

# 2023-2029年中国中药材行业 发展趋势与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国中药材行业发展趋势与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202309/401439.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国中药材行业发展趋势与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 中药材产业相关概述 13

第一节 中药与中药材 13

一、现代中药科学的发展 13

二、中药材范围及分类 13

三、中药材成份 13

四、中药材生产技术 14

五、中药材的鉴定 14

第二节 中药材行业特点及行业特性 15

一、中药材行业特点 15

二、中药材行业消费特征 15

在我国政策鼓励、市场需求、经济带动等因素多方面影响下，中药材行业将继续有着较好的上层环境，中医药文化基础也将不断加深。随着人民生活水平逐步提高、人口老龄化加剧以及医疗保障体制不断完善，百姓对中医药认知度在逐渐提高，对药物以及养生保健品的需求量日益扩大。

三、中药材行业产品结构特征 15

中药产业包括中草药材、中药饮片和中成药三大支柱产业。中草药材指中医指导下应用的原生药材，部分药材具有“药食同源”的特点，可直接用于食品和保健品；中草药材经过按中医药理论、中药炮制方法加工炮制后制成中药饮片，其中，中药饮片颗粒是将中药材进一步提取和浓缩而成的单位颗粒，具有不需煎煮、卫生方便等优点；单味或多味的中药饮片精制后即中成药，包括用中药传统制作方法制成的丸、散、膏、丹等剂型和用现代药物制剂技术制作的中药片剂、针剂、胶囊、口服液等专科用药。

四、中药材行业原材料供给特征 16

五、中药材行业产业竞争特征 16

现有中药材种植基地多为当地弃耕的贫瘠山坡耕地、退耕还林地和荒漠沙土地，基地分散、位置偏远、规模小，且以千家万户分散种植、生产、交易为主，组织形式单一，管理松散，农场式、合作社等中药农业组织模式尚处于起步和探索阶段。严格按GAP标准实施的规范化基地不到栽培药材生产面积的10%。总体来看，中药种植行业组织管理松散，规范化水平有待提高。中药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，特色产品未能形成优势产业，自然资源优势未能转化为经济优势。同时，工业与农业对接的合作机制与模式尚未建立起来，工业反哺农业渠道尚未畅通。

目前，因经营业绩压力大，大部分中药农业企业均处于为生存而战的状态，主动开拓市场、种植适销对路品种、数据描述产品优势与确定目标市场等能力弱，尚缺乏与工业企业对接的工业语言和商品策略，道地药材潜在的经济价值还未得到深入挖掘，品牌创效益的作用不明显，更谈不上品牌培育。就是有品牌，亦多是以区域品牌，如“中宁枸杞”、“文山三七”等形式出现，这样在区域间会形成区隔，但在区域内产品雷同、品牌混杂，差异优势或公司优势几乎未能体现。

六、中药材行业产业链特征 16

第三节 中药材

资源保护分析 17 一、贸易公约保护 17 二、产业预警保护 17 三、中草药基因保护 18 四、人工栽培保护 18 五、法律法规保护 18 第四节 生物多样性与中药资源可持续发展 18 一、中药资源开发与利用对生物多样性的威胁 18 二、中药资源的可持续发展需要生物多样性的保护 18 三、中药资源可持续发展与生物多样性保护的协调发展 19 第二章 中国中药产业整体运行态势分析 21 第一节 中国中药产业发展总况 21 一、中药行业发展历程 21 二、中国力推中药产业结构优化升级 21 三、中国中药产业进入快速增长期 21 五、中药配方颗粒产业化现状、问题及建议 22 五、中国拟将中医药产业进一步推向世界 25 第二节 中国中药企业发展分析 25 一、中国中药企业数量 25 二、中国中医药品牌发展研究 26 第三节 中国中药市场调研 26 一、中国中药存在的问题 26 二、中国中药保健食品和非药物疗法市场发展分析 27 第四节 中国中药行业国际化发展分析 28 一、中药行业国际化发展现状及对策探讨 28 二、中国开拓中药国际市场要素探讨 28 第五节 中药产业规范化现代化发展研究 29 一、中药产业规范化现代化发展之路概述 29 二、中药现代化发展对策 29 三、中药现代化的研究现状与模式 30 第六节 中国中药可持续发展研究 32 一、可持续发展面临的问题 32 二、可持续发展对策 32 第三章 中国中药材行业发展分析 36 第一节 中国中药发展分析 36 一、中国中药产业格局分析 36 二、国内外中药市场对比分析 36 三、世界未来中药开发的热点 36 第二节 主要国家地区中药材市场 37 一、美国中药材市场 37 二、德国中药材市场 37 三、丹麦中医药市场 37 四、日本中药材市场 38 五、韩国中药材市场 39 六、东南亚中药材市场 39 第三节 中国中药材市场发展分析预测 39 第四章 中国中药材市场整体供需形势分析 41 第一节 中国中药材供给情况分析 41 一、中国中药材种植面积及区域分布 41 二、中药材生产基地建设情况 41 三、中国中药材产量 43 第二节 中国中药材生产技术研究 44 一、2020年中药材春季生产技术指导意见 44 二、绿色中药材栽培技术的研究 46 三、中药材病虫害的生物防治 46 第三节 中国中药材市场需求分析 46 第四节 中国中药材生产存在的问题分析 47 一、种子种苗的提纯复壮和优良种品选育工作滞后，造成中药材的质量不稳定 47 二、中药材中农药残留、有害重金属含量超标 47 三、不合理的开发利用，野生资源消耗速度过快 47 四、中药材栽培、加工技术不规范 48 第五节 对中国中药材市场的分析及思考 48 一、中药材市场变化的方向 48 二、中国中药材产业发展的新思路 49 第五章 中国中药材重点品种市场调研 51 第一节 中国参类品市场调研 51 一、鲜或干的西洋参 51 二、鲜或干的人参 52 第二节 中国板兰根市场调研 54 一、概况 54 二、市场供需 54 三、市场价格 54 第三节 中国五味子市场调研 54 一、概况 54 二、种植效益 55 三、市场前景 55 第四节 中国金银花市场调研 55 一、概况 55 二、形态特征及生态环境 56 三、产区分布 56 四、市场发展 57 第五节 中国何首乌市场调研 58 一、药理作用 58 二、区域分布 58 三、市场发展 58 第六节 中国田七市场调研 58 一、市场概况 58 二、云南省田七规划 59 第七节 中国当归市场调研 60 一、当归种植热情持续高涨 60 二、甘肃是当归大省 61 三

、&ldquo;中国当归之乡&rdquo;&mdash;&mdash;岷县 61 四、价格持续下行 61 第八节 其他 62

一、党参 62 二、黄连 62 三、菊花 64 四、川芎 65 五、半夏 65 六、黄芪 66 七、杜仲 66 八、茯苓 67 第六章 中国规模较大的中药材市场调研 69 第一节 中国四大药都分析 69 一、安徽亳州中药材市场 69 二、河北安国中药材市场 69 三、河南禹州中药材市场 70 四、江西樟树中药材市场 70 第二节 其它中药材市场发展分析 71 一、重庆解放路中药材市场 71 二、山东鄄城县舜王城药材市场 72 三、广州清平中药材市场 72 四、甘肃陇西中药材市场 72 五、广西玉林中药材市场 72 六、湖北省蕲州中药材专业市场 73 七、湖南省邵东县药材专业市场 73 八、广东省普宁中药材专业市场 73 九、昆明菊花园中药材专业市场 74 十、成都市荷花池药材专业市场 74 第七章 中国中药材市场价格监测 76 第一节 中国中药材价格分析 76 一、收购监测 76 二、批发价格走势 76 第二节 中国主要中药材产品价格分析 77 第三节 影响中药材价格起浮的因素分析 77 一、野生中药材资源日渐匮乏 77 二、家种药材受自然灾害减产 77 三、人工成本增加等原因 77 第四节 中国中药材物价格趋向预测 78 第八章 近几年中国中药材相关经济指标分析 79 第一节 中国中成药制造行业数据监测分析 79 一、中国中成药制造行业规模分析 79 二、中国中成药制造行业产值分析 79 三、中国中成药制造行业成本费用分析 79 四、中国中成药制造行业盈利能力分析 80 第二节 中国中药饮片制造行业数据监测分析 80 一、中国中药饮片制造行业规模分析 80 二、中国中药饮片制造行业产值分析 81 三、中国中药饮片制造行业成本费用分析 81 四、中国中药饮片制造行业盈利能力分析 82 第九章 中国中药材细分产品进出口贸易数据统计分析 83 第一节 中国鲜或干的甘草进出口统计分析 83 一、鲜或干的甘草进口情况分析 83 二、鲜或干的甘草出口情况分析 83 三、鲜或干的甘草进出口国家及地区分析 83 第二节 中国鲜或干的西洋参进出口统计分析 84 一、鲜或干的西洋参进口情况分析 84 二、鲜或干的西洋参出口情况分析 84 三、鲜或干的西洋参进出口国家及地区分析 84 第三节 中国鲜或干的人参进出口统计分析 85 一、鲜或干的人参进口情况分析 85 二、鲜或干的人参出口情况分析 85 三、鲜或干的人参进出口国家及地区分析 85 第四节 中国鲜或干的当归进出口统计分析 86 一、鲜或干的当归进口情况分析 86 二、鲜或干的当归出口情况分析 86 三、鲜或干的当归进出口国家及地区分析 86 第五节 中国鲜或干的田七进出口统计分析 87 一、鲜或干的田七进口情况分析 87 二、鲜或干的田七出口情况分析 87 三、鲜或干的田七进出口国家及地区分析 87 第六节 中国鲜或干的党参进出口统计分析 88 一、鲜或干的党参进口情况分析 88 二、鲜或干的党参出口情况分析 88 三、鲜或干的党参进出口国家及地区分析 88 第七节 中国其它中药材进出口贸易数据分析 89 一、鲜或干的黄连 89 二、鲜或干的贝母 89 三、鲜或干的川芎 89 四、鲜或干的半夏 90 五、鲜或干的白芍 90 六、鲜或干的天麻 90 七、鲜或干的黄芪 90 八、鲜或干的大黄、籽黄 91 九、鲜或干的白术 91 十、鲜或干的地黄 91 十一、鲜或干的槐米 92 十二、鲜或干的杜仲 92 十三、鲜或干的茯苓 92 第十章 中

国中药材市场竞争力分析 93 第一节 中国中药材竞争总况 93 一、中国中药材市场竞争环境 93 二、中药材走向世界竞争力是关键 94 三、国内主要中药材企业动向 95 四、国内中药材拟在建项目分析 96 第二节 中国中药材市场集中度分析 96 第三节 中国中药材提升竞争力策略分析 97 第四节 中国中药材竞争趋势预测分析 98 第十一章 中国中药材产业发展趋势分析 99 第一节 中国医药发展趋势分析 99 第二节 中国中药材行业发展未来总体趋势 99 一、中药材产业政策趋向 99 二、中药材技术革新趋势 100 第三节 中国中药材行业供需预测分析 100 一、中国中药材产量预测 100 二、中国中药材需求预测 100 三、主要中药材市场规模预测 101 第四节 中国中药材种植盈利预测 101 第十二章 中药材产业投资环境分析 102 第一节 中国经济环境分析 102 一、中国GDP增长情况分析 102 二、中国全社会固定资产投资分析 102 三、中国社会消费品零售总额分析 103 四、中国对外贸易发展形势分析 103 五、医药产业在国民经济中的作用分析 104 第二节 中国中药材产业政策环境分析 104 一、制订实施中药材生产管理规范 104 二、中药材市场监管 105 三、中药材进出口贸易政策分析 105 五、中药品种保护条例 106 六、相关政策 107 第三节 中国医药卫生体制改革分析 110 一、医药卫生体制改革意义 110 二、医药卫生体制改革思想及原则 111 三、医药卫生体系与制度改革分析 112 四、医药卫生体系改革方向 116 五、医药卫生体制改革重点工作分析 116 六、医药卫生体制改革步骤分析 118 七、新医改对中药材行业的影响分析 118 第四节 中国中医药发展战略规划纲要（2016-2030年） 119 一、基本形势 119 二、指导思想、基本原则和发展目标 120 三、重点任务 121 四、保障措施 127 五、组织实施 129 第十三章 中国中药材市场投资商机评估 130 第一节 中国中药材行业发展潜力与挑战 130 一、面临的挑战 130 二、发展潜力 130 第二节 中国中药材发展机遇分析 131 一、《全国道地药材生产基地建设规划（2018&mdash;2025年）》 131 二、新冠病毒疫情导致未来中医药发展被看好 131 第三节 中国中药材投资前景预警 132 一、市场风险 132 二、政策风险 132 三、经营风险 133 四、技术风险 133 五、同业竞争风险 133 六、其他风险 133 第四节 中药材行业投资效益分析 134 第十四章 中药材行业投资规划建议研究 135 第一节 中药材行业投资前景研究 135 一、战略综合规划 135 二、技术开发战略 135 三、区域战略规划 136 四、产业战略规划 136 五、营销品牌战略 136 六、竞争战略规划 136 第二节 对中国中药材品牌的战略思考 136 一、中药材品牌的重要性 136 二、中药材实施品牌战略的意义 137 三、我国中药材企业的品牌战略 138 四、中药材品牌战略管理的策略 138 第三节 中国中药材国际市场战略研究 139 一、中国中药材进军国际市场的现状及形势分析 139 二、中药进军国际市场具体策略探讨 140

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/401439.html>