

2020-2026年中国补肾药行业 业市场监测与发展趋势预测报告

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

《2020-2026年中国补肾药行业市场监测与发展趋势预测报告》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/huaxue/S577502QVI.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

传统中医理论认为肾为“先天之本”、“生命之源”，其生理功能是藏精、主水、主纳气、主骨、生髓，跟人的骨骼、血液、皮肤乃至牙齿、耳朵都有莫大的关系。按照治疗肾虚症状的不同，补肾药物可以分为补肾阴药、补肾阳药、补肾气药和阴阳双补药。其中，补肾阴药的为代表为六味地黄丸（颗粒、胶囊、片），补肾阳药的为代表为金匮肾气丸（片）和桂附地黄丸（颗粒、胶囊、片），补肾气药的为代表为补肾益脑丸（胶囊、片），阴阳双补药主要有复方苻蓉益智胶囊和心脑欣丸（胶囊、片）。

2016年我国补肾药行业产量约76.4亿片（粒），同比2015年的66.9亿片（粒）增长了14.2%，近几年我国补肾药行业产量情况如下图所示： 2010-2016年中国补肾药行业产量及增速情况
资料来源：智研数据研究中心整理

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 中国补肾药市场主要经济特性 1

第一节 产品概述 1

一、补肾药产品界定及分类 1

（一）肾阴虚 1

（二）肾阳虚 1

二、补肾药产品发展背景 2

三、产业链概述 2

第二节 产品生命周期分析 3

第三节 市场进入/退出壁垒 3

一、市场进入壁垒 3

二、退出壁垒 4

第二章 补肾药产品生产分析 6

第一节 2011-2017年补肾药行业生产规模及增长速度 6

第二节 2020-2026年补肾药行业产量变化趋势 7

第三节 补肾药行业生产中存在的问题 7

第四节 行业领导者的生产现状及产品 8

第五节 地区分布情况 10

第三章 补肾药行业市场规模分析 12

第一节 2011-2017年中国补肾药市场规模及增长速度 12

目前我国补肾药物的代表产品主要包括肾宝片、六味地黄丸、知柏地黄丸、金匱肾气丸、金水宝胶囊、古汉养生精口服液等。据统计：2015年我国补肾药市场规模为83.78亿元，2016年我国补肾药市场规模达到96.78亿元，规模较上年同期增长15.52%。 2010-2016年我国补肾药市场规模及增速走势图 资料来源：公开资料整理

第二节 影响市场规模的因素 13

第三节 补肾药市场发展潜力分析 15

第四节 2020-2026年补肾药市场规模及增速预测 16

第五节 2011-2017年重点企业销售收入及市场规模占比 17

第四章 补肾药行业区域市场分析 19

第一节 2017年各省市市场规模及占比 19

第二节 细分区域分布 20

一、华东地区 20

二、华南地区 23

三、东北地区 26

四、华北地区 29

五、华中地区 32

六、西部地区 34

第三节 重点省市市场状况深度分析 37

第五章 补肾药产品价格分析 39

第一节 补肾药产品的价格弹性 39

第二节 价格与成本的关系 40

第三节 价格在补肾药市场竞争中的作用 41

第四节 2020-2026年补肾药产品价格变化趋势 41

第五节 主要企业价位及价格策略 42

第六章 补肾药产品竞争分析 44

第一节 竞争分析理论基础 44

- 一、供应商的讨价还价能力 44
- 二、经销商、渠道商讨价还价能力 44
- 三、新进入者威胁 45
- 四、替代品威胁 45
- 五、行业内竞争现状 46

第二节 行业竞争格局 46

第三节 补肾药行业市场集中度分析 47

第四节 竞争的关键因素 48

- 一、各竞争品牌的市场价格差异 48
- 二、各竞争品牌的渠道差异 49
- 三、各竞争品牌的产品/服务质量差异 49
- 四、各竞争品牌的品牌产品主要消费群目标差异 50

第五节 竞争组群分析 51

第七章 补肾药上游行业分析 52

第一节 上游行业发展状况以及对补肾药行业的影响 52

第二节 上游行业发展趋势 58

第八章 补肾药下游行业分析 64

第一节 下游行业发展状况以及对补肾药行业的影响 64

第二节 下游行业发展趋势 72

- 一、消费动机 72
- 二、购买历史 72
- 三、收入水平 72
- 四、性别年龄 73

第九章 补肾药市场渠道分析 74

第一节 渠道形式的对比与选择 74

第二节 补肾药行业典型渠道的组成环节分析 77

第三节 渠道建设与管理的关键因素 83

一、渠道的建设 83

二、渠道的管理 84

第十章 补肾药替代品分析 85

第一节 替代品对补肾药产品的影响 85

第二节 替代品发展现状及趋势 85

第三节 当前经济形势对替代品的影响 85

第十一章 补肾药互补品分析 87

第一节 互补品对补肾药产品的影响 87

第二节 互补品发展现状及趋势 87

第三节 当前经济形势对互补品的影响 88

第十二章 补肾药行业主导驱动因素分析 89

第一节 国家政策导向 89

第二节 相关行业发展 89

第三节 社会需求变化 90

第十三章 补肾药行业政策环境分析 91

第一节 宏观经济政策 91

第二节 行业政策 95

第十四章 重点补肾药企业分析 98

第一节 汇仁集团 98

一、产品分析 98

二、渠道分析 99

(一) 区域市场发展不平衡 99

(二) 营销模式尚不统一 99

(三) 终端销售网点较少 99

(四) 网络布局尚处于点开发，还未连成面 99

三、产品价格分析 100

| | |
|------------------|-----|
| 四、销售状况分析 | 100 |
| 第二节 同仁堂（六味地黄丸） | 101 |
| 一、产品分析 | 101 |
| 二、渠道分析 | 103 |
| 三、产品价格分析 | 103 |
| 四、销售状况分析 | 103 |
| 第三节 宛西制药 | 108 |
| 一、产品分析 | 108 |
| 二、渠道分析 | 110 |
| 三、产品价格分析 | 110 |
| 四、销售状况分析 | 111 |
| 第四节 太极集团（补肾益寿胶囊） | 112 |
| 一、产品分析 | 112 |
| 二、渠道分析 | 113 |
| 三、产品价格分析 | 113 |
| 四、销售状况分析 | 113 |
| 第五节 紫光古汉集团 | 118 |
| 一、产品分析 | 118 |
| 二、渠道分析 | 119 |
| 三、产品价格分析 | 119 |
| （一）整数定价 | 119 |
| （二）尾数定价 | 119 |
| （三）企业降价 | 120 |
| 四、销售状况分析 | 120 |

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/S577502QVI.html>