

2021年中国中药材市场调研报告- 行业竞争现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国中药材市场调研报告-行业竞争现状与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/533283533283.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中药材指在汉族传统医术指导下应用的原生药材，用于治疗疾病。一般传统中药材讲究地道药材，是指在一特定自然条件、生态环境的地域内所产的药材，因生产较为集中，栽培技术、采收加工也都有一定的讲究，以致较同种药材在其他地区所产者品质佳、疗效好。近年来，我国中医药市场不断发展，随着需求不断增长，中药材市场规模也不断扩大，从2015年的901亿元增至2020年的1919亿元。

2015-2020年我国中药材市场规模统计情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。药材是一种季节性非常强的产品，大多生长周期较长，从而限制了中药材收获和销售的时间。同时，目前我国中药材种植正处于政策鼓励扩大产能阶段，2020年种植面积将扩张至6620万亩。因此，我国中药材行业供应方议价能力较低。

2010-2020年我国中药材种植面积及预测情况 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务的质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前，中药材产业属于朝阳产业，随着中医药、民族医药不断发展，中药材产业国际竞争力日益增强。近年来，国家对中医药产业的大力扶持，在《全国道地药材生产基地建设规划（2018—2025年）》中提到2025年，健全道地药材资源保护与监测体系，构建完善的道地药材生产和流通体系，建设涵盖主要道地药材品种的标准化生产基地，全面加强道地药材质量管理，良种覆盖率达到50%以上，进而使得市场对中药材的需求量逐渐增加，采购商的溢价能力被一定程度地削弱。不过，随着中药材市场逐渐过剩，采购商的议价能力会再次被提高。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。由于药材种植投资回报收益期较长，在这个较长的周期内市场行情可能会发生很大变化，而投资回报收益期长，退出市场的成本较高，所以在一定程度上削弱了新进入者的威胁。

四、替代品的威胁

中医药方中的药材一般是固定的，治疗某种疾病的药方也是相对固定的，药材可替代品较少。而西药具有服用方便、见效快等优势，并且现代医学发展较快，多数医生和患者更加偏好西药，西药市场竞争力较中药更强。不过，近年中药相比西药损伤小、更养生的特点被很多消费者了解，应抓住这一契机，注重发展和保护民间特色中药药方。

2019年消费者倾向中药治疗人数比例 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

我国中药材种植现有产地种植企业普遍处于“规模小、实力弱、水平低、精深加工能力弱”的状态，仅限于出售原材料或饮片，产业链条短，产业化较低。同时，同种类中药材产品同质性较高，同行业竞争较为激烈。

我国中药材行业种植企业规模格局 数据来源：公开资料整理

通过以上分析可知，我国中药材产业供应商和购买者议价能力较低，替代品威胁中等偏弱，市场竞争较为激烈。因此，我国中药材行业需通过扩宽销售渠道，规范管理机制等策略来提高自身竞争力。

我国中药材行业发展策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国中药材市场调研报告-行业竞争现状与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国中药材行业发展概述

第一节 中药材行业发展情况概述

- 一、中药材行业相关定义
- 二、中药材行业基本情况介绍
- 三、中药材行业发展特点分析
- 四、中药材行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、中药材行业需求主体分析

第二节 中国中药材行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、中药材行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国中药材行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国中药材行业生命周期分析

- 一、中药材行业生命周期理论概述
- 二、中药材行业所属的生命周期分析

第四节 中药材行业经济指标分析

- 一、中药材行业的赢利性分析
- 二、中药材行业的经济周期分析
- 三、中药材行业附加值的提升空间分析

第五节 中国中药材行业进入壁垒分析

- 一、中药材行业资金壁垒分析
- 二、中药材行业技术壁垒分析
- 三、中药材行业人才壁垒分析
- 四、中药材行业品牌壁垒分析
- 五、中药材行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球中药材行业市场发展现状分析

第一节 全球中药材行业发展历程回顾

第二节 全球中药材行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中药材行业地区市场分析

一、亚洲中药材行业市场现状分析

二、亚洲中药材行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中药材行业市场前景分析

第四节 北美中药材行业地区市场分析

一、北美中药材行业市场现状分析

二、北美中药材行业市场规模与市场需求分析

三、北美中药材行业市场前景分析

第五节 欧洲中药材行业地区市场分析

一、欧洲中药材行业市场现状分析

二、欧洲中药材行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲中药材行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界中药材行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球中药材行业市场规模预测

第三章 中国中药材产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品中药材总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国中药材行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国中药材产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国中药材行业运行情况

第一节 中国中药材行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国中药材行业市场规模分析

第三节 中国中药材行业供应情况分析

第四节 中国中药材行业需求情况分析

第五节 我国中药材行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国中药材行业供需平衡分析

第七节 中国中药材行业发展趋势分析

第五章 中国中药材所属行业运行数据监测

第一节 中国中药材所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国中药材所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国中药材所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国中药材市场格局分析

第一节 中国中药材行业竞争现状分析

一、中国中药材行业竞争情况分析

二、中国中药材行业主要品牌分析

第二节 中国中药材行业集中度分析

一、中国中药材行业市场集中度影响因素分析

二、中国中药材行业市场集中度分析

第三节 中国中药材行业存在的问题

第四节 中国中药材行业解决问题的策略分析

第五节 中国中药材行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国中药材行业需求特点与动态分析

第一节 中国中药材行业消费市场动态情况

第二节 中国中药材行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 中药材行业成本结构分析

第四节 中药材行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国中药材行业价格现状分析

第六节 中国中药材行业平均价格走势预测

一、中国中药材行业价格影响因素

二、中国中药材行业平均价格走势预测

三、中国中药材行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国中药材行业区域市场现状分析

第一节 中国中药材行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区中药材市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中药材市场规模分析

四、华东地区中药材市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区中药材市场规模分析

四、华中地区中药材市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区中药材市场规模分析

四、华南地区中药材市场规模预测

第九章 2017-2020年中国中药材行业竞争情况

第一节 中国中药材行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国中药材行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国中药材行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 中药材行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国中药材行业发展前景分析与预测

第一节 中国中药材行业未来发展前景分析

- 一、中药材行业国内投资环境分析
- 二、中国中药材行业市场机会分析
- 三、中国中药材行业投资增速预测

第二节 中国中药材行业未来发展趋势预测

第三节 中国中药材行业市场发展预测

- 一、中国中药材行业市场规模预测
- 二、中国中药材行业市场规模增速预测
- 三、中国中药材行业产值规模预测
- 四、中国中药材行业产值增速预测
- 五、中国中药材行业供需情况预测
- 第四节 中国中药材行业盈利走势预测
- 一、中国中药材行业毛利润同比增速预测
- 二、中国中药材行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国中药材行业投资风险与营销分析

第一节 中药材行业投资风险分析

- 一、中药材行业政策风险分析
- 二、中药材行业技术风险分析
- 三、中药材行业竞争风险
- 四、中药材行业其他风险分析

第二节 中药材行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国中药材行业发展战略及规划建议

第一节 中国中药材行业品牌战略分析

- 一、中药材企业品牌的重要性
- 二、中药材企业实施品牌战略的意义
- 三、中药材企业品牌的现状分析
- 四、中药材企业的品牌战略
- 五、中药材品牌战略管理的策略

第二节 中国中药材行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中药材行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 中药材行业竞争力提升策略

一、中药材行业产品差异性策略

二、中药材行业个性化服务策略

三、中药材行业的促销宣传策略

四、中药材行业信息智能化策略

五、中药材行业品牌化建设策略

六、中药材行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国中药材行业发展策略及投资建议

第一节 中国中药材行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国中药材行业营销渠道策略

一、中药材行业渠道选择策略

二、中药材行业营销策略

第三节 中国中药材行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中药材行业重点投资区域分析

二、中国中药材行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/533283533283.html>