

2019-2025年中国互联网+ 川芎行业分析与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国互联网+川芎行业分析与投资趋势研究报告》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.abaogao.com/b/zhongyao/R4380259K0.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

川芎为伞形科植物川芎LigusticumchuanxiongHort.的干燥根茎，始载于《神农本草经》。川芎为我国常用中药材，也是川药的代表之一，有着悠久的历史。该品具有活血行气、祛风止痛的作用。用于头痛，风湿痹痛，胸痹心痛，胸胁刺痛，跌仆肿痛，月经不调等病症的治疗

一、年需求量

从临床角度来说，川芎是一味非常常用的中药材，川芎的作用主要是对心脑血管和疼痛方面有独特的功效，临床上有“头痛不离川芎”之说，以川芎为主药的方剂像：川芎茶调散、九味羌活汤、正天丸等。另外，随着生活水平的提高，心脑血管疾病的发病率也越来越高，川芎的需求量也会越来越高。时至今日，川芎的年需求量至少也在一万吨左右。

二、历史行情

2000年以后川芎的价格大致分成两个阶段，2000-2005年上半年可以说是平平无奇，一直在10元以下的价位运行，2005年9月份开始到现在行情可以说是一波三折，看这几年的历史价格曲线图，整体很像一个“山”字，2010年是其最辉煌的一年，短时间内从20元的价格涨到35元，也是这个“山”字中间一竖的最高点，此后价格出现反复波动

，2011年高价行情轰然倒塌，到2012年5月份已滑落至10元左右。2014年的价位基本上呈递减的趋势，从18元上一步步下滑到现在的14元左右。

1985-2017年川芎价格统计表（元/千克，四川）

年份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1985	2.5	2.5	2.5	2.5	2.2	2.0	2.2	2.2	2.5	2.5	2.5	1986	2.5	2.6	2.5	2.5	2.5	2.5	2.7	2.8	3.0	3.5	3.8	3.9	1987	4.0	5.5	7.8	11.5	16.5	23.0	25.0	28.0	28.5	28.5	30.0	28.5	1988	26.5	25.5	25.5	23.0	22.0	18.0	12.0	7.5	6.5	7.0	6.0	5.4	1989	3.8	3.8	3.8	3.5	3.5	2.5	2.5	3.5	3.5	4.2	4.2	4.2	1990	3.8	3.8	4.0	4.0	4.0	4.0	4.8	5.4	5.4	5.4	5.4	5.4	1991	5.4	5.4	5.4	6.0	7.0	7.0	6.5	5.4	5.4	5.4	6.0	6.0	1992	6.0	6.0	6.0	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	1993	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	2.5	2.5	2.5	1994	2.5	2.5	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.5	3.8	3.8	5.0	6.0	1995	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.5	6.0	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	1996	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	7.0	7.0	7.0	10.0	10.0	10.0	1997	9.8	9.8	12.0	12.0	11.0	13.5	15.0	15.0	15.5	15.5	15.5	19.0	1998	26.0	26.0	24.5	25.0	23.0	22.0	26.5	26.0	37.0	38.0	33.0	30.0	1999	22.0	20.0	18.0	18.0	9.0	7.0	7.0	10.0	10.0	7.0	6.0	5.0	2000	7.0	7.0	6.5	6.0	6.0	5.0	5.0	5.5	5.6	5.5	5.5	4.5	2001	4.5	5.0	5.0	5.0	4.6	3.5	3.3	3.5	4.5	4.2	4.2	4.2	2002	4.0	3.8	3.7	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	4.0	4.0	2003	4.0	3.8	4.2	4.5	8.0	6.5	6.8	6.8	7.5	7.0	7.0	7.0	2004	7.0	7.5	7.5	7.0	6.5	6.5	6.5	6.5	5.5	5.4	5.4	2005	5.5	5.5	5.5	5.5	7.0	9.5	9.8	9.8	11.5	14.0	13.5	12.0	2006	12.5	12.5	13.5	13.0	17.0	20.0	20.0	25.0	23.0	19.5	15.0	13.5	2007
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----	------	------	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

13.8 12.0 11.5 12.5 14.0 16.0 15.0 14.5 14.5 13.0 13.5 13.0 2008 13.0 14.0 15.0 14.0
 13.5 12.0 10.5 10.5 10.0 9.5 9.5 9.8 2009 9.8 10.0 10.5 12.5 14.0 15.0 14.5 14.5 15.0
 17.8 16.8 21.0 2010 21.0 20.5 22.5 22.0 26.0 28.0 26.0 27.0 35.0 34.0 30.0 31.0 2011
 29.0 30.0 32.0 31.0 33.0 29.0 27.0 25.0 20.0 17.0 14.0 13.0 2012 13.8 14.0 12.5 12.0
 10.5 12.5 11.5 11.5 12.5 12.0 12.5 12.5 2013 12.5 12.5 14.0 15.0 16.5 16.5 16.0 17.0
 17.0 18.0 19.0 18.0 2014 18.0 17.8 18.5 16.0 15.0 16.5 16.0 16.0 14.5 14.5 15.0 16.0
 2015 16.0 16.5 16.0 16.5 15.0 14.5 15.5 16.5 16.5 16.0 16.5 16.2 2016 17.00 17.00 16.50
 16.50 23.00 24.00 23.00 22.00 22.00 22.00 25.00 27.00 2017 27.00 27.00 25.00 21.00 16.50
 16.50 -- -- -- -- -- -- 资料来源：公开资料整理

三、产区分布

川芎的主要产区是四川彭山市敖平镇、什邡市隐峰镇及彭山谢家镇，都江堰柳街镇、石羊镇等地区。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网+川芎行业分析与投资趋势研究报告》共九章。首先介绍了中国川芎行业市场发展环境、中国川芎整体运行态势等，接着分析了中国川芎行业市场运行的现状，然后介绍了中国川芎市场竞争格局。随后，报告对中国川芎做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国川芎行业发展趋势与投资预测。您若想对川芎产业有个系统的了解或者想投资川芎行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章国内川芎行业品牌发展环境分析17

第一节产品/行业特征17

1、产品/行业定义17

2、产品/行业消费特征17

第二节经济环境特征18

一、中国GDP分析18

二、固定资产投资20

三、恩格尔系数分析24

第三节政策环境特征26

一、国家宏观调控政策分析26

二、川芎行业相关政策分析27

第四节川芎行业竞争特征29

一、国内外品牌竞争格局29

二、行业进入壁垒分析29

三、可替代品威胁分析30

四、贴牌加工产品市场威胁分析30

第五节川芎行业技术环境特征31

第二章国内川芎行业品牌产品市场规模分析33

第一节2014-2017年川芎市场规模分析33

第二节2017年我国川芎区域结构分析33

第三节川芎区域市场规模分析34

一、东北地区市场规模分析34

二、华北地区市场规模分析34

三、华东地区市场规模分析34

四、华中地区市场规模分析35

五、华南地区市场规模分析35

六、西部地区市场规模分析35

第四节2019-2025年川芎市场规模预测36

第三章国内川芎行业品牌需求与消费者偏好调查37

第一节2012-2017年川芎产量统计分析37

第二节2012-2017年川芎历年消费量统计分析37

第三节2012-2017年国内川芎行业品牌产品平均价格走势分析381985-2017年川芎价格统计表（

元/千克，四川）		年份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1985					
2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.2	2.0	2.2	2.2	2.5	2.5	2.5	1986	2.5	2.6	2.5	2.5	2.5	2.7	2.8	3.0
3.5	3.8	3.9	1987	4.0	5.5	7.8	11.5	16.5	23.0	25.0	28.0	28.5	28.5	30.0	28.5	1988	26.5			
25.5	25.5	23.0	22.0	18.0	12.0	7.5	6.5	7.0	6.0	5.4	1989	3.8	3.8	3.8	3.5	3.5	2.5	2.5	3.5	
3.5	4.2	4.2	4.2	1990	3.8	3.8	4.0	4.0	4.0	4.0	4.8	5.4	5.4	5.4	5.4	1991	5.4	5.4	5.4	
6.0	7.0	7.0	6.5	5.4	5.4	5.4	6.0	6.0	1992	6.0	6.0	6.0	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
1993	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	2.5	2.5	2.5	1994	2.5	2.5	3.0	4.0	4.0	4.0

3.5 3.8 3.8 5.0 6.0 1995 6.0 6.0 6.0 6.0 6.0 5.5 6.0 7.5 7.5 7.5 7.5 7.5 1996 7.5 7.5
7.5 7.5 7.5 7.5 7.0 7.0 7.0 10.0 10.0 10.0 1997 9.8 9.8 12.0 12.0 11.0 13.5 15.0 15.0
15.5 15.5 15.5 19.0 1998 26.0 26.0 24.5 25.0 23.0 22.0 26.5 26.0 37.0 38.0 33.0 30.0
1999 22.0 20.0 18.0 18.0 9.0 7.0 7.0 10.0 10.0 7.0 6.0 5.0 2000 7.0 7.0 6.5 6.0 6.0 5.0
5.0 5.5 5.6 5.5 5.5 4.5 2001 4.5 5.0 5.0 5.0 4.6 3.5 3.3 3.5 4.5 4.2 4.2 4.2 2002 4.0
3.8 3.7 3.6 3.5 3.5 3.5 3.5 3.5 3.5 4.0 4.0 2003 4.0 3.8 4.2 4.5 8.0 6.5 6.8 6.8 7.5 7.0
7.0 7.0 2004 7.0 7.5 7.5 7.0 6.5 6.5 6.5 6.5 6.5 5.5 5.4 5.4 2005 5.5 5.5 5.5 5.5 7.0
9.5 9.8 9.8 11.5 14.0 13.5 12.0 2006 12.5 12.5 13.5 13.0 17.0 20.0 20.0 25.0 23.0 19.5
15.0 13.5 2007 13.8 12.0 11.5 12.5 14.0 16.0 15.0 14.5 14.5 13.0 13.5 13.0 2008 13.0
14.0 15.0 14.0 13.5 12.0 10.5 10.5 10.0 9.5 9.5 9.8 2009 9.8 10.0 10.5 12.5 14.0 15.0
14.5 14.5 15.0 17.8 16.8 21.0 2010 21.0 20.5 22.5 22.0 26.0 28.0 26.0 27.0 35.0 34.0
30.0 31.0 2011 29.0 30.0 32.0 31.0 33.0 29.0 27.0 25.0 20.0 17.0 14.0 13.0 2012 13.8
14.0 12.5 12.0 10.5 12.5 11.5 11.5 12.5 12.0 12.5 12.5 2013 12.5 12.5 14.0 15.0 16.5
16.5 16.0 17.0 17.0 18.0 19.0 18.0 2014 18.0 17.8 18.5 16.0 15.0 16.5 16.0 16.0 14.5
14.5 15.0 16.0 2015 16.0 16.5 16.0 16.5 15.0 14.5 15.5 16.5 16.5 16.0 16.5 16.2 2016
17.00 17.00 16.50 16.50 23.00 24.00 23.00 22.00 22.00 22.00 25.00 27.00 2017 27.00 27.00
25.00 21.00 16.50 16.50 -- -- -- -- -- -- 资料来源：公开资料整理

第四节川芎产品目标客户群体调查39

一、不同收入水平消费者偏好调查39

二、不同年龄的消费者偏好调查40

三、不同地区的消费者偏好调查40

第五节川芎产品的品牌市场调查41

一、消费者对川芎品牌认知度宏观调查41

二、消费者对川芎产品的品牌偏好调查41

三、消费者对川芎品牌的首要认知渠道42

四、消费者经常购买的品牌调查43

五、川芎品牌忠诚度调查43

六、川芎品牌市场占有率调查43

七、消费者的消费理念调研43

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析44

一、价格敏感程度44

二、品牌的影响44

三、购买方便的影响44

四、广告的影响程度44

五、包装的影响程度44

第四章国内川芎行业品牌产品市场供需渠道分析45

第一节销售渠道特征分析45

第二节销售渠道对川芎行业品牌发展的重要性47

第三节川芎行业销售渠道的重要环节分析47

第四节2014-2017年中国川芎行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析48

一、华东48

二、中南48

三、华北48

四、西部48

第五节销售渠道发展趋势分析49

一、渠道运作趋势发展49

二、渠道支持趋势发展49

三、渠道格局趋势发展50

四、渠道结构扁平化趋势发展51

第六节销售渠道策略分析51

一、直接渠道或间接渠道的营销策略51

二、长渠道或短渠道的营销策略54

三、宽渠道或窄渠道的营销策略54

四、单一销售渠道和多销售渠道策略55

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略55

第七节销售渠道决策的评估方法56

一、销售渠道评估数学模型介绍56

二、财务评估法介绍56

三、交易成本评估法介绍56

四、经验评估法介绍57

第八节2017年国内川芎行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析58

一、国内生产企业投资运作模式58

二、国内营销企业投资运作模式58

三、外销与内销优势分析59

第五章国内川芎行业进出口市场情况分析65

第一节2014-2017年国内川芎行业进出口分析65

第二节2019-2025年国内川芎行业进出口市场预测分析67

第六章国内川芎行业优势品牌企业分析69

第一节企业A69

一、企业基本概况69

二、公司主要财务指标分析70

三、企业成本费用指标73

第二节企业B76

一、企业基本概况76

二、公司主要财务指标分析76

三、企业成本费用指标80

第三节企业C83

一、企业基本概况83

二、公司主要财务指标分析83

三、企业成本费用指标86

第四节企业D89

一、企业基本概况89

二、公司主要财务指标分析89

三、企业成本费用指标93

第五节企业E96

一、企业基本概况96

二、公司主要财务指标分析96

三、企业成本费用指标99

二、川芎行业竞争程度分析103

第二节川芎行业企业竞争状况分析104

一、领导企业的市场力量104

二、其他企业的竞争力105

第三节2019-2025年国内川芎行业品牌竞争格局展望106

第七章2019-2025年国内川芎行业品牌发展预测108

第一节2019-2025年川芎行业品牌市场财务数据预测108

一、2019-2025年川芎行业品牌市场规模预测108

二、2019-2025年川芎行业总产值预测109

三、2019-2025年川芎行业利润总额预测109

四、2019-2025年川芎行业总资产预测110

第二节2019-2025年川芎行业供需预测111

一、2019-2025年川芎产量预测111

二、2019-2025年川芎需求预测112

三、2019-2025年川芎供需平衡预测112

第三节2019-2025年川芎行业主要领域投资机会113

第四节影响川芎行业发展的主要因素114

一、2019-2025年影响川芎行业运行的有利因素分析114

二、2019-2025年影响川芎行业运行的稳定因素分析114

三、2019-2025年影响川芎行业运行的不利因素分析115

四、2019-2025年我国川芎行业发展面临的挑战分析116

五、2019-2025年我国川芎行业发展面临的机遇分析116

第五节川芎行业投资风险及控制策略分析117

一、2019-2025年川芎行业市场风险及控制策略117

二、2019-2025年川芎行业政策风险及控制策略117

三、2019-2025年川芎行业经营风险及控制策略118

四、2019-2025年川芎行业技术风险及控制策略118

五、2019-2025年川芎同业竞争风险及控制策略118

六、2019-2025年川芎行业其他风险及控制策略119

第八章2019-2025年国内互联网+川芎行业品牌投资价值与投资策略分析120

第一节行业SWOT模型分析120

一、优势分析120

二、劣势分析120

三、机会分析121

四、风险分析121

第二节川芎行业发展的PEST分析122

一、政治和法律环境分析122

二、经济发展环境分析122

三、社会、文化与自然环境分析131

四、技术发展环境分析135

第三节川芎行业投资价值分析138

一、2014-2017年川芎市场趋势总结138

二、2014-2017年川芎发展趋势分析138

三、2019-2025年互联网+川芎市场发展空间138

四、2019-2025年互联网+川芎产业政策趋向139

五、2019-2025年互联网+川芎技术革新趋势139

六、2019-2025年互联网+川芎价格走势分析140

第四节川芎行业投资风险分析140

一、宏观调控风险140

二、行业竞争风险140

三、供需波动风险141

四、技术创新风险141

五、经营管理风险141

六、其他风险142

第五节川芎行业投资策略分析142

一、重点投资地区分析143

二、项目投资建议143

第九章ZYLZG业内专家对国内川芎行业总结及企业经营战略建议150

第一节川芎行业问题总结150

第二节2019-2025年川芎行业企业的标杆管理150

一、国内企业的经验借鉴150

二、国外企业的经验借鉴151

第三节2019-2025年川芎行业企业的资本运作模式151

一、川芎行业企业国内资本市场的运作建议151

二、川芎行业企业海外资本市场的运作建议157

第四节2019-2025年川芎行业企业营销模式建议157

一、川芎行业企业的国内营销模式建议157

二、川芎行业企业海外营销模式建议158

第五节川芎市场的重点客户战略实施160

一、实施重点客户战略的必要性160

二、合理确立重点客户160

三、对重点客户的营销策略161

图表目录：图表2014-2017年中国GDP及增长率统计图表2017年国内生产总值统计图表2014年-2017年工业经济增长情况图表2011-2017年中国社会固定资产投资额以及增长率图表2017年中国全社会固定资产投资统计图表2017年年末中国人口数及其构成图表2017年年末中国人口数及其构成图表2011-2017年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数图表2011-2017年中国研究与试验发展（R&D）经费支出图表2011-2017年中国城镇新增就业人数图表2011-2017年中国国家全员劳动生产率图表川芎行业产业链图表2014-2017年中国川芎行业工业总产值情况图表2014-2017年中国川芎行业价格走势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/R4380259K0.html>