

2019-2025年中国中药饮片 行业市场运营态势与投资价值分析报告

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年中国中药饮片行业市场运营态势与投资价值分析报告》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/L85043GLH7.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

相关数据显示，近年我国中药饮片行业发展迅速，市场规模从2011年853.7亿增长至2016年1956亿，4年复合增速19%，增速领跑医药工业各行业。预计未来能够维持15%左右年增速，到2018年规模近2600亿。行业毛利润同样保持20.10%高复合增速;毛利率始终稳定，保持在8%左右。

中药饮片行业的高速发展主要得益于医改政策的驱动：1)2017年9月公立医院全面实行药品零加成，但中药饮片不受零加成限制，医院有动力逐渐加大饮片使用量;2)公立医院药占比将降到30%以下，中药饮片同样不在受限范围内，使用占比将提升;3)国家对辅助用药和中药注射剂限制趋严，中药饮片有替代效应。此外，国家对于中医药产业的支持力度加大、饮片行业禁止外资进入壁垒高等因素也将加速行业发展。

中药饮片行业集中度低，销售额不足亿元企业占据70%。我国中药饮片企业数目众多，2015年已有中药企业公司1006个。然而，行业集中度非常低，行业龙头康美药业市场占有率只有2.4%(2016)，年销售额不足亿元的企业占70%市场。

小型企业存在历史遗留问题，中药饮片生产质量堪忧。目前市面上很多小型中药饮片企业由传统手工作坊转变而来，沿用落后的生产及管理方法，生产的药品在药材原料质量、炮制工艺、包装、仓储运输等方面难免存在问题，直接影响中药饮片的临床疗效与安全。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国中药饮片行业市场运营态势与投资价值分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一部分 行业环境综述

第一章 中国中药饮片行业发展的经济及社会环境分析

1.1 中国中药饮片行业经济环境分析

1.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、固定资产投资情况
- 1.1.2 经济环境对行业的影响分析
- 1.2 中国中药饮片行业社会环境分析
- 1.2.1 行业社会环境
- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民的各种消费观念和习惯
- 1.2.2 社会环境对行业的影响分析

第二章 中国中药饮片行业发展的政策及技术环境分析

- 2.1 中国中药饮片行业政策环境分析
- 2.1.1 行业监管环境
- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制
- 2.1.2 行业政策分析
- 1、主要法律法规
- 2、相关发展规划
- 2.1.3 政策环境对行业的影响分析
- 2.2 中国中药饮片行业技术环境分析
- 2.2.1 中药饮片技术分析
- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国中药饮片行业新技术研究
- 2.2.2 中药饮片技术发展水平
- 1、中国中药饮片行业技术水平所处阶段

2、与国外中药饮片行业的技术差距

2.2.3 行业主要技术发展趋势

2.2.4 技术环境对行业的影响

第三章 中药饮片行业概述

3.1 中药饮片行业基本概述

3.1.1 中药饮片行业基本定义

3.1.2 中药饮片行业主要分类

3.1.3 中药饮片行业市场特点

3.2 中药饮片行业商业模式

3.2.1 中药饮片行业商业模式

3.2.2 中药饮片行业盈利模式

3.2.3 中药饮片行业互联网+模式

3.3 中药饮片行业产业链

3.3.1 中药饮片行业产业链简介

3.3.2 中药饮片行业上游供应分布

3.3.3 中药饮片行业下游需求领域

第二部分 行业发展概况

第四章 中药饮片行业发展现状分析

4.1 2014-2017年全球中药饮片行业发展情况概述

4.1.1 全球中药饮片行业发展现状

4.1.2 全球中药饮片行业市场规模

1、全球中药饮片行业市场规模分析

2、全球中药饮片行业市场规模预测

4.1.3 全球中药饮片行业区域分析

1、美国中药饮片行业发展概况

2、欧洲中药饮片行业发展概况

3、日韩中药饮片行业发展概况

4.2 2014-2017年中国中药饮片行业发展情况概述

4.2.1 中国中药饮片行业发展阶段

4.2.2 中国中药饮片行业发展总体概况

- 4.2.3 中国中药饮片行业发展特点分析
- 4.2.4 中国中药饮片行业细分市场分析
- 4.3 2014-2017年中国中药饮片行业区域发展现状
 - 4.3.1 中国中药饮片行业区域发展综述
 - 4.3.2 中国中药饮片行业区域分布情况
 - 4.3.3 中国中药饮片行业区域发展策略

第五章 中国中药饮片行业运行指标分析及预测

- 5.1 中国中药饮片行业市场规模分析及预测
 - 5.1.1 2014-2017年中国中药饮片行业市场规模分析
 - 5.1.2 2019-2025年中国中药饮片行业市场规模预测
- 5.2 中国中药饮片行业市场供需分析及预测
 - 5.2.1 中国中药饮片行业市场供给分析
 - 1、2014-2017年中国中药饮片行业供给规模分析
 - 2、2019-2025年中国中药饮片行业供给规模预测
 - 5.2.2 中国中药饮片行业市场需求分析
 - 1、2014-2017年中国中药饮片行业需求规模分析
 - 2、2019-2025年中国中药饮片行业需求规模预测
- 5.3 中国中药饮片行业企业数量分析
 - 5.3.1 2014-2017年中国中药饮片行业企业数量情况
 - 5.3.2 2014-2017年中国中药饮片行业企业竞争结构
- 5.4 2014-2017年中国中药饮片行业财务指标总体分析
 - 5.4.1 行业盈利能力分析
 - 5.4.2 行业偿债能力分析
 - 5.4.3 行业营运能力分析
 - 5.4.4 行业发展能力分析

第三部分 投资潜力分析

第六章 中国中药饮片行业重点上游供应分析

- 6.1 中药饮片行业上游（一）供应分析
 - 6.1.1 发展现状分析
 - 6.1.2 发展规模分析

6.1.3 重点企业分析

6.2 中药饮片行业上游（二）供应分析

6.2.1 发展现状分析

6.2.2 发展规模分析

6.2.3 重点企业分析

6.3 中药饮片行业上游（三）供应分析

6.3.1 发展现状分析

6.3.2 发展规模分析

6.3.3 重点企业分析

第七章 中国中药饮片行业重点下游领域分析

7.1 中药饮片行业下游领域（一）分析

7.1.1 发展现状概述

7.1.2 市场应用规模

7.1.3 市场需求分析

7.2 中药饮片行业下游领域（二）分析

7.2.1 发展现状概述

7.2.2 市场应用规模

7.2.3 市场需求分析

7.3 中药饮片行业下游领域（三）分析

7.3.1 发展现状概述

7.3.2 市场应用规模

7.3.3 市场需求分析

第八章 2019-2025年中国中药饮片行业投资风险与潜力分析

8.1 中药饮片行业投资风险与壁垒

8.1.1 中药饮片行业进入壁垒分析

8.1.2 中药饮片行业发展趋势分析

8.1.3 中药饮片行业发展的影响因素

1、有利因素

2、不利因素

8.1.4 中药饮片行业投资风险分析

- 1、政策风险
- 2、供求风险
- 3、技术风险
- 4、产品结构风险
- 5、其他风险

8.2 2019-2025年中药饮片行业投资潜力与建议

8.2.1 中国中药饮片行业投资潜力分析

- 1、中药饮片投资潜力分析
- 2、中药饮片投资吸引力分析
- 3、中药饮片主要潜力品种分析

8.2.2 中国中药饮片行业投资机会分析

- 1、产业链投资机会
- 2、细分市场投资机会
- 3、重点区域投资机会
- 4、产业发展的空白点
- 5、投资回报率较高的投资方向

8.2.3 中药饮片行业投资建议

- 1、移动互联网营销渠道
- 2、多渠道共同推进市场

第四部分 行业竞争策略

第九章 中国中药饮片行业竞争企业分析

9.1 ***公司竞争力分析

- 9.1.1 企业发展基本情况
- 9.1.2 企业主要产品分析
- 9.1.3 企业竞争优势分析
- 9.1.4 企业竞争策略分析
- 9.1.5 企业经营状况分析
- 9.1.6 企业最新发展动态

9.2 ***公司竞争力分析

- 9.2.1 企业发展基本情况
- 9.2.2 企业主要产品分析

- 9.2.3 企业竞争优势分析
- 9.2.4 企业竞争策略分析
- 9.2.5 企业经营状况分析
- 9.2.6 企业最新发展动态
- 9.3 ***公司竞争力分析
 - 9.3.1 企业发展基本情况
 - 9.3.2 企业主要产品分析
 - 9.3.3 企业竞争优势分析
 - 9.3.4 企业竞争策略分析
 - 9.3.5 企业经营状况分析
 - 9.3.6 企业最新发展动态
- 9.4 ***公司竞争力分析
 - 9.4.1 企业发展基本情况
 - 9.4.2 企业主要产品分析
 - 9.4.3 企业竞争优势分析
 - 9.4.4 企业竞争策略分析
 - 9.4.5 企业经营状况分析
 - 9.4.6 企业最新发展动态
- 9.5 ***公司竞争力分析
 - 9.5.1 企业发展基本情况
 - 9.5.2 企业主要产品分析
 - 9.5.3 企业竞争优势分析
 - 9.5.4 企业竞争策略分析
 - 9.5.5 企业经营状况分析
 - 9.5.6 企业最新发展动态
- 9.6 ***公司竞争力分析
 - 9.6.1 企业发展基本情况
 - 9.6.2 企业主要产品分析
 - 9.6.3 企业竞争优势分析
 - 9.6.4 企业竞争策略分析
 - 9.6.5 企业经营状况分析
 - 9.6.6 企业最新发展动态

- 9.7 ***公司竞争力分析
 - 9.7.1 企业发展基本情况
 - 9.7.2 企业主要产品分析
 - 9.7.3 企业竞争优势分析
 - 9.7.4 企业竞争策略分析
 - 9.7.5 企业经营状况分析
 - 9.7.6 企业最新发展动态
- 9.8 ***公司竞争力分析
 - 9.8.1 企业发展基本情况
 - 9.8.2 企业主要产品分析
 - 9.8.3 企业竞争优势分析
 - 9.8.4 企业竞争策略分析
 - 9.8.5 企业经营状况分析
 - 9.8.6 企业最新发展动态
- 9.9 ***公司竞争力分析
 - 9.9.1 企业发展基本情况
 - 9.9.2 企业主要产品分析
 - 9.9.3 企业竞争优势分析
 - 9.9.4 企业竞争策略分析
 - 9.9.5 企业经营状况分析
 - 9.9.6 企业最新发展动态
- 9.10 ***公司竞争力分析
 - 9.10.1 企业发展基本情况
 - 9.10.2 企业主要产品分析
 - 9.10.3 企业竞争优势分析
 - 9.10.4 企业竞争策略分析
 - 9.10.5 企业经营状况分析
 - 9.10.6 企业最新发展动态

第十章 中国中药饮片行业竞争力分析

- 10.1 中药饮片行业竞争五力模型分析
 - 10.1.1 中药饮片行业上游议价能力

- 10.1.2 中药饮片行业下游议价能力
- 10.1.3 中药饮片行业新进入者威胁
- 10.1.4 中药饮片行业替代产品威胁
- 10.1.5 中药饮片行业内部企业竞争
- 10.2 中药饮片行业竞争SWOT模型分析
 - 10.2.1 中药饮片行业优势分析（S）
 - 10.2.2 中药饮片行业劣势分析（W）
 - 10.2.3 中药饮片行业机会分析（O）
 - 10.2.4 中药饮片行业威胁分析（T）
- 10.3 中药饮片行业竞争格局分析及预测
 - 10.3.1 2014-2017年中药饮片行业竞争分析
 - 10.3.2 2014-2017年中外中药饮片产品竞争分析
 - 10.3.3 2014-2017年我国中药饮片市场集中度分析
 - 10.3.4 2019-2025年中药饮片行业竞争格局预测

第十一章 中国中药饮片行业企业竞争策略建议

- 11.1 提高中药饮片企业竞争力的策略
 - 11.1.1 提高中国中药饮片企业核心竞争力的对策
 - 11.1.2 中药饮片企业提升竞争力的主要方向
 - 11.1.3 影响中药饮片企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 11.1.4 提高中药饮片企业竞争力的策略建议
- 11.2 中药饮片行业企业产品竞争策略
 - 11.2.1 产品组合竞争策略
 - 11.2.2 产品生命周期的竞争策略
 - 11.2.3 产品品种竞争策略
 - 11.2.4 产品价格竞争策略
 - 11.2.5 产品销售竞争策略
 - 11.2.6 产品服务竞争策略
 - 11.2.7 产品创新竞争策略
- 11.3 中药饮片行业企业品牌营销策略
 - 11.3.1 品牌个性策略
 - 11.3.2 品牌传播策略

- 11.3.3 品牌销售策略
- 11.3.4 品牌管理策略
- 11.3.5 网络营销策略
- 11.3.6 品牌文化策略
- 11.3.7 品牌策略案例

第十二章 中药饮片行业研究结论及建议

- 12.1 中药饮片行业研究结论
- 12.2 行业发展建议

图表目录

- 图表：2014-2017年国内生产总值及其增速
- 图表：2014-2017年三次产业增加值占国内总值的比重
- 图表：2014-2017年全国工业增加值及其增长速度
- 图表：2014-2017年全国社会固定资产投资
- 图表：2014-2017年中药饮片行业主要政策汇总
- 图表：中药饮片行业技术分析
- 图表：中药饮片产业链分析
- 图表：2014-2017年全球中药饮片行业市场规模分析
- 图表：2019-2025年全球中药饮片行业市场规模预测
- 图表：2014-2017年中国中药饮片行业市场规模分析
- 图表：2019-2025年中国中药饮片行业市场规模预测
- 图表：2014-2017年中国中药饮片行业供给规模分析
- 图表：2019-2025年中国中药饮片行业供给规模预测
- 图表：2014-2017年中国中药饮片行业需求规模分析
- 图表：2019-2025年中国中药饮片行业需求规模预测
- 图表：2014-2017年中国中药饮片行业企业数量情况
- 图表：2014-2017年中国中药饮片行业企业竞争结构
- 图表：中国中药饮片行业盈利能力分析
- 图表：中国中药饮片行业运营能力分析
- 图表：中国中药饮片行业偿债能力分析
- 图表：中国中药饮片行业发展能力分析

图表：中国中药饮片行业经营效益分析

图表：2019-2025年中国中药饮片行业发展趋势预测

图表：2019-2025年中国中药饮片行业竞争策略建议
略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/L85043GLH7.html>