



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国黄花菜市场需 求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国黄花菜市场需求及投资前景分析报告》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/284902.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

黄花菜（学名：Hemerocallis citrina Baroni；英文名：Daylily），又名金针菜、柠檬萱草，忘忧草，属百合目，百合科多年生草本植物，根近肉质，中下部常有纺锤状膨大。花葶长短不一，花梗较短，花多朵，花被淡黄色、橘红色、黑紫色；蒴果钝三棱状椭圆形，花果期5-9月。

黄花菜性味甘凉，有止血、消炎、清热、利湿、消食、明目、安神等功效，对吐血、大便带血、小便不通、失眠、乳汁不下等有疗效，可作为病后或产后的调补品。

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家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：

### 第一章 黄花菜行业发展概述

#### 第一节 黄花菜行业定义

##### 一、黄花菜定义

##### 二、黄花菜分类

#### 第二节 中国黄花菜市场发展状况

#### 第三节 中国黄花菜发展环境分析

### 第二章 消费者购买行为调查

#### 第一节 购买行为研究

#### 第二节 品牌调查研究

##### 一、认知度分析

##### 二、美誉度分析

##### 三、特点及优先选择品牌

##### 四、地区影响力和品牌价值表现

#### 第三节 用户价值评估调研

##### 一、价值持续性评估

##### 二、价值收益性评估

##### 三、用户心理价值评估

##### 四、总体用户价值评估

### 第三章 2015年黄花菜消费者偏好深度调查

#### 第一节 黄花菜产品目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第二节 黄花菜产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对品牌消费意识形态调研

##### 二、消费者对黄花菜产品偏好调查

##### 三、消费者对黄花菜的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、黄花菜忠诚度调查

##### 六、黄花菜市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

#### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

##### 一、价格敏感程度

##### 二、品牌的影响

##### 三、购买方便的影响

##### 四、广告的影响程度

##### 五、包装的影响程度

### 第四章 消费者使用黄花菜数据调查信息反馈

#### 第一节 消费者使用黄花菜产品基本情况调查

##### 一、消费者使用黄花菜产品的比例分析

##### 二、消费者使用的黄花菜产品的品牌排名分析

##### 三、消费者对其使用的黄花菜产品的满意度分析

##### 四、消费者对其使用的黄花菜产品的不满意的地方分析

#### 第二节 消费者将来准备或者继续使用黄花菜产品的情况分析

##### 一、没有或者曾经使用过黄花菜产品的消费者准备重新使用比例分析

##### 二、现在正在使用的或者准备使用黄花菜产品的消费者继续使用比例分析

##### 三、消费者认为可能成为购买黄花菜产品契机的广告形式分析

##### 四、消费者在购买黄花菜产品时将会做为参考的信息来源分析

##### 五、消费者在购买黄花菜产品时所重视的要素分析

##### 六、消费者想要购买的黄花菜产品的品牌排名分析

## 七、消费者感兴趣的黄花菜产品品牌排名分析

### 第三节 黄花菜厂商的品牌推广情况研究

#### 一、消费者眼里各大黄花菜产品厂商的品牌形象情况

#### 二、消费者认为最近强烈关注某黄花菜产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

## 第五章 2015年黄花菜产品品牌市场实地调查研究

### 第一节 2015年黄花菜产品品牌市场价格走势

#### 一、价格形成机制分析

#### 二、黄花菜产品品牌平均价格趋势分析

#### 三、2017-2022年黄花菜产品品牌价格走势预测

### 第二节 影响黄花菜产品品牌价格因素分析

#### 一、消费税调整对黄花菜产品品牌价格的影响

#### 二、零售环境的变化对黄花菜产品品牌价格的影响

### 第三节 2015年黄花菜产品品牌市场消费状况分析

#### 一、2015年黄花菜产品品牌市场消费结构

#### 二、2015年黄花菜产品品牌市场消费特点

#### 三、2015年影响黄花菜产品品牌市场消费因素

### 第四节 2015年黄花菜主流品牌厂商

#### 一、主流品牌结构对比

##### 1、整体市场主流品牌对比

##### 2、黄花菜市场主流品牌消费

#### 二、产品品牌结构对比

##### 1、整体市场品牌对比

##### 2、黄花菜市场品牌消费

## 第六章 黄花菜市场产销数据跟踪监测

### 第一节 2012-2015年黄花菜产品产销状况监测

#### 一、2012-2015年黄花菜产品产量分析

#### 二、2012-2015年黄花菜产品产能分析

#### 三、2012-2015年黄花菜产品市场需求状况

### 第二节 2012-2015年黄花菜产品历年消费量数据分析

### 第三节 2015年黄花菜产品市场主要供给数据统计

### 第四节 2017-2022年黄花菜产品市场需求预测

## 第七章 2015年黄花菜市场经销模式及营销渠道考察

## 第一节 2015年黄花菜产品主要经销方式深度探讨

### 一、2015年黄花菜产品市场批发分析

### 二、2015年黄花菜产品加盟商（代理）

### 三、2015年黄花菜产品自主经营分析

## 第二节 2015年黄花菜产品销售渠道及盈利模式调研

### 一、2015年黄花菜产品销售渠道特征分析

### 二、黄花菜产品销售渠道管理基本要素分析

### 三、2015年黄花菜产品营销渠道分析

## 第三节 2015年黄花菜产品销售渠道控制五力模型研究

## 第八章 消费者使用行为研究

### 第一节 消费者黄花菜拥有率分析

### 第二节 消费者黄花菜品牌拥有率分析

### 第三节 消费者购买黄花菜的主要用途分析

### 第四节 消费者对黄花菜售后服务中免费质保年限的期望分析

### 第五节 细分消费群体消费研究

#### 一、潜在消费群体消费特征研究

#### 二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

## 第九章 黄花菜销售渠道实地调研

### 第一节 专卖店实地调查

#### 一、渠道特点

#### 二、销售状况

#### 三、消费人群

#### 四、销售策略

### 第二节 购物中心----专柜

#### 一、渠道特点

#### 二、销售状况

#### 三、消费人群

#### 四、销售策略

### 第三节 连锁超市----专柜

#### 一、渠道特点

#### 二、销售状况

#### 三、消费人群

#### 四、销售策略

#### 第四节 网络营销模式&mdash;网店

##### 一、渠道特点

##### 二、销售状况

##### 三、消费人群

##### 四、销售策略

#### 第五节 专业线渠道

##### 一、渠道特点

##### 二、销售状况

##### 三、消费人群

##### 四、销售策略

#### 第六节 &hellip;&hellip;

### 第十章 黄花菜产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

#### 第一节 品牌A

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第二节 品牌B

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第三节 品牌C

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第四节 品牌D

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析(AK-GS)

#### 第五节 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284902.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提供专业投资咨询报告、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。