

2017-2022年中国中药饮片市场竞争现状分析及投资规划研究报告

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《2017-2022年中国中药饮片市场竞争现状分析及投资规划研究报告》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/yin pianjiagong/293855293855.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中药饮片是指按中医药理论将中药材经过规范化的中药炮制方法炮制加工、减毒增效后可直接用于中医临床的中药。中药产业包括三大部分，即中药材、中药饮片和中成药，存在着较为明显的上下游关系。中药饮片可直接作为药剂配方服用或直接服用，或进一步加工为中成药，处于中药产业的中间环节。

图：中药产业

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2016-2022年中国中药饮片加工行业产能预测

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1 中药袋泡剂

中药袋泡剂是将粉碎成一定细度的药材分装于特殊的滤纸袋中，临用前加开水浸泡，取药液服用的一种剂型。

1.1 分类

中药袋泡剂可分为全生药型和半生药型。其制备工艺的关键因素是药材的粉碎粒度，一般以10~60目为宜。其次在半生药型中药袋泡剂的制备过程中，药材的提取工艺，生药粉与浸膏的质量比值也是占很大权重的影响因素。用正交试验优化了伸筋草袋泡剂的制备工艺，研究结果表明药材加10倍量30%乙醇提取3次，制得浸膏，生药粉碎过2号筛，药粉与浸膏质量比2.5:1为最佳制备工艺。

1.2 疗效

随着中药袋泡剂临床应用的推广，其确切的疗效得到了有力印证。用清咽袋泡剂治疗42例风热型小儿急性咽炎，服药5d后，临床痊愈16例，显效12例，有效11例，无效3例，总有效率接近93%；用痔瘘洗必灵袋泡剂治疗血痔外痔30例，观察2个疗程，治疗组有效率高于对照组有效率约18%，2组有效率比较差异有统计学意义($P < 0.05$)。

1.3 优势

(1)服用方便，避免了汤剂煎煮的麻烦。

(2)减轻药房调剂工作的劳动强度，大大缩短了配方的等时，提高了配方剂量的准确度。(3)药材经适当粉碎增加了比表面积，药物成分更易溶出。(4)节约药材，充分利用中药资源。(5)有助于中药饮片生产的机械化和现代化。

2小包装中药饮片

小包装中药饮片无需特殊处理，是一种把炮制合格的传统饮片按照临床剂量包装的药物形式。最大程度上保留了传统中药饮片的特色。

2.1优势

(1)小包装密封储存可减少药物的氧化、防止有效成分的挥发、避免“串斗”、“串味”的现象。(2)定量包装，提高了调剂的准确性。(3)小包装中药饮片经过充分净化、干燥，改善了传统中药“脏，乱，杂”的形象。(4)小包装中药饮片注明了品名与规格，方便患者核对，保证了患者的知情权，发挥患者对药房调配的监督作用。

3超微粉中药

中药的超微粉化就是采用超微粉碎技术将中药颗粒粉碎成微米级甚至纳米级微粉的过程，当前主要指细胞级微粉碎，在此条件下，一般药材的细胞破壁率 $\geq 95\%$ 。

3.1影响因素

影响中药超微粉的因素主要有粉碎设备、粉碎时间、介质填充率、粉碎温度等。对天麻超微粉碎的工艺进行了考察，结果表明采用贝利粉碎机，粉碎时间10~15min，介质填充率60%~70%，粉碎温度在0~15℃时对天麻素含量无明显影响。

3.2优势

(1)在超微粉碎过程中，可控制粉碎温度，使之在低温状态下进行，有利于保留不耐高温的生物活性成分及各种营养成分。对当归超微粉和当归饮片的质量进行了对比研究，结果显示，当归超微粉碎后，阿魏酸的含量比当归饮片中阿魏酸的含量高。(2)促进药物成分的释放及溶出，提高生物利用度。细胞破壁后，药材的有效成分直接接触溶媒，提高药物的溶出率。经超微粉碎的中药进入人体后，由于比表面积及孔隙率的增大，有效成分与胃肠黏膜的接触面积增加，更易于药物成分的吸收。对天麻超微粉碎粒度进行了研究，结果显示经超微粉碎后，天麻素的溶出率及抗惊厥作用与普通粉相比，均有了显著提高。(3)在相同药效下，减少服用量，节约中药资源。

4纳米中药

纳米中药是指运用纳米技术制造的，粒径小于100nm的中药有效成分、有效部位、原药及其复方制剂。纳米中药主要分为两大类，即中药纳米粒及纳米药物载体系统。中药纳米粒，即通过振动磨法和微射流法等超微粉碎技术，将中药粗粉加工成纳米尺寸的微粒;纳米

药物载体系统是将中药与纳米载体通过物理化学合成法形成的一种复合型药物系统。

4.1 制备

在纳米药物载体系统制备过程中，载体的选择及药物的配比是关键，常用的制备方法有熔融乳化-超声分散法、薄膜-超声分散法、纳米胶束增溶法、包合技术等。采用熔融乳化-超声分散法对鱼腥草挥发油纳米结构脂质体载体的制备进行了研究，发现纳米结构脂质体粒径小，包封率高，物理稳定性较好。为中药挥发油成分的纳米化进程提供了参考。

4.2 优势

(1)提高生物利用度。中药经纳米化后比表面积增大，提高了在介质中的溶解率；同时与胃肠粘膜的接触面积增大，大大提高了有效成分吸收速度和吸收程度。研究连翘挥发油纳米胶束中水溶性成分连翘苷的体外透皮、透黏膜吸收情况，在整个实验过程中，连翘苷的累积透过量始终高于传统连翘药液组。(2)增强靶向性。纳米中药由于其粒径和形态的特点，能将治疗药物专一性地导向所需发挥作用的部位(靶区)。例如在纳米雄黄抑制肿瘤细胞增殖的研究中，发现纳米雄黄在体内外均能抑制癌细胞的生长并促进其凋亡，且随着粒度的降低，作用逐渐增强。(3)缓释功能。将中药纳米粒进行一定的表面修饰后，可能使中药具有缓释作用。(4)增加新的功效。中药加工至纳米级时，由于物理、化学、生物学特性发生改变，从而使中药呈现出新功能。(5)改变中药传统剂型，丰富给药途径。纳米中药适用于片剂、胶囊剂、喷雾剂、静脉注射剂等多种剂型。

5 中药配方颗粒

中药配方颗粒也叫“单味中药浓缩颗粒”、“免煎颗粒”等，是以中药饮片为原料，经现代工艺提取、浓缩、干燥、制粒而成的、供中医临床配方用的颗粒。

在新型中药饮片中，中药配方颗粒的发展势头最为强劲，取得的成果也最引人瞩目，其最早实现了技术转化并投入市场进行量化生产，市场占有率仅次于传统饮片。近年来中药配方颗粒进驻医院的脚步不断加快，对人们的用药理念和传统饮片市场形成了一定的冲击。

5.1 制备

与传统饮片的煎煮不同，配方颗粒的制备过程较为复杂，最终产品能否与汤剂等效，提取工艺是至关重要的一步。例如在肿节风配方颗粒的制备过程中，加10倍量的水，提取3次，加热2h，异嗪皮啶和总黄酮可以达到较高的提取率。此外浓缩的时间，干燥的温度，制粒时辅料的选择及用量也是制备过程中必须考虑的影响因素。

5.2 优势

(1)中药配方颗粒体积小，携带方便，无需煎煮可直接冲服，省时省力，具有方便、快捷的显著特点。(2)临床使用可随症加减，充分体现了中医药辨证施治的特色。(3)包装规格灵活多变，包装剂量准确、与传统饮片相比，避免长时间暴露于空气中，清洁度有所提升，挥发性成分更易保留。(4)减轻调剂人员劳动强度，大大改善中药房的调剂环境。(5)有利于实现中药饮片加工的机械化，随着中药配方颗粒自动化调配系统的研制问世，实现了电子调配，电脑条码复核，改变了几千年来中药人工调配的模式，使现代智能化中药房的建立成为现实。

6定量压制饮片

压制饮片是在不改变饮片表面性状，不影响内在质量，不添加任何辅料的情况下，采用物理压制技术将饮片制成一定形状，用一定包装材料封装，由配方药师直接调配无需称量的一种饮片。

6.1制备

定量压制饮片是近几年研制发展的一种新型饮片，获得了4项国家专利成果。其制备工艺的关键因素是压制设备，压制时间，压制压力。对通草、陈皮、金银花等十几种中药饮片进行了压制研究，根据饮片性质，压制参数一般为压力10~500MPa，时间0.1~10min。定量压制饮片的质量评价可以采用压缩成型性，体积压缩比，压缩前后饮片所含水分及化学成分煎出对比等指标。

6.2优势

(1)压制后的中药饮片体积大幅缩小，空间占用率降低，便于运输、仓储、调剂、机械化包装、煎煮等。(2)新型饮片可显著降低挥发性成分的损失，这可能是因为饮片经压制后，表面积减小，减少了与光、空气的接触面积。(3)压制后的饮片比重加大，使中药更易完全浸入水中，避免了漂浮，有利于浸润和煎煮。

(2)花类、全草类、叶类等质地疏松的饮片更易压制成型，定量压制不适用于动物类中药、质地坚硬的矿物质中药及大部分种子和果实类中药等。

7流动性饮片

流动性饮片是在净制中药饮片的基础上，采取现代制药工艺，经粉碎、混合(勾兑)、成型(制粒、压片、挤压等)、干燥、灭菌、包装等过程，制得片状、丸状、柱状等不同形状的一种新型中药饮片。

7.1优势

(1)大小均一，密度均匀，流动性好，便于机械化生产、包装。(2)质量标准清晰，稳定可控，调配快速。

中医药是世界医药领域的重要组成部分，尤其在治未病、慢性疾病等方面优势明显，传统饮片经历了几千年的发展，是最具有中医特色的临床用药形式。虽然新型中药饮片在制备工艺、质量控制、临床疗效、药理药效、毒理研究等方面还存在很多问题，如受技术，成本等因素影响，在质量控制的含量检测中很少采用指纹图谱这种全成分分析法，而是停留在对一种或几种活性成分及指标性成分的测定上。另外除中药配方颗粒外，其他新型中药饮片没有形成大规模生产，尚处于医院制剂甚至实验研究阶段，技术转化率及市场占比低。

中国报告网发布的《2017-2022年中国中药饮片市场竞争现状分析及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

目录

第一部分行业运行现状

第一章中国中药饮片行业发展概述

第一节中药饮片行业发展情况

一、中药饮片定义

二、中药饮片行业发展历程

第二节中药饮片产业链分析

一、产业链模型介绍

二、中药饮片产业链模型分析

第三节中国中药饮片行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章全球中药饮片市场发展分析

第一节全球中药饮片市场发展情况分析

- 一、全球中药饮片市场发展分析
- 二、全球中药饮片市场统计分析
- 三、全球中药饮片市场分析
- 四、全球中药饮片销售排名
- 五、全球中药饮片消费者调查分析

第二节世界主要国家中药饮片市场分析

- 一、美国中药饮片市场现状分析
- 二、欧洲中药饮片市场现状分析
- 三、日本中药饮片市场现状分析
- 四、韩国中药饮片市场现状分析
- 五、中东与非洲中药饮片市场分析

第三章中国中药饮片市场运行分析

第一节中药饮片行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

第二节中药饮片行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

第三节行业市场工业总产值分析

- 一、市场工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

四、行业市场工业总产值地区分布

第四节行业市场产品价格分析

一、市场产品价格走势

二、市场产品价格走势

三、上半年市场产品价格走势

四、市场产品价格趋势预测

第四章中国中药饮片行业的国际比较分析

第一节中国中药饮片市场发展情况分析

一、中国中药饮片市场发展分析

二、中国中药饮片市场统计分析

三、中国中药饮片市场发展分析

四、中国中药饮片细分市场分析

第二节中国中药饮片行业的国际比较分析

一、中国中药饮片行业竞争力指标分析

二、国际中药饮片行业竞争力指标分析

三、中国中药饮片行业经济指标国际比较分析

第三节全球中药饮片行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章中国中药饮片行业经济运行指标分析

第一节中国中药饮片行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节中国中药饮片行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节中国中药饮片行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第二部分市场供需分析

第六章中国中药饮片行业生产现状分析

第一节中药饮片行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、产品及原材料产能情况分析

第二节中药饮片行业产能分析

- 一、中药饮片产能分析
- 二、重点企业产能及占有份额
- 二、中药饮片产能预测

第三节中药饮片行业产量分析

- 一、中药饮片产量分析
- 二、产能配置与产能利用率调查
- 三、中药饮片产量预测

第四节中药饮片行业市场供给分析

- 一、中药饮片生产规模现状
- 二、中药饮片产能规模分布
- 三、中药饮片市场价格走势
- 四、中药饮片重点厂商分布
- 五、中药饮片产供状况分析

第七章中药饮片行业采购状况分析

第一节中药饮片成本分析

- 一、原材料成本走势分析
- 二、劳动力供需及价格分析
- 三、其他方面成本走势分析

第二节上游原材料价格与供给分析

- 一、主要原材料情况
- 二、主要原材料价格与供给分析
- 三、主要原材料市场变化趋势预测

第三节中药饮片产业链的分析

- 一、行业集中度
- 二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章中国中药饮片市场供需分析

第一节中药饮片市场需求分析

一、中药饮片行业需求市场

二、中药饮片行业客户结构

三、中药饮片行业需求的地区差异

第二节中药饮片市场供给分析

一、中药饮片市场供给分析

二、中药饮片市场供给预测

第三节供求平衡分析及未来发展趋势

一、中药饮片行业的需求预测

二、中药饮片供求平衡分析

三、中药饮片供求平衡预测

第九章我国中药行业发展分析

第一节我国中药产业发展分析

一、中药行业发展历程与现状

二、我国中药行业发展状况

三、我国中药行业整体素质发展现状

四、我国中药产业发展形势分析

五、中药配方颗粒产业化现状以及战略意义

第二节我国中药企业发展分析

一、我国中药企业数量

二、中国药企成长研究

三、我国中医药品牌发展研究

第三节我国中药市场分析

一、我国中药市场格局分析

二、我国中药占国际市场份额

三、我国中药保健食品和非药物疗法市场发展分析

四、近年来我国部分中药材市场价格及供需探讨

第四节我国中药行业国际化发展分析

一、中药行业国际化、现代化发展现状及对策探讨

二、我国开拓中药国际市场要素探讨

三、我国抗痴呆创新中药国际化发展探讨

第五节中药产业规范化现代化发展研究

一、中药产业规范化现代化发展之路概述

二、中药现代化发展趋势及对策

三、中药现代化的研究现状与模式

第六节我国中药可持续发展研究

一、可持续发展面临的问题

二、可持续发展对策

第十章区域市场情况深度研究

第一节长三角区域市场情况分析

第二节珠三角区域市场情况分析

第三节环渤海区域市场情况分析

第四节主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节中药饮片行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节中药饮片重点地区销售分析

一、中药饮片各地区对比销售分析

二、中药饮片"重点地区一"销售分析

三、中药饮片"重点地区二"销售分析

四、中药饮片"重点地区三"销售分析

五、中药饮片"重点地区四"销售分析

六、中药饮片"重点地区五"销售分析

七、中药饮片"重点地区六"销售分析

第三部分行业竞争分析

第十一章中药饮片市场竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

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

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

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

第四节中药饮片竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节中药饮片行业竞争格局分析

一、中药饮片行业竞争分析

二、国内外中药饮片竞争分析

三、中国中药饮片市场竞争分析

四、中国中药饮片市场集中度分析

五、中国中药饮片竞争对手市场份额

六、中国中药饮片主要品牌企业梯队分布

第十二章中药饮片行业产业结构分析

第一节产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国中药饮片行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章前十大领先企业发展分析

第一节天津天士力集团

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节江苏康缘药业股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节广州医药集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节云南白药集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第五节江中药业集团

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第六节山东东阿阿胶股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第七节北京同仁堂股份有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第八节重庆太极实业(集团)股份有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第九节南京医药股份有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第十节康恩贝集团有限公司

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

第四部分投资潜力预测

第十四章中药饮片行业发展趋势及影响因素

第一节中药饮片市场前景分析

一、中药饮片市场容量分析

二、中药饮片行业利好利空政策

三、中药饮片行业发展前景分析

第二节中药饮片未来发展预测分析

一、中国中药饮片发展方向分析

二、中国中药饮片行业发展规模

三、中国中药饮片行业发展趋势预测

第三节中药饮片行业供需预测

一、中药饮片行业供给预测

二、中药饮片行业需求预测

三、中药饮片行业进出口预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国中药饮片行业SWOT分析

第十五章中药饮片行业投资方向与风险分析

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节产业发展的空白点分析

第三节投资回报率比较高的投资方向

第四节中药饮片行业投资潜力与机会

第五节新进入者应注意的障碍因素

第六节中国中药饮片行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分市场策略研究

第十六章行业发展环境与渠道分析

第一节全国经济发展背景分析

- 一、宏观经济数据分析
- 二、宏观政策环境分析
- 三、"十三五"发展规划分析

第二节主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

第三节竞争对手渠道模式

- 一、中药饮片市场渠道情况
- 二、中药饮片竞争对手渠道模式

三、中药饮片直营代理分布情况

第四节主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析中药饮片行业市场策略分析

第一节消费者调查研究

一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、中药饮片消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、广告投放方式变化分析

三、广告投放总量变化分析

四、广告投放策略分析

第五节品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表1：产业链形成模式示意图

图表2：中药饮片的产业链结构图

图表3：中药饮片产业行业所处生命周期示意图

图表4：行业生命周期、战略及其特征

图表5：全球中药饮片行业市场规模分析

图表6：全球中药饮片行业销售额分析

图表7：全球中药饮片企业份额分析

图表8：全球中药饮片不同用途消费者调查分析

图表9：美国中药饮片行业市场规模分析

图表10：欧洲中药饮片行业市场规模分析

（ GYZJY ）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yin pian jiagong/293855293855.html>