价格60  
图表：2016年芦荟价格行情走势(芦荟批发价格)04月02日60  
图表：芦荟价格走势61  
图表：2016-2022年中国芦荟产业市场价格预测66  
图表：主要财务数据98  
图表：广东太阳神集团有限公司品牌结构117  
图表：2016-2022年中国芦荟产业企业规模预测143  
图表：2016-2022年中国芦荟产业人员规模预测144  
图表：2016-2022年中国芦荟产业资产规模预测144  
图表：四种基本的品牌战略210  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280938.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](http://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。