

2017-2022年中国芦荟市场 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

报告报价

《2017-2022年中国芦荟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/report/F74382REV3.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】2017-05-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国芦荟市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了芦荟行业相关概述、中国芦荟产业运行环境、分析了中国芦荟行业的现状、中国芦荟行业竞争格局、对中国芦荟行业做了重点企业经营状况分析及中国芦荟产业发展前景与投资预测。您若想对芦荟产业有个系统的了解或者想投资芦荟行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分 行业运行现状 1

第一章 芦荟行业概述 1

第一节 芦荟行业定义 1

芦荟（学名：Aloe vera）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。

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 7

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 7

一、宏观经济 7

二、工业形势 8

三、固定资产投资 10

四、居民可支配收入 11

第二节 2014-2016年中国芦荟行业发展政策环境分析 12

一、行业政策影响分析 12

二、相关行业标准分析 14

第三节 2014-2016年中国芦荟行业发展社会环境分析 15

一、居民消费水平分析 15

二、社会消费品零售总额分析 18

三、人口环境分析	19
第三章 2014-2016年中国芦荟行业总体发展状况	22
第一节 中国芦荟行业规模情况分析	22
一、行业单位规模情况分析	22
二、行业人员规模状况分析	22
三、行业资产规模状况分析	23
第二节 中国芦荟行业产销情况分析	23
一、行业生产情况分析	23
二、行业销售情况分析	24
三、行业产销情况分析	24
第三节 中国芦荟行业财务能力分析	25
一、行业盈利能力分析与预测	25
二、行业偿债能力分析与预测	25
三、行业营运能力分析与预测	26
四、行业发展能力分析与预测	26
第四章 中国芦荟市场供需分析	27
第一节 芦荟市场现状分析及预测	27
一、2010-2015年我国芦荟行业总产值分析	27
2015年我国芦荟行业总产值约445亿元，同比2014年的370亿元增长了20.3%，近几年我国芦荟行业总产值情况如下图所示：2010-2015年我国芦荟行业总产值	
资料来源：资料整理	
二、2016-2022年我国芦荟行业总产值预测	28
第二节 芦荟产品产量分析及预测	28
一、2010-2015年我国芦荟产量分析	28
二、2016-2022年我国芦荟产量预测	29
第三节 芦荟市场需求分析及预测	30
一、2010-2015年我国芦荟市场需求分析	30
二、2016-2022年我国芦荟行业预测分析	31
第四节 芦荟进出口数据分析	31
一、我国芦荟出口数据分析	31
二、我国芦荟进口数据分析	33
三、我国芦荟进出口数据预测	35

第五章 芦荟行业发展现状分析	37
第一节 中国芦荟行业发展分析	37
一、2014-2016年中国芦荟市场发展现状分析	37
二、2014-2016年中国芦荟行业发展特点分析	37
三、2014-2016年中国芦荟行业市场供需分析	38
第二节 中国芦荟产业特征与行业重要性	39
第三节 芦荟行业特性分析	40
第六章 中国芦荟市场规模分析	41
第一节 2015年中国芦荟市场规模分析	41
第二节 2015年中国芦荟区域市场规模分析	41
一、2015年东北地区市场规模分析	41
二、2015年华北地区市场规模分析	44
三、2015年华东地区市场规模分析	47
四、2015年华中地区市场规模分析	50
五、2015年华南地区市场规模分析	53
六、2015年西部地区市场规模分析	56
第三节 2016-2022年中国芦荟市场规模预测	60
第七章 芦荟国内产品价格走势及影响因素分析	62
第一节 国内产品2014-2016年价格回顾	62
第二节 国内产品当前市场价格及评述	62
第三节 国内产品价格影响因素分析	65
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	67
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	68
三、下游产品解析	83
第二节 芦荟行业产业链分析	109
一、行业上游影响及风险分析	109
二、行业下游风险分析及提示	109
三、关联行业风险分析及提示	110

第九章 芦荟产品竞争力优势分析	112
一、整体产品竞争力评价	112
二、产品竞争力评价结果分析	115
三、竞争优势评价及构建建议	115
第十章 芦荟行业市场竞争策略分析	117
第一节 行业竞争结构分析	117
一、现有企业间竞争	117
二、潜在进入者分析	117
三、替代品威胁分析	118
四、供应商议价能力	118
五、客户议价能力	118
第二节 行业国际竞争力比较	119
一、生产要素	119
二、需求条件	119
三、相关和支持性产业	120
四、企业战略、结构与竞争状态	120
第三节 芦荟企业竞争策略分析	121
一、提高芦荟企业核心竞争力的对策	121
二、影响芦荟企业核心竞争力的因素及提升途径	122
三、提高芦荟企业竞争力的策略	123
第十一章 芦荟行业重点企业竞争分析	125
第一节 九福来科技集团	125
一、企业基本概况	125
二、2014-2016年企业经营分析	126
三、2014-2016年企业竞争优势分析	126
四、企业未来投资前景与规划	126
第二节 完美	127
一、企业基本概况	127
二、2014-2016年企业经营分析	129
三、2014-2016年企业竞争优势分析	130
四、企业未来投资前景与规划	131
第三节 万绿生物	131

一、企业基本情况	131
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	131
三、2014-2016年企业竞争优势分析	132
四、企业未来投资前景与规划	133
第四节 浙江荟美食品饮料有限公司	133
一、企业基本情况	133
二、2014-2016年企业经营与财务状况分析	134
三、2014-2016年企业竞争优势分析	135
四、企业未来投资前景与规划	135
第五节 深圳市玛拉芦荟产业有限公司	136
一、企业基本情况	136
二、2014-2016年企业经营分析	136
三、企业未来投资前景与规划	137
第六节 北京昭贵科技开发有限责任公司	137
一、企业基本情况	137
二、2014-2016年企业经营分析	138
三、2014-2016年企业竞争优势分析	138
第七节 美国环球健康集团	140
一、企业基本情况	140
二、2014-2016年企业经营发展分析	141
三、2014-2016年企业竞争优势分析	141
第八节 广东太阳神集团有限公司	142
一、企业基本情况	142
二、企业经营优势分析	143
三、研发实力	144
四、品牌分析	147
第三部分 行业前景分析	125
第十二章 芦荟行业投资与趋势预测分析	151
第一节 芦荟行业投资机会分析	151
一、芦荟投资项目分析	151
二、可以投资的芦荟模式	152
三、2016年芦荟投资机会	153

第二节 2016-2022年中国芦荟行业发展预测分析	155
一、未来芦荟发展分析	155
二、未来芦荟行业技术开发方向	156
三、总体行业“十三五”整体规划及预测	158
四、影响芦荟培养技术的几个因素	158
第三节 未来市场发展趋势	160
一、产业集中度趋势分析	160
二、十三五行业发展趋势	160
第十三章 芦荟产业用户度分析	161
第一节 芦荟产业用户认知程度	161
第二节 芦荟产业用户关注因素	162
一、功能	162
二、质量	162
三、价格	163
第十四章 2016-2022年芦荟行业发展趋势及投资前景分析	165
第一节 当前芦荟行业存在的问题	165
第二节 芦荟未来发展预测分析	165
一、中国芦荟发展方向分析	165
二、2016-2022年中国芦荟行业发展规模预测	166
三、2016-2022年中国芦荟行业发展趋势预测	166
第三节 2016-2022年中国芦荟行业投资前景分析	167
一、出口风险分析	167
二、市场风险分析	167
三、管理风险分析	167
四、产品投资前景	168
五、经营风险分析	168
六、原材料压力风险分析	168
第十五章 专家观点与结论	169
第一节 芦荟行业营销策略分析及建议	169
一、芦荟行业营销模式	169
二、芦荟行业营销策略	170
第二节 芦荟行业企业经营发展分析及建议	177

一、芦荟行业经营模式	177
二、芦荟行业生产模式	178
第三节 行业应对策略	180
一、把握国家投资的契机	180
二、竞争性战略联盟的实施	180
三、企业自身应对策略	180
第四节 品牌战略	180
一、品牌的重要性	180
二、实施品牌战略的意义	182
三、企业品牌的现状分析	182
四、企业的品牌战略	184
五、品牌战略管理的策略	184
第五节 市场的重点客户战略实施	185
一、实施重点客户战略的必要性	185
二、合理确立重点客户	186
三、重点客户战略管理	187
四、重点客户管理功能	188
第六节 市场的重点客户战略实施	189
一、战略综合规划	189
二、技术开发战略	189
三、业务组合战略	191
四、区域战略规划	192
五、产业战略规划	192
六、营销品牌战略	193
七、竞争战略规划	194
八、价格定位建议	194
第七节 芦荟产业发展研究结论	195

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/F74382REV3.html>