

# 2017-2023年中国蒲公英行业市场行情动态及发展趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国蒲公英行业市场行情动态及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/323338.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

报告目录：

- 第一章 蒲公英产品特性 17
  - 第一节 产品分类 17
  - 第二节 产品发展社会背景 17
  - 第三节 产品原理 18
  - 第四节 产业链概述 19
    - 一、产业链模型介绍 19
    - 二、蒲公英产业链模型分析 21
- 第二章 蒲公英市场分析 23
  - 第一节 国际蒲公英市场发展总体概况 23
    - 一、国际现状分析 23
    - 二、主要国家和地区情况 24
    - 三、国际发展趋势分析 25
    - 四、2015-2016年国际蒲公英发展概况 26
  - 第二节 我国蒲公英市场的发展状况 27
    - 一、我国蒲公英市场发展基本情况 27
    - 二、蒲公英市场的总体现状 27
    - 三、蒲公英行业发展中存在的问题 28
    - 四、2015-2016年我国蒲公英行业发展回顾 28
- 第三章 蒲公英行业所处生命周期 30
  - 第一节 生命周期 30
  - 第二节 蒲公英行业技术变革与产品革新 31
    - 一、技术变革可能会改变行业竞争格局 31
    - 二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分 33
  - 第三节 差异化 / 同质化分析 40
    - 一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求 40
    - 二、产品个性化是行业远离战火的武器 40
    - 三、蒲公英产品的个性化空间很大 41
  - 第四节 进入 / 退出难度分析 41
    - 一、蒲公英产品市场进入壁垒 41
    - 二、可以选择不同方式进入 42
- 第四章 中国蒲公英销售状况分析 43
  - 第一节 蒲公英国内营销模式分析 43

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第二节 蒲公英国内分销商形态分析        | 43 |
| 第三节 蒲公英国内销售渠道分析         | 44 |
| 第四节 蒲公英行业国际化营销模式分析      | 46 |
| 第五节 蒲公英重点销售区域分析         | 47 |
| 第六节 2015-2016年市场供需现状分析  | 47 |
| 第七节 2017-2023年行业发展前景预测  | 48 |
| 第八节 2017-2023年行业投资质战略预测 | 49 |
| 第五章 蒲公英的生产分析            | 51 |
| 第一节 行业生产规模及增长速度         | 51 |
| 第二节 产业地区分布情况            | 52 |
| 第三节 优势企业产品价格策略          | 52 |
| 第四节 行业生产所面临的几个问题        | 55 |
| 第五节 未来几年行业产量变化趋势        | 55 |
| 第六节 蒲公英营销策略分析           | 56 |
| 第七节 蒲公英行业广告与促销方式分析      | 57 |
| 一、主要的广告媒体               | 57 |
| 二、主要的广告媒体的优/缺点分析        | 63 |
| 三、主要的广告媒体费用分析           | 76 |
| 第六章 蒲公英市场渠道分析           | 78 |
| 第一节 渠道对行业至关重要           | 78 |
| 第二节 市场渠道格局              | 78 |
| 第三节 销售渠道形式              | 79 |
| 第四节 销售渠道要素对比            | 81 |
| 第五节 对竞争对手渠道策略的研究        | 82 |
| 第七章 蒲公英行业品牌分析           | 84 |
| 第一节 品牌数量分析              | 84 |
| 第二节 品牌推广策略分析            | 84 |
| 第三节 品牌首要认知渠道分析          | 84 |
| 第四节 消费者对蒲公英品牌认知度宏观调查    | 85 |
| 第五节 消费者对蒲公英品牌偏好调查       | 86 |
| 第八章 蒲公英用户分析             | 87 |
| 第一节 用户认知程度              | 87 |
| 第二节 用户关注的因素             | 88 |
| 一、用户对蒲公英产品不同功能各有需求      | 88 |
| 二、用户普遍关注蒲公英产品质量         | 89 |

- 三、价格与用户心理预期已比较接近 89
- 四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离 90
- 第九章 中国蒲公英产品价格分析 93
  - 第一节 中国蒲公英历年平均价格回顾 93
  - 第二节 中国蒲公英当前市场价格 94
    - 一、产品市场价格驱动因素分析 94
    - 二、产品未来价格预测 94
  - 第三节 中国蒲公英价格影响因素分析 95
    - 一、我国总体经济环境走势分析 95
      - 1. 工业生产 95
      - 2. 社会消费 97
      - 3. 固定资产投资 99
      - 4. 对外贸易 102
      - 5. 居民消费价格指数 105
      - 6. 工业品出厂价格指数 108
      - 7. 货币供应量 110
    - 二、国家宏观调控政策分析 112
    - 三、蒲公英市场国家宏观发展规划调控影响 118
- 第十章 行业运行状况分析 120
  - 第一节 行业情况背景 120
    - 一、参与调查企业及其分布情况 120
    - 二、典型企业介绍 120
  - 第二节 总体效益运行状况 121
    - 一、总体销售效益 121
    - 二、2015-2016年蒲公英行业总体盈利能力 122
    - 三、2015-2016年蒲公英行业总体税收能力 122
    - 四、2015-2016年蒲公英行业市场总体产值能力 123
  - 第三节 不同地区行业效益状况对比 124
    - 一、不同地区销售效益状况对比 124
    - 二、不同地区行业盈利能力状况对比 125
    - 三、不同地区行业税收能力状况对比 126
    - 四、不同地区行业产值状况对比 126
  - 第四节 类型运行效益对比 127
    - 一、行业不同类型销售效益状况对比 127
    - 二、不同类型盈利能力状况对比 128

三、不同类型税收能力状况对比 128

四、不同类型产值状况对比 129

第五节 规模运行效益对比 129

一、行业不同规模销售效益状况对比 129

二、不同规模盈利能力状况对比 130

三、不同规模税收能力状况对比 131

四、不同规模产值状况对比 131

第十一章 蒲公英国内重点生产厂家分析 132

一、江苏蒲公英保健品公司 132

1、企业简介 132

2、经营情况 132

（一）企业偿债能力分析 132

（二）企业运营能力分析 134

（三）企业盈利能力分析 137

3、未来发展趋势 138

二、红雁森林草原药材研究开发有限公司 139

1、企业简介 139

2、经营情况 139

（一）企业偿债能力分析 139

（二）企业运营能力分析 141

（三）企业盈利能力分析 144

3、未来发展趋势 145

三、海伦市野泰食品加工有限公司 146

1、企业简介 146

2、经营情况 147

（一）企业偿债能力分析 147

（二）企业运营能力分析 148

（三）企业盈利能力分析 151

3、未来发展趋势 152

四、泰州市蒲公英农业科技发展有限公司 153

1、企业简介 153

2、经营情况 154

（一）企业偿债能力分析 154

（二）企业运营能力分析 155

（三）企业盈利能力分析 158

3、未来发展趋势 159

五、哈尔滨蒲公英药业有限公司 160

1、企业简介 160

2、经营情况 160

(一) 企业偿债能力分析 160

(二) 企业运营能力分析 162

(三) 企业盈利能力分析 165

3、未来发展趋势 166

六、山东沾化绿洲茶业有限公司 167

1、企业简介 167

2、经营情况 168

(一) 企业偿债能力分析 168

(二) 企业运营能力分析 170

(三) 企业盈利能力分析 172

3、未来发展趋势 173

第十二章 2017-2023年蒲公英行业发展趋势及投资风险分析 174

第一节 当前蒲公英存在的问题 174

第二节 蒲公英未来发展预测分析 174

一、中国蒲公英发展方向分析 174

二、2017-2023年中国蒲公英行业发展规模 175

三、2017-2023年中国蒲公英行业投资发展趋势预测 177

第三节 2017-2023年中国蒲公英行业投资风险分析 180

一、市场竞争风险 180

二、原材料压力风险分析 181

三、技术风险分析 182

四、政策和体制风险 183

五、外资进入退出风险 183

第十三章 行业项目投资建议 184

第一节 蒲公英技术应用注意事项 184

第二节 项目投资注意事项 186

第三节 蒲公英生产开发注意事项 187

第四节 蒲公英销售注意事项 190

第十四章 2017-2023年中国蒲公英行业发展预测分析 191

第一节 2017-2023年国内蒲公英产业宏观预测 191

一、2017-2023年我国蒲公英行业宏观预测 191

|                             |             |
|-----------------------------|-------------|
| 1、2017-2023年中国固定资产投资预测      | 191         |
| 2、2017-2023年中国国际贸易预测        | 191         |
| 二、2017-2023年蒲公英工业发展展望       | 192         |
| 三、2017-2023年蒲公英业发展状况预测分析    | 193         |
| 第二节 2017-2023年中国蒲公英市场趋势分析   | 193         |
| 一、2015-2016年蒲公英市场趋势总结       | 193         |
| 二、2017-2023年蒲公英企业资本结构发展趋势分析 | 194         |
| 1、蒲公英企业国内资本市场的运作建议          | 194         |
| 2、蒲公英企业海外资本市场的运作建议          | 196         |
| 三、2017-2023年蒲公英市场发展空间       | 197         |
| 四、2017-2023年蒲公英市场战略         | 197         |
| 1、战略综合规划                    | 197         |
| 2、技术开发战略                    | 198         |
| 3、区域战略规划                    | 202         |
| 4、产业战略规划                    | 203         |
| 5、营销品牌战略                    | 203         |
| 6、竞争战略规划                    | 205         |
| 第十五章 蒲公英行业投资风险预警            | 207(AK WZY) |
| 第一节 影响蒲公英行业发展的主要因素          | 207         |
| 一、2017-2023年影响蒲公英行业运行的有利因素  | 207         |
| 二、2017-2023年影响蒲公英行业运行的稳定因素  | 208         |
| 三、2017-2023年影响蒲公英行业运行的不利因素  | 209         |
| 四、2017-2023年我国蒲公英行业发展面临的挑战  | 210         |
| 五、2017-2023年我国蒲公英行业发展面临的机遇  | 212         |
| 第二节 蒲公英行业专家投资风险预警           | 213         |
| 一、2017-2023年蒲公英行业市场风险及控制策略  | 213         |
| 二、2017-2023年蒲公英行业政策风险及控制策略  | 213         |
| 三、2017-2023年蒲公英行业经营风险及控制策略  | 214         |
| 四、2017-2023年蒲公英同业竞争风险及控制策略  | 215         |
| 五、2017-2023年蒲公英行业其他风险及控制策略  | 215         |

部分图表目录：

图表 1 蒲公英简介 17

图表 2 产业链形成模式示意图 20

图表 3 蒲公英行业的产业链结构图 22

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 图表 4  | 2015-2016年我国蒲公英行业不同地区销售收入占比                 | 47  |
| 图表 5  | 2011-2016年我国蒲公英行业销售收入及增长情况                  | 47  |
| 图表 6  | 2011-2016年我国蒲公英行业销售收入及增长对比                  | 48  |
| 图表 7  | 2011-2016年我国蒲公英行业工业总产值及增长情况                 | 51  |
| 图表 8  | 2011-2016年我国蒲公英行业工业总产值及增长对比                 | 51  |
| 图表 9  | 蒲公英生产企业定价目标选择                               | 52  |
| 图表 10 | 蒲公英企业对付竞争者降价的程序                             | 54  |
| 图表 11 | 2017-2023年我国蒲公英行业工业总产值预测图                   | 55  |
| 图表 12 | 消费者对蒲公英品牌认知度调查                              | 87  |
| 图表 13 | 蒲公英产品功能影响程度分析                               | 88  |
| 图表 14 | 蒲公英产品质量影响程度分析                               | 89  |
| 图表 15 | 蒲公英产品价格影响程度分析                               | 89  |
| 图表 16 | 蒲公英产品外观影响程度分析                               | 90  |
| 图表 17 | 蒲公英产品服务影响程度分析                               | 91  |
| 图表 18 | 2014—2016年国内蒲公英平均价格走势                       | 93  |
| 图表 19 | 2016年全国部分地区蒲公英市场价格                          | 93  |
| 图表 20 | 2006年11月—2016年12月工业增加值月度同比增长率(%)            | 95  |
| 图表 21 | 2006年11月—2016年12月社会消费品零售总额月度同比增长率(%)        | 97  |
| 图表 22 | 2006年1-11月—2016年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)  | 99  |
| 图表    |   | 23  |
|       | 2006年11月—2016年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) | 102 |
| 图表 24 | 2016年12月居民消费价格主要数据                          | 105 |
| 图表 25 | 2006年11月—2016年12月居民消费价格指数(上年同月=100)         | 106 |
| 图表 26 | 2006年11月—2016年12月工业品出厂价格指数(上年同月=100)        | 108 |
| 图表 27 | 2006年11月—2016年12月货币供应量月度同比增长率(%)            | 110 |
| 图表 28 | 2015-2016年我国蒲公英行业不同地区销售收入占比                 | 120 |
| 图表 29 | 2011-2016年我国蒲公英行业利润总额及增长情况                  | 121 |
| 图表 30 | 2011-2016年我国蒲公英行业利润总额及增长对比                  | 121 |

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/323338.html>