



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国藏红花产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国藏红花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/285648.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

番红花（学名：Crocus sativus L.）又称藏红花、西红花，是一种鸢尾科番红花属的多年生花卉，也是一种常见的香料。多年生草本。球茎扁圆球形，直径约3厘米，外有黄褐色的膜质包被。叶基生，9-15枚，条形，灰绿色，边缘反卷；叶丛基部包有4-5片膜质的鞘状叶。花茎甚短，不伸出地面；花1-2朵，淡蓝色、红紫色或白色，有香味，花柱橙红色，柱头略扁，顶端楔形，有浅齿，子房狭纺锤形。蒴果椭圆形，长约3厘米。

是亚洲西南部原生种，最早由希腊人人工栽培。主要分布在欧洲、地中海及中亚等地，明朝时传入中国，《本草纲目》将它列入药物之类，中国浙江等地有种植。是一种名贵的中药材，具有强大的生理活性，其柱头在亚洲和欧洲作为药用，有镇静、祛痰、解痉作用，用于胃病、调经、麻疹、发热、黄疸、肝脾肿大等的治疗。

原产欧洲南部，中国各地常见栽培。一般认为番红花原产于地中海地区、小亚细亚和伊朗。在伊朗和克什米尔有栽种，并认为由蒙古远征军传入中国。曾记载于中国的《本草纲目》（1552-1578）。早期主要栽培中心是西利西亚和小亚细亚。约961年阿拉伯人将其栽种于西班牙。10世纪一本英格兰医书中有记载。后来在西欧消失，直至十字军又将其重新引入，在许多时期，番红花贵于同重量的黄金，今天仍是世界上最贵重的香料。主要种植于西班牙、法国、西西里岛、意大利亚平宁山脉以及伊朗和克什米尔。藏红花的主要用途

用途	概况
药用	番红花为著名的珍贵中药材，主要药用部分为小小的柱头，因此显得十分珍贵。花含胡萝卜素类化合物，其中主要为番红花甙、番红花酸二甲酯，番红花苦甙及挥发油，油中主要为番红花醛等。
香料	番红花其辛辣的金色柱头很名贵，用于食品调味和上色，又用作染料。《圣经·雅歌》第4章第14节中提到一些香草时包括番红花。带有强烈的独特香气和苦味。在地中海地区和东方菜肴以及英国、斯堪的那维亚和巴尔干的面包中作调色和调味佐料。也是法式菜浓味炖鱼的重要成分。古代印度蒸馏番红花柱头得到一种金色水溶性布匹染料。在释迦牟尼去世后，其弟子以番红花为他们法衣的正式颜色。在几种文化中，王室服装均用这种染料染色。在希腊和罗马，番红花作为香料撒在会堂、宫廷、剧场和浴室。番红花与古希腊的艺妓关系密切。尼禄回罗马时，街道上洒满番红花。
园艺	番红花叶丛纤细刚幼，花朵娇柔优雅，花色多种，具特异芳香，是点缀花坛和布置岩石园的好材料，也可盆栽或水养供室内观赏。番红花既是百草园中的宠儿，又是庭园点缀或盆栽作为案头摆设的名卉。花色有淡紫色、白、黄、红、蓝色，花期有春季或秋季开花两种，春季花期为2-3月，秋季花期为10月下旬-11月中旬，而以春季开花者居多。因其株形极为矮小，性又耐寒，所以可作为冷天时的室内装点
膳食	番红花在地中海地区、东方菜肴、阿拉伯和印度以及英国、斯堪的那维亚和巴尔干的面包中作调色和调味佐料。也是法式菜浓味炖鱼和西班牙肉

菜饭的重要成分。常用的吃法有口服、泡水、泡酒、饭菜、蒸鸡蛋等，番红花不宜使用太多。用黄油或油烹制时，温度不宜过高。将番红花浸于热的液体（可使用食谱上要求的液体）中15分钟左右，可以使番红花的色泽更匀称。番红花还被用来为家禽、海鲜和鱼类等上色

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 藏红花的行业定位及投资特性15

第一节 藏红花行业定位15

一、行业定义15

二、产品分类19

三、行业发展生命周期研判21

第二节 藏红花行业投资特性分析22

一、市场发展特点22

二、市场成长及行业集中度22

三、竞争范围分析23

四、技术水平及研发能力24

五、现代化及标准化趋势27

六、壁垒分析32

第二章 藏红花行业发展现状概述34

第一节 藏红花国际发展概述34

一、产品重点生产国家和地区概况34

二、国外行业发展成熟度分析34

三、2013-2016年国外市场运行特点35

四、2012-2016年国际发展趋势分析36

第二节 中国藏红花发展概述38

一、行业发展历史沿革38

二、国内行业发展成熟度分析38

三、2013-2016年国内市场运行特点38

四、2012-2016年国内市场发展趋势分析、40

第三节 2016年国内市场重大热点事件分析40

第四节 2016年国内市场发展中存在问题分析40

第三章 中国藏红花行业发展环境PEST分析42

第一节 政治环境分析42

第二节 经济环境分析43

1.国内生产总值43

2.工业生产44

3.社会消费46

4.固定资产投资47

5.对外贸易49

6.居民消费价格指数51

7.工业品出厂价格指数55

8.货币供应量56

第三节 社会环境分析58

第四节 技术环境分析61

第四章 2013-2016年国内藏红花市场重要指标统计分析63

第一节 2013-2016年市场规模统计分析63

第二节 2013-2016年藏红花市场结构分析65

一、产品市场结构65

二、品牌市场结构66

三、区域市场结构66

四、渠道市场结构67

第三节 2013-2016年行业重要财务指标分析69

一、2013-2016年行业资产负债率分析69

二、2013-2016年行业净利润率分析69

三、2013-2016年行业资本回报率分析70

第四节 2013-2016年行业进出口分析70

一、2013-2016年产品进口总量及进口来源统计分析70

二、2013-2016年产品出口总量及出口去向统计分析71

第五章 中国藏红花市场竞争格局与企业竞争力评价73

第一节 同类产品竞争力分析理论基础73

第二节 同类产品国内企业与品牌数量79

第三节 同类产品竞争格局分析80

第四节 同类产品竞争群组分析82

第五节 主力企业市场竞争力评价83

一、产品竞争力83

二、价格竞争力88

三、渠道竞争力90

四、销售竞争力91

五、服务竞争力94

六、品牌竞争力95

第六章 藏红花行业产业链分析97

第一节 藏红花行业产业链模型分析97

一、产业链构成97

二、产业链各环节传导机制分析98

第二节 2016年藏红花行业上游行业发展概况99

一、上游产业构成分析99

二、2016年上游产业发展分析99

三、上游产业对藏红花行业影响力度分析101

第三节 2016年藏红花行业下游行业发展概况102

一、下游需求构成分析102

二、2016年下游行业发展分析103

三、下游产业对藏红花行业影响力度分析104

第四节 2016年藏红花行业原材料供给情况108

第五节 2016年藏红花行业下游消费市场构成109

第七章 中国藏红花市场供需调查分析111

第一节 2013-2016年市场供需总体特征分析111

第二节 2013-2016年市场需求动态分析112

一、需求变动状况概述112

二、需求影响因素分析113

第三节 2013-2016年市场供给动态分析114

一、供给变动状况分析114

二、供给影响因素分析115

第八章 国内藏红花行业优势品牌及重点企业分析117

第一节 西藏藏宝璐医药保健品有限公司117

一、企业简介117

二、企业运营状况分析117

(一) 企业偿债能力分析117

(二) 企业运营能力分析119

(三) 企业盈利能力分析122

三、企业竞争力分析123

四、企业发展策略分析124

第二节 西藏本源德利生物药业有限公司124

一、企业简介124

二、企业运营状况分析124

(一) 企业偿债能力分析124

(二) 企业运营能力分析126

(三) 企业盈利能力分析129

三、企业竞争力分析130

四、企业发展策略分析131

第三节 青海雪露名贵土特产开发有限公司131

一、企业简介131

二、企业运营状况分析131

(一) 企业偿债能力分析131

(二) 企业运营能力分析133

(三) 企业盈利能力分析136

三、企业竞争力分析137

四、企业发展策略分析138

第四节青海雪域保健特产有限公司138

一、企业简介138

二、企业运营状况分析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

三、企业竞争力分析145

四、企业发展策略分析146

第五节济南广纳科技发展有限公司146

一、企业简介146

二、企业运营状况分析147

(一) 企业偿债能力分析147

(二) 企业运营能力分析149

(三) 企业盈利能力分析151

三、企业竞争力分析152

四、企业发展策略分析153

第九章 藏红花行业营销策略分析154

第一节 营销渠道及方式现状分析154

第二节 藏红花的品牌策略及市场推广157

一、藏红花的命名与品牌战略157

二、市场推广操作158

第三节 藏红花的软文宣传159

第四节 典型案例分析160

第十章 中国藏红花产品市场价格分析162

第一节 2013-2016年市场价格走势分析162

第二节 2013-2016年产品价格影响因素分析162

第三节 针对具体客户提出的价格策略建议163

第十一章 2017-2022年年藏红花市场发展前景预测166

第一节 国际藏红花市场发展前景预测166

- 一、国际藏红花发展前景166
- 二、2017-2022年国际藏红花市场发展预测166
- 第二节 2017-2022年我国藏红花价格走势及影响因素预测167
- 第三节 2017-2022年国内藏红花行业市场发展定量预测167
 - 一、2017-2022年藏红花市场容量预测167
 - 二、2017-2022年藏红花总产量预测169
 - 三、我国藏红花中长期市场发展策略170

图表目录：

- 图表 1藏红花品级分类20
- 图表 22013-2016年我国藏红花行业产成品及增长情况38
- 图表 32013-2016年我国藏红花行业产成品及增长对比39
- 图表 42013年—2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%）43
- 图表 52013年—2016年工业增加值月度同比增长率（%）44
- 图表 62013年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）46
- 图表 72013年—2016年下图未显示数据固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）47

- 图表 82013年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）49
- 图表 92016年居民消费价格主要数据51
- 图表 102013年—2016年居民消费价格指数（上年同月=100）53
- 图表 112013年—2016年工业品出厂价格指数（上年同月=100）55
- 图表 122013年—2016年货币供应量月度同比增长率（%）56
- 图表 132013-2016年我国藏红花行业销售收入及增长对比63
- 图表 142013-2016年我国藏红花行业资产负债率69
- 图表 152013-2016年我国藏红花行业销售毛利率69
- 图表 162013-2016年我国藏红花行业资产利润率70
- 图表 172013-2016年我国藏红花行业进口金额70
- 图表 182013-2016年我国藏红花进口来源71
- 图表 192013-2016年我国藏红花行业出口金额71
- 图表 202013-2016年我国藏红花出口去向71
- 图表 212013-2016年我国藏红花行业资产合计及增长情况82
- 图表 222013-2016年我国藏红花行业资产合计及增长对比82

图表 23藏红花产业链98

图表 242013-2016年中国中成药产量、产能及收入增长率（单位：%）104

图表 252013-2016年我国藏红花行业销售收入及增长情况108

图表 262013-2016年我国藏红花行业销售收入及增长对比108

图表 272013-2016年我国藏红花行业销售收入及增长情况111

图表 282013-2016年我国藏红花行业销售收入及增长对比111

图表 292013-2016年我国藏红花行业工业总产值及增长情况114

图表 302013-2016年我国藏红花行业工业总产值及增长对比114

图表 31近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司资产负债率变化情况117

图表 32近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司产权比率变化情况118

图表 33近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司固定资产周转次数情况119

图表 34近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司流动资产周转次数变化情况120

图表 35近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司总资产周转次数变化情况121

图表 36近3年西藏藏宝璐医药保健品有限公司销售毛利率变化情况122

图表 37近3年西藏本源德利生物药业有限公司资产负债率变化情况125

图表 38近3年西藏本源德利生物药业有限公司产权比率变化情况125

图表 39近3年西藏本源德利生物药业有限公司固定资产周转次数情况126

图表 40近3年西藏本源德利生物药业有限公司流动资产周转次数变化情况127

图表 41近3年西藏本源德利生物药业有限公司总资产周转次数变化情况128

图表 42近3年西藏本源德利生物药业有限公司销售毛利率变化情况129

图表 43近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司资产负债率变化情况132

图表 44近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司产权比率变化情况132

图表 45近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司固定资产周转次数情况133

图表 46近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司流动资产周转次数变化情况134

图表 47近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司总资产周转次数变化情况135

图表 48近3年青海雪露名贵土特产开发有限公司销售毛利率变化情况136

图表 49近3年青海雪域保健特产有限公司资产负债率变化情况139

图表 50近3年青海雪域保健特产有限公司产权比率变化情况140

图表 51近3年青海雪域保健特产有限公司固定资产周转次数情况141

图表 52近3年青海雪域保健特产有限公司流动资产周转次数变化情况142

图表 53近3年青海雪域保健特产有限公司总资产周转次数变化情况143

图表 54近3年青海雪域保健特产有限公司销售毛利率变化情况144

图表 55近3年济南广纳科技发展有限公司资产负债率变化情况147
图表 56近3年济南广纳科技发展有限公司产权比率变化情况148
图表 57近3年济南广纳科技发展有限公司固定资产周转次数情况149
图表 58近3年济南广纳科技发展有限公司流动资产周转次数变化情况150
图表 59近3年济南广纳科技发展有限公司总资产周转次数变化情况151
图表 60近3年济南广纳科技发展有限公司销售毛利率变化情况152
图表 61藏红花市场发展策略154
图表 622012—2016年国内藏红花平均价格走势162
图表 63藏红花生产企业定价目标选择163
图表 64藏红花企业对付竞争者降价的程序165
图表 65 2017-2022年我国藏红花行业销售收入预测图168
图表 66 2017-2022年我国藏红花行业工业总产值预测图169
图表 67藏红花项目投资注意事项图174

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285648.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）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。