

2019年中国中医行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2019年中国中医行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/yiliaoxie/375103375103.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

世卫组织最高权力机构——世界卫生大会将于2019年推出该组织的第11版全球医学纲要，首次纳入中医传统医学的相关信息。

作为我国的传统医学，中医已经在我国传承了将近三千年，近几年又重新迎来发展良机。

中医理论形成于春秋战国时期，是中华民族的传统医学，以阴阳五行作为理论基础，通过“望闻问切”四诊合参的方法，探求病因、病性、病位、分析病机及人体内五脏六腑、经络关节、气血津液的变化，使用中药、针灸、推拿、按摩、拔罐、气功、食疗等多种治疗手段，使人体达到阴阳调和而康复。

我国古代把中医行医卖药治病的地方（就是现在的中医馆、小型中医院、中医诊所、中药店）统称为“堂”。早期中医馆要追溯到同仁堂、胡庆余堂等中医行医卖药的场所，传播最为广泛的当属乐显扬创建于1669年（清康熙八年）的同仁堂，自1723年开始供奉御药，历经八代皇帝188年的同仁堂。

现代中医馆发展历史不到20年，第一家以中医馆正式命名的机构为2004年成立的深圳市和顺堂医药有限公司，随后出现的规模较大的中医馆还有2010年创立的北京固生堂连锁集团等。

中医馆发展热发生在最近3-5年，国家出台了《中医药法》后，鼓励我国中医发展，同时地方相应配套政策实施，民营中医馆进入发展热潮。

根据《医疗机构管理条例实施细则》，我国的中医医疗机构，分为中医医院、中医门诊部、中医诊所及一切以各种名称面向社会而主要从事中医医疗业务的单位，按注册类型分为公立和民营机构。国家规定中医诊所及中医门诊部的中医药治疗率不低于85%，而现阶段没有明确“中医馆”设置标准，但“中医馆”的特点是以100%纯中医为主营诊疗手段的民营中医机构。

中医类医疗机构分类 资料来源：公开资料整理

根据《中国卫生和计划生育统计年鉴》和《中国卫生和计划生育事业发展统计公报》统计，我国中医类医疗机构总收入2017年达到3648亿元，增速保持在10%以上，2015年以后，收入进入了稳定增长期。

2011-2018年中国中医医疗机构总收入及增速

资料来源：中国报告网整理

随着人口老龄化的到来，我国中医类医疗机构诊疗人次逐年增加，截止2017年，诊疗人次已经突破10亿人次，2010-2017年诊疗人次CAGR达7.82%；中医诊疗量占总就诊量比例上升，体现了中医诊疗的需求旺盛、在医疗服务领域的地位不断提升。

2011-2018年中国中医诊疗人次及增速

资料来源：中国报告网整理

根据《中国卫生和计划生育统计年鉴》，截止2017年，中医类医疗机构49527个，中医类医院（包括中医、中西医结合、民族医医院）4238个，其中民营医院1135个，中医类门诊部1913个，中医类诊所 43328个。中医诊所占全国诊所的比例约为1/5，与上年比较，中医类门诊部及诊所增加2713个。

目前我国中医诊所行业格局分散，还未成规模，呈现“小、乱、散”的状态，处于发展的初期阶段。国内规模较大的中医诊所连锁集团包括固生堂、和顺堂等。

随着中医被纳入全球医学纲要，中医的被认可度和接受度将得到提升，中医诊所将迎来3~5年的高速发展期，规模大小在未来竞争中起着重要作用。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国中医行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。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 2016-2018年中国中医行业发展概述

第一节 中医行业发展情况概述

一、中医行业相关定义

二、中医行业基本情况介绍

三、中医行业发展特点分析

第二节 中国中医行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、中医行业产业链条分析

三、中国中医行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国中医行业生命周期分析

一、中医行业生命周期理论概述

二、中医行业所属的生命周期分析

第四节 中医行业经济指标分析

一、中医行业的赢利性分析

二、中医行业的经济周期分析

三、中医行业附加值的提升空间分析

第五节 中国中医行业进入壁垒分析

一、中医行业资金壁垒分析

二、中医行业技术壁垒分析

三、中医行业人才壁垒分析

四、中医行业品牌壁垒分析

五、中医行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球中医行业市场发展现状分析

第一节 全球中医行业发展历程回顾

第二节 全球中医行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中医行业地区市场分析

一、亚洲中医行业市场现状分析

二、亚洲中医行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中医行业市场前景分析

第四节 北美中医行业地区市场分析

一、北美中医行业市场现状分析

二、北美中医行业市场规模与市场需求分析

三、北美中医行业市场前景分析

第五节 欧盟中医行业地区市场分析

一、欧盟中医行业市场现状分析

二、欧盟中医行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟中医行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界中医行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球中医行业市场规模预测

第三章 中国中医产业发展环境分析

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、全社会消费品中医总额
- 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 中国中医行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国中医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 中国中医行业运行情况

第一节 中国中医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 中国中医行业市场规模分析

第三节 中国中医行业供应情况分析

第四节 中国中医行业需求情况分析

第五节 中国中医行业供需平衡分析

第六节 中国中医行业发展趋势分析

第五章 中国中医所属行业运行数据监测

第一节 中国中医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 中国中医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 中国中医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 2016-2018年中国中医市场格局分析

第一节 中国中医行业竞争现状分析

一、中国中医行业竞争情况分析

二、中国中医行业主要品牌分析

第二节 中国中医行业集中度分析

一、中国中医行业市场集中度分析

二、中国中医行业企业集中度分析

第三节 中国中医行业存在的问题

第四节 中国中医行业解决问题的策略分析

第五节 中国中医行业竞争力分析

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 2016-2018年中国中医行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国中医行业消费特点

第二节 中国中医行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 中医行业成本分析

第四节 中医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 中国中医行业价格现状分析

第六节 中国中医行业平均价格走势预测

一、中国中医行业价格影响因素

二、中国中医行业平均价格走势预测

三、中国中医行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国中医行业区域市场现状分析

第一节 中国中医行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区中医市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中医市场规模分析

四、华东地区中医市场规模预测

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、华中地区中医市场规模分析

四、华中地区中医市场规模预测

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、华南地区中医市场规模分析

第九章 2016-2018年中国中医行业竞争情况

第一节 中国中医行业竞争结构分析（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 中国中医行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国中医行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 中医行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2019-2025年中国中医行业发展前景分析与预测

第一节 中国中医行业未来发展前景分析

一、中医行业国内投资环境分析

二、中国中医行业市场机会分析

三、中国中医行业投资增速预测

第二节 中国中医行业未来发展趋势预测

第三节 中国中医行业市场发展预测

一、中国中医行业市场规模预测

二、中国中医行业市场规模增速预测

三、中国中医行业产值规模预测

四、中国中医行业产值增速预测

五、中国中医行业供需情况预测

第四节 中国中医行业盈利走势预测

一、中国中医行业毛利润同比增速预测

二、中国中医行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国中医行业投资风险与营销分析

第一节 中医行业投资风险分析

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

第二节 中医行业企业经营发展分析及建议

- 一、中医行业经营模式
- 二、中医行业销售模式
- 三、中医行业创新方向

第三节 中医行业应对策略

- 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 2019-2025年中国中医行业发展策略及投资建议

第一节 中国中医行业品牌战略分析

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

第二节 中国中医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 中国中医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

第十四章 2019-2025年中国中医行业发展策略及投资建议

第一节 中国中医行业产品策略分析

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 中国中医行业定价策略分析

第三节 中国中医行业营销渠道策略

一、中医行业渠道选择策略

二、中医行业营销策略

第四节 中国中医行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中医行业重点投资区域分析

二、中国中医行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/375103375103.html>