

2014-2019年中国三七市场 竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国三七市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/zhongyao1403/493271F8Y7.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】2014-03-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2014-2019年中国三七市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章，报告旨在为投资者或企业管理者提供一个关于三七产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为三七产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析三七产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对三七产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了三七产品的行业概况、市场发展现状及三七产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究三七市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对三七行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对三七产品投资的建议。

三七“味微甘而苦，颇似人参之味。”凡杖扑伤损，瘀血淋漓者，随即嚼烂罨之即止，青肿者即消散。若受杖时，先服一、二钱，则血不冲心，杖后尤宜服之，产后服亦良。大抵此药气温，味甘微苦，及阳明、厥阴血分之药，故能治一切血病”。

在中医药理论的指导下，将有滋补、保健作用，并且口感好、无毒副作用的三七与有关的中药、食物相配伍，经过精心烹制而成的既可防病、治病，又是美味佳肴的食品，称三七药膳。三七药膳“寓医于食”，既将药物作为食物，又将食物赋予药用，药借食力，食助药威；既具有营养价值，更具有防病治病、保健强身、延年益寿的功效。因此，三七药膳既不同于一般的中药方剂，又别于普通的饮食，是一种兼有药物功效和食品美味的特殊膳食。它可以使用者在心理上感觉是一种享受，在享受中身体得到滋补，疾病得到治疗。

三七是我国中药的重要原料，统计表明仅国内就有1302家企业以三七为原料，生产400多个产品，获3626个生产批文，其中中成药品种超过了300多个。几乎涵盖了所有的中药制药企业。譬如，云南白药、昆明制药、天力和白云山等企业生产的知名中药都以三七为原料制成。

2012年，三七市场份额的迅猛扩大，使得对三七的需求有增无减。整个三七原料市场需求量在9000吨左右而且国内、外市场需求量还在不断放大。预计到2015年我国三七的需求量达到13500吨左右。 2007-2015年我国三七需求量：吨

报告目录：

第一章 三七产业相关概述 1

第一节 三七阐述 1

一、三七从药用价值上分类 1

二、培育方法 2

三、种植栽培 2

四、显微特征 4

五、主要功效与医学功能 4

第二节 三七主要功效的药理作用 5

一、其他药理作用 5

二、药用与食用方法 6

三、三七粉鉴别及三七含量测定 8

四、三七种植过程和种植要求 9

第三节 三七的等级划分 10

第四节 三七化学成分 11

第二章 2013年中国医药行业的发展状况综述 13

第一节 2013年中国医药行业发展总体概况 13

一、我国医药行业的发展历程 13

二、中国医药行业发展综述 15

三、中国医药产业处于调整升级关键期 23

四、中国医药产业转型期政府的监管作用 24

五、我国加快推进医药行业结构调整的步伐 28

第二节 2013年中国医药行业区域发展分析 29

一、甘肃医药工业发展概况 29

二、江苏医药行业运行概况 32

三、云南医药产业发展简况 36

四、广东医药产业的发展 41

五、2015年前湖南医药行业产值或将突破千亿 43

第三节 2013年中国医药行业发展存在的问题分析 44

一、中国医药行业发展存在的主要问题 44

二、中国医药产业发展面临重大挑战 45

三、制约我国医药行业发展的主要瓶颈 46

第四节 2013年中国医药行业发展对策建议 47

- 一、我国医药行业主要发展策略 47
- 二、我国医药产业运行措施 49
- 三、推动我国医药行业发展的对策 50

第三章 2013年中国三七产业运行环境分析 52

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新） 52

- 一、国民经济增长 52
- 二、中国居民消费价格指数 59
- 三、工业生产运行情况 66
- 四、中国房地产业情况 74
- 五、中国制造业采购经理指数 76

第二节 2013年中国三七产业政策环境分析 80

- 一、医药产业政策解读 80
- 二、相关政策影响分析 87
- 三、进出口政策分析 88

第三节 2013年中国三七产业社会环境分析 88

- 一、人口环境分析 88
- 二、教育环境分析 90
- 三、文化环境分析 93
- 四、生态环境分析 95
- 五、中国城镇化率 96
- 六、居民的各种消费观念和习惯 97

第四章 2013年中国三七行业发展形势分析 102

第一节 2013年中国三七行业发展概况 102

- 一、三七行业发展特点分析 102

我国三七产业发展呈现出四大特点：

一是种植面积迅速扩大，产量上升。 2000年以来的十余年间，三七种植面积经历了增加-减少-增加的发展周期。文山三七产量经过2000年，三七主产区文山州的种植面积为5.37万亩，平均单产为76公斤。2005年，种植面积达到12.42万亩，单产180余公斤。三七产量高峰期是在2007年，达到9166.2吨，此后三七种植面积开始下降，直到2009年，全州三七在地面积仅

为6.87万亩，是高峰期2005年后的一半左右。随后，种植面积开始回升，2010年达到8.5万亩，2011年9.6万亩，产量4700吨。2012年云南省三七种植主要分布在文山、红河，另外曲靖、昆明、玉溪、大理、保山等地开始种植。云南以外，广西、四川、广东、贵州等省区也有少量种植。目前，云南省三七在地面积已经达到30万亩。

目前，云南省三七产量占据我国三七产量的99%以上，近几年我国三七产量如下图所示：

数据来源：中国食品药品行业协会 2007-2012年文山三七种植面积和产量及价格情况

年份	种植面积（万亩）	采挖面积（万亩）	产量（吨）	均价（元/KG）
2007年	12.0	5.6	9166	56
2008年	12.1	5.1	8840	72
2009年	12.1	5.1	8840	72
2010年	8.4	3.5	4930	340
2011年	9.6	4.7	4700	400
2012年	15.5	5.0	7000	700

数据来源：中国食品药品行业协会

二是产品交易流通活跃。从国内市场来看，2012年全国以三七为主要原料的药品品种356个，获得国家药品批文的产品有3626个，生产厂家达1300余家，覆盖全国29个省、市、自治区的所有中药制药企业。

我国主要三七生产企业及产品表	企业名称	产品名称	批准文号
保护期限	广州中一药业有限公司	三七化痔丸	国药准字Z44020122
7年	云南金泰得三七产业股份有限公司	血塞通颗粒	国药准字Z53021344
7年	云南金泰得三七产业股份有限公司	血塞通片	国药准字Z53021554,国药准字Z53021342,国药准字Z53021343
7年	云南白药集团大理药业有限责任公司	云南白药集团股份有限公司	云南植物药业有限公司
7年	云南白药集团大理药业有限责任公司	云南白药集团股份有限公司	昆明中药厂有限公司
7年	云南金不换（集团）有限公司药业分公司	云南盘龙云海药业有限公司	云南维和药业股份有限公司
7年	楚雄老拨云堂药业有限公司	熟三七丸	-
-	昆明中药厂有限公司	广西万通制药有限公司	江西民济药业有限公司
-	江西海尔思药业有限公司	云南金不换（集团）有限公司药业分公司	云南特安呐制药股份有限公司
-	云南白药集团大理药业有限责任公司	桂林三金药业股份有限公司	福建永春制药有限公司
-	山东宏济堂制药集团有限公司	贵阳济仁堂药业有限公司	泉州中侨（集团）股份有限公司药业公司
-	云南五湖制药有限公司	大理白族自治州中药制药有限公司	生三七丸
-	广东远大药业有限公司	吉林真元制药有限公司	北京同仁堂科技发展股份有限公司制药

厂	芜湖张恒春药业有限公司	河南省百泉制药有限公司	安徽华佗国药股份有
限公司	三七片	云南维和药业股份有限公司	云南白药集
团文山七花有限责任公司	浙江瑞新药业股份有限公司	三七蜜精	
云南白药集团文山七花有限责任公司	云南铭鼎药业有限公司	浙江新光药	
业股份有限公司	云南金不换（集团）有限公司药业分公司	云南维和药业股份有限	
公司	三七胶囊	数据来源：博思数据整理	

三是产品开发力度加大。我国政府积极引导和帮助以特安呐、七花、金达利、赛参为主的三七加工企业搞好技改扩建，进行产品精、深加工开发，努力拓宽国内国际市场，使三七产品的市场占有率不断提高，开发出了以七生力、七生静、血塞通为代表的一批名牌产品；

四是园区建设进展顺利。目前，中国文山三七产业园区一期工程基础设施建设已基本完工，二期工程进展顺利，已有特安呐、金达利、七星3家企业8个项目入园投资。

二、三七的价格分析 105

（一）2011年下半年三七产品价格明显回落

近两年价格一路飙升的文山三七2011年入秋以来价格明显回落。从文山三七主管部门、经营户等处了解到，此轮下跌行情是价格高导致需求减弱、国家打击中药材囤积炒作和三七新货上市且产量增加共同作用结果。业内人士分析，三七价格在短期内的下调空间有限，但由于近两年三七大面积扩种，明后年产量将大幅增加，价格波动可能更为明显，经营风险将加大。对此，相关部门提醒应警惕三七行情异常波动，谨慎进入三七种植行业。

多重因素拉低文山三七价格 短期内下调空间有限

2011年入秋以来，近两年一路飙升的三七价格出现明显降幅。据文山州生物资源开发和三七产业局统计，9、10月份三七市场内所有三七种类平均价格除三七剪口小幅增长外，其余种类平均价格都有不同程度的下降。10月份30头三七每公斤平均价格382.5元，比9月份的416元下降8.05%；60头三七每公斤平均价格341.25元，比9月份363.20元下降6.04%。

综合多方信息分析，此轮下跌行情是和三七产量增加、价格高导致需求减弱、国家打击中药材囤积炒作共同作用的结果。

首先2011年三七产量增加缓解供需矛盾。三七经过2010年的价格大幅度上涨后，仍然维持在60头350元的价格。据了解，2010年三七文山三七产业完成产值32亿，产量450万公斤，较2009年明显上升；2011年预计采收三七305万亩，如无异常天气灾害，产量将较去年增加，达到500万至550万公斤，三七市场供求矛盾得到进一步缓解。

近两年三七价格高企在一定程度上抑制需求。2009年至今，药企因三七价格持续高企而不堪重负。广东白云山、云南白药多家药企负责人曾表示，由于药品零售价格受基本药物指导价格限制不能轻易调价，但药材价格过高后最终将出现“药品成本与价格倒挂”现象，从而减少中成药的生产，导致药材需求减少。

业内人士分析，三七价格下跌的大背景是7月份以来中药材行情整体下滑，其中国家打压中药材囤积炒作起到一定作用。2009年以来，个别药企及商户进入三七市场囤积获利。2011年上半年，发改委对部分药企和商贩集中打击整治，同时部分游资在价格高位获利后也退出市场，三七市场趋于稳定。

市场需求有限、种植成本上涨多重压力挤压三七产业发展空间

调查发现，近年来三七价格高企，获利丰厚吸引诸多社会资本进入三七种植业，导致种植面积大幅增加。但目前三七市场需求的增长速度有限，若三七种植规模不加节制地盲目扩大，三七原料的供需平衡将会被打破，将会出现供过于求“七贱伤农”现象。同时，近年来由于物价上涨、自然灾害等原因叠加，三七种植成本连年上涨，连作障碍至今没有彻底解决，多重因素挤压三七产业发展空间。

据文山州生物资源开发和三七产业局统计，从国内市场来看，目前全国以三七为主要原料的药品品种356个，获得国家药品批文的产品有3626个，生产厂家达1300余家，覆盖全国29个省、市、自治区的所有中药制药企业。

其中，三七在国内市场主要有四个流向：一是文山州内大中型三七加工企业，预计每年消耗三七原料在500吨左右；二是文山和昆明地区的个体户打粉销售，预计每年消耗三七原料近500吨；三是国内大型药厂，直接在文山产地购三七原料预计每年3500吨；四是国内各大中药材市场，预计转销三七原料2000吨；五是国际市场方面，近年来，每年三七的出口量在700吨左右。

（二）2012年三七价格上涨原因调查分析

2012年四月初，成都中药材价格指数收于116.33，环比上升4.46个百分点，同比下降6.91个百分点。三七、板蓝根、当归、红花、连翘价格环比出现不同幅度的上升，其中三七价格又创历史新高，可谓一枝独秀。此外，川芎、党参、太子参价格环比均出现下滑。

博思数据监测数据显示，三七（80头）已经达到580-600元/公斤，而此前三七（80头）的最高价格为550元/公斤。连续三年干旱致使三七供不应求。2011年文山三七产量为470万公斤，需求量700万公斤，缺口超过200万公斤。

目前，从产地来看，三七货源走动依然较快，库存迅速下降；从市场来看，货源走动速度自2012年3月中旬以来日趋平稳，三七的价格也在3月中旬创新高后转稳。考虑到三七需要3年的生长周期，且2012年产新季之前三七的产量难有大幅增加，三七价格大幅回落的可能性不

大。以三七为原材料的主要中成药品种：白药产品（云南白药）、血栓通粉针（中恒集团）、注射用血塞通（昆明制药）等，目前三七涨价对其影响不大，但需持续关注。

受云南干旱影响价格走高的，还有云南产区的红花，红花2012年4月初整体价格为85元/公斤，环比上涨6.25%。不过，药厂对新疆红花更加青睐，云南红花实际市场消化一般。

（三）2013年三七价格走势分析

1、三七近5年来，价格出现了较大幅度的上涨，主要原因是供求关系导致。近20年来，三七一般6-8年出现一个价格涨跌周期，这次从08年上涨，到现在已经接近5年，上涨时间较长，部分原因是因为云南天气干旱因素，导致前3年种植面积增长缓慢；部分也有人为炒作的因素。

2、三七价格过高过低对三七产业的可持续发展都是不利的。以前价格过低，农民没有种植的积极性，所以种植面积萎缩；现在价格又过高，大部分三七产业下游的生产企业都处于亏损状态，亏损时间过长，企业要么减产，要么换品种，消费者也会选择其它同类品种，反过来会导致社会需求的下降。供求关系决定市场价格，正常波动是一种规律，如果偏离过度，都不利三七产业的健康发展。

3、从2013年产新开始，三七价格肯定会步入一个下行周期。但下降幅度不会太大，因为今年大多数三七还要留种，种子比三七赚钱得多。去年本人预测三七价格下降，结果没有降，就是买种子的人认为控制了三七价格。今年全省的种植面积已经达到了创记录的28.8万亩，采收面积7万亩，已经达到历史新高，种植面积比历史最高的2006年12.5万亩高一倍还多。按照这样的速度发展下去，明年的种植面积可能要超40万亩。我曾经作个测算，云南可以支持三七种植的适宜区可用土地600-900万亩，按间隔10年种植一次，最大在地面积为60万亩，明年后年就可能达这个极限。种植面积的这种超速发展我认为不是一个好的趋势。

四、由于大家对三七的认识逐步提高，加上三七新产品的不断开发，三七的社会需求量总体上是呈上升趋势的，这点我是很乐观的。三七在世界的知名度、销售量和销售价格有可能在10年内最超过高丽参。三七的相关产品及农业产值现在是400多亿，通过努力，达到1000亿是没有问题的。这一点我同样乐观，但发展需要时间，增长得有个过程。建议省政府应该加大对三七市场，特别是国外市场及新产品的开发力度。制定国际标准，推动三七进入国际市场，寻找市场出口、调整发展过快的种植面积应该是目前需要考虑的问题。

4、2013年9月全国三七价格暴跌30%

信息显示，新货冲击市场的情况下，三七价格近期大幅下挫，云南产120头春七报价540元/公斤，20天内价格已累计下跌210元/公斤，跌幅近30%，在未来2-3年内，由于三七市场的供应量暴涨，供需将严重失衡，三七价格进入下行通道已成为市场普遍共识。

新货冲击市场的情况下，三七价格近期大幅下挫。信息显示，云南产120头春七报价540元/

公斤，20天内价格已累计下跌210元/公斤，跌幅近30%。

过去数年的市场炒作成就了中药材众品种的集体暴涨，三七则是其中的佼佼者。从2009年至今价格上涨已超10倍。2012年三七价格上升趋势依旧不减，商务部《2012年上半年中药材重点品种流通分析报告》显示，三七是当年上半年统计的29种药材中价格涨幅最大的品种。

三七价格高涨刺激了农户扩产热情，从而导致未来2-3年内三七市场供应量暴涨，供需将严重失衡。据了解，2013年云南主产区的三七产量预计有10000吨~12000吨。但与这一数字相对应的是，2012年全国对三七的需求在5600~5800吨，即便接下来价格下降，可能会令一些企业和投资者逢低进货，但2013年的需求预计也不会超过7000吨。但依照目前的扩种速度，2014年，三七的产量将达3万吨，到2015年其种植面积将达到50万亩。

未来随着供应量逐年增加，供需失衡在所难免，三七价格进入下行通道已成为市场普遍共识。招商证券判断，在未来产量大幅增加背景下，三七价格将进入下行通道。根据历史经验，下跌周期可能达到4-5年，长期看价格可能降到300元/公斤以下水平。

作为一种重要的中药原材料，三七价格下跌无疑将缓解下游制药企业的成本压力。此前由于价格暴涨，已经导致昆明制药、众生药业等各大医药上市公司毛利明显下滑。

三、三七价格高涨致使药企成本大大增加 109

第二节 2013年中国三七产业重点省市分析 110

一、文山三七进入电子商务时代 110

二、云南省文山州大力发展扶持三七产业 111

三、石林三七种植面积 112

第三节 2013年中国三七产业发展存在问题分析 113

第五章 2013年中国三七产业市场运行态势分析 115

第一节 2013年中国三七产业市场运行综述 115

一、三七产销动态分析 115

二、三七利多充实 115

三、三七市场需求状况分析 116

第二节 2013年中国三七产业市场动态分析 117

一、大规模种植导致三七质量退化 117

二、文山三七交易模式转型 118

三、中药材三七产业面临着重重危机 120

四、云南三七价格大幅回落现象不会出现 121

五、文山三七的电子商务时代 122

第三节 2013年中国三七产业市场销售分析 123

第六章 2010-2013年中国鲜或干的田七进出口数据监测分析 125

第一节 2010-2013年中国鲜或干的田七进口数据分析 125

一、进口数量分析（12119012） 125

二、进口金额分析 125

第二节 2010-2013年中国鲜或干的田七出口数据分析 125

一、出口数量分析 125

二、出口金额分析 126

第三节 2010-2013年中国鲜或干的田七进出口平均单价分析 126

第四节 2010-2013年中国鲜或干的田七进出口国家及地区分析 126

一、进口国家及地区分析 126

二、出口国家及地区分析 127

第七章 2011-2013年中国中成药制造行业数据监测分析 128

第一节 2011-2013年中国中成药制造行业总体数据分析 128

一、2011年中国中成药制造行业全部企业数据分析 128

二、2012年中国中成药制造行业全部企业数据分析 130

三、2013年中国中成药制造行业全部企业数据分析 131

第二节 2011-2013年中国中成药制造行业不同规模企业数据分析 133

一、2011年中国中成药制造行业不同规模企业数据分析 133

二、2012年中国中成药制造行业不同规模企业数据分析 134

三、2013年中国中成药制造行业不同规模企业数据分析 134

第三节 2011-2013年中国中成药制造行业不同所有制企业数据分析 134

一、2011年中国中成药制造行业不同所有制企业数据分析 134

二、2012年中国中成药制造行业不同所有制企业数据分析 135

三、2013年中国中成药制造行业不同所有制企业数据分析 135

第八章 2013年中国三七企业管理与影响策略分析 137

第一节 2013年中国三七企业经营管理分析 137

- 一、大型三七企业集团发展的问题及策略 137
- 二、中国三七企业成本管理问题及策略 138
- 三、中国三七企业纵向一体化战略探究 141
- 四、中国三七企业循环经济发展模式剖析 142
- 第二节 2013年中国三七企业营销策略分析 144
- 一、应建立适应市场法则的三七营销体系 144
- 二、营销环境分析方法及在三七企业中的应用 145
- 三、解析三七企业营销的非价格竞争策略 147
- 四、亟需注意三七营销中的风险防范问题 148
- 五、三七行业企业营销管理问题的探究 149

第九章 2013年中国三七产业市场竞争格局分析 153

第一节 2013年中国三七产业竞争现状分析 153

- 一、三七竞争力分析 153
- 二、三七种植技术竞争分析 154
- 三、三七价格竞争分析 155

第二节 2013年中国三七产业集中度分析 157

- 一、三七市场集中度分析 157
- 二、三七企业集中度分析 157

第三节 2013年提高三七企业竞争力的策略 157

- 一、提高中国三七企业核心竞争力的对策 157
- 二、三七国企提升竞争力的三大方向 159
- 三、影响三七企业核心竞争力的因素及提升途径 159
- 四、战略联盟能解决国有大型三七企业竞争优势的不足 160

第十章 2013年中国三七产业重点企业竞争性财务数据分析 163

第一节 昆明制药集团股份有限公司（600422） 163

- 一、企业概况 163
- 二、竞争优势分析 163
- 三、企业经营状况分析 164
- 四、2014-2019年公司发展战略分析 168

第二节 广东众生药业股份有限公司（002317） 169

一、企业概况	169
二、竞争优势分析	169
三、企业经营状况分析	169
四、2014-2019年公司发展战略分析	174
第三节 广西梧州中恒集团股份有限公司（600252）	174
一、企业概况	174
二、竞争优势分析	174
三、企业经营状况分析	175
四、2014-2019年公司发展战略分析	179
第四节 黑龙江省珍宝岛制药有限公司	179
一、企业概况	179
二、竞争优势分析	180
三、企业经营状况分析	180
四、2014-2019年公司发展战略分析	182
第五节 上海通用药业股份有限公司	184
一、企业概况	184
二、竞争优势分析	184
三、企业经营状况分析	184
四、2014-2019年公司发展战略分析	186
第六节 云南白药集团文山七花有限责任公司	187
一、企业概况	187
二、竞争优势分析	187
三、企业经营状况分析	187
四、2014-2019年公司发展战略分析	189
第七节 云南金泰得三七产业股份有限公司	189
一、企业概况	189
二、竞争优势分析	190
三、企业经营状况分析	190
四、2014-2019年公司发展战略分析	192
第八节 山东金藏煌药业集团有限公司	193
一、企业概况	193
二、竞争优势分析	193

三、企业经营状况分析 194

四、2014-2019年公司发展战略分析 196

第九节 楚雄老拔云堂药业有限公司 196

一、企业概况 196

二、竞争优势分析 196

三、企业经营状况分析 197

四、2014-2019年公司发展战略分析 198

第十一章 2014-2019年中国三七产业投资机会与风险分析 200

第一节 2014-2019年中国三七投资机会分析 200

一、行业投资吸引力分析 200

二、区域投资优势分析 200

第二节 2014-2019年中国三七投资风险预警 201

一、行业竞争风险预警 201

二、市场环保风险预警 201

三、技术风险预警 201

第三节 博思数据投资建议 201

第十二章 2014-2019年中国三七产业运行趋势及前景预测分析 203

第一节 2014-2019年中国三七产业运行趋势分析 203

一、三七价格预测 203

二、三七市场竞争格局预测分析 203

三、中成药制造业预测分析 203

第二节 2014-2019年中国三七产业发展市场预测分析 206

一、三七供给预测分析 206

二、三七市场需求预测分析 206

三、三七进出口预测分析 207

第三节 2014-2019年中国三七产业市场盈利预测分析 207

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究成果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对三七的投资提供了决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/zhongyao1403/493271F8Y7.html>