

2025-2031年中国天然药物 市场深度分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国天然药物市场深度分析与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202506/487637.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《2025-2031年中国天然药物市场深度分析与发展前景预测报告》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 中国天然药物行业转型升级背景分析

1.1 天然药物定义与范围

1.1.1 广义天然药物

1.1.2 狭义天然药物

1.2 中国中药行业发展现状分析

1.2.1 中药行业市场规模

1.2.2 中药行业供给结构

1.2.3 中药行业竞争格局

1.3 中国天然药物行业转型升级环境动因分析

1.3.1 政策环境动因分析

1.3.2 经济环境动因分析

1.3.3 社会环境动因分析

(1) 消费观念的变化

(2) 天然绿色潮流

(3) 对天然药物的认知程度

1.4 中国天然药物行业转型升级内在动因分析

1.4.1 上游

1.4.2 出口

第二章 国际天然药物行业发展分析

2.1 国际天然药物行业发展状况分析

2.2 美国天然药物行业发展状况分析

2.2.1 美国天然药物行业发展历程

2.2.2 美国天然药物行业研究现状

2.2.3 美国天然药物行业生产现状

2.2.4 美国天然药物发展经验借鉴

2.3 德国天然药物行业发展状况分析

2.3.1 德国天然药物行业发展历程

2.3.2 德国天然药物行业研究现状

2.3.3 德国天然药物行业生产现状

2.3.4 德国天然药物发展经验借鉴

2.4 日本天然药物行业发展状况分析

2.4.1 日本天然药物行业发展历程

2.4.2 日本天然药物行业研究现状

2.4.3 日本天然药物行业生产现状

2.4.4 日本天然药物发展经验借鉴

(1) 提高中药质量

(2) 加强政府扶持和政策引导

(3) 增强专利保护与利用意识

(4) 中药企业注重提高自身竞争力

(5) 发展中药相关产业

(6) 重视中药的本质

2.5 韩国天然药物行业发展状况分析

2.5.1 韩国天然药物行业发展历程

2.5.2 韩国天然药物行业研究现状

2.5.3 韩国天然药物行业生产现状

2.5.4 韩国天然药物发展经验借鉴

第三章 中国天然药物行业转型升级模式分析

3.1 天然药物行业转型升级模式分类

3.2 天然药物行业专业化模式分析

3.2.1 佛慈制药专业化模式分析

(1) 企业发展历程

(2) 业务构成

(3) 经营状况

(4) 经营优劣势

(5) 专业化战略

3.2.2 莱茵生物专业化模式分析

- 3.2.3 中新药业专业化模式分析
- 3.2.4 羚锐制药专业化模式分析
- 3.2.5 仁和药业专业化模式分析
- 3.3 天然药物行业纵向一体化模式分析
 - 3.3.1 九芝堂纵向一体化模式分析
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 业务构成
 - (3) 经营状况
 - (4) 经营优劣势
 - (5) 纵向一体化战略
 - 3.3.2 东阿阿胶纵向一体化模式分析
 - 3.3.3 昆明制药纵向一体化模式分析
 - 3.3.4 华润双鹤纵向一体化模式分析
 - 3.3.5 康缘药业纵向一体化模式分析
- 3.4 天然药物行业相关多元化模式分析
 - 3.4.1 云南白药相关多元化模式分析
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 业务构成
 - (3) 经营状况
 - (4) 经营优劣势
 - (5) 企业相关多元化战略
 - 3.4.2 同仁堂相关多元化模式分析
 - 3.4.3 天士力相关多元化模式分析
 - 3.4.4 片仔癀相关多元化模式分析
 - 3.4.5 马应龙相关多元化模式分析
- 3.5 天然药物行业不相关多元化模式分析
 - 3.5.1 太极集团不相关多元化模式分析
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 业务构成
 - (3) 经营状况
 - (4) 经营优劣势
 - (5) 不相关多元化战略

3.5.2 吉林敖东不相关多元化模式分析

3.5.3 中恒集团不相关多元化模式分析

第四章 中国天然药物行业转型升级热点方向分析

4.1 天然药材种植业

4.1.1 天然药材种植面积与种类

(1) 种植规模

(2) 药材种类

1) 各地生产经营的中药材种类

2) 《药典》收载的中药材种类

3) 地方标准收载的药材种类

4) 出口的药材种类

5) 贵重药材的种类

6) 民间药/民族药种类

4.1.2 天然药材种植项目建设分析

(1) 项目建设条件

(2) 项目投资成本

(3) 项目投资效益

4.1.3 天然药材GAP基地建设现状

(1) 中药材生产基地建设形态

(2) 中药材GAP基地建设现状

(3) 中药材GAP认证企业数量

(4) 中药材GAP认证企业区域分布

(5) 中药材GAP种植企业及品种分布

(6) 中药材GAP基地建设特点

4.1.4 天然药材GAP基地运作模式

(1) “公司+农户”运作模式

(2) “公司+基地”运作模式

4.1.5 天然药材种植产值效益参考

4.1.6 天然药材重点品种流通分析

4.1.7 天然药材种植产业化发展前景

4.2 天然药物提取物行业

4.2.1 天然药物提取物行业发展规模

4.2.2 天然药物提取物行业竞争格局

4.2.3 天然药物提取物行业影响因素

(1) 产业政策

(2) 技术替代

(3) 市场需求趋势

(4) 行业发展瓶颈

(5) 国际市场的冲击

4.2.4 天然药物提取物行业盈利水平

4.2.5 天然药物提取物行业发展特点

4.2.6 天然药物提取物行业前景预测

4.2.7 天然药物提取物行业发展战略

(1) 产业化发展战略

(2) 集群化发展战略

4.3 天然功能食品行业

4.3.1 天然功能食品行业发展规模

4.3.2 天然功能食品行业区域分布

4.3.3 天然功能食品行业竞争格局

4.3.4 天然功能食品行业主要企业

4.3.5 天然功能食品行业盈利模式

4.3.6 天然功能食品行业利润水平

4.3.7 天然功能食品开发应用现状

(1) 天然功能食品注册信息统计

(2) 天然功能食品批准种类统计

4.3.8 天然功能食品行业发展战略

(1) 进一步加强天然功能食品的理论研究

(2) 采用高新技术生产天然功能食品

(3) 建立完整的天然功能食品评价体系

4.4 天然药妆行业

4.4.1 天然药妆行业发展规模

(1) 国际天然药妆市场规模

(2) 中国天然药妆市场规模

4.4.2 天然药妆行业区域分布

- (1) 国际天然药妆区域分布
- (2) 中国天然药妆区域分布
- 4.4.3 天然药妆行业竞争格局
 - (1) 竞争层次
 - (2) 竞争格局
- 4.4.4 天然药妆下游需求分析
 - (1) 天然药妆消费特点
 - (2) 天然药妆消费人群
 - (3) 天然药妆消费结构
- 4.4.5 天然药妆产品需求现状
 - (1) 保湿类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (2) 祛斑类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (3) 美白类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (4) 抗衰老类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (5) 祛痘类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (6) 祛角质类天然药妆市场需求与品牌格局
 - (7) 其他类天然药妆市场需求与品牌格局
- 4.4.6 天然药妆行业投资机会
- 4.4.7 天然药妆行业发展战略
- 4.5 天然茶饮料行业
 - 4.5.1 天然茶饮料行业发展规模
 - 4.5.2 天然茶饮料行业区域分布
 - 4.5.3 天然茶饮料行业竞争格局
 - 4.5.4 天然茶饮料行业影响因素
 - 4.5.5 天然茶饮料行业盈利模式
 - 4.5.6 天然茶饮料行业进入壁垒
 - 4.5.7 天然茶饮料行业发展战略
- 4.6 天然药物日化行业
 - 4.6.1 天然药物日化行业发展历程
 - 4.6.2 天然药物洗发产品分析
 - (1) 中草药护发功能明确
 - (2) 中药洗发市场发展历程

(3) 中药洗发市场发展前景

4.6.3 天然药物牙膏产品分析

(1) 中药有效缓解口腔问题

(2) 中药牙膏市场竞争格局

(3) 中药牙膏使用调查分析

(4) 中药牙膏市场发展规模

(5) 中药牙膏市场发展前景

第五章 中国天然药物行业转型升级战略管理分析

5.1 天然药物行业转型升级时机选择

5.1.1 转型升级实现的条件

5.1.2 转型升级时机的识别

5.1.3 转型升级时机的选择

(1) 基于产业生命周期理论优先选择主动转型

(2) 在战略转型的内部条件具备的时候实施转型

(3) 对战略转型时机的把握不能超出企业能力的控制范围

5.2 天然药物行业转型升级路径选择

5.2.1 新业务的进入

(1) 内部培育

(2) 并购

(3) 联盟

5.2.2 旧业务的退出

(1) 剥离

(2) 战略性暂时停业

(3) 收割

5.3 天然药物行业转型升级资源保障

5.3.1 有形资源对天然药物行业转型升级的影响分析

(1) 固定资产对天然药物行业转型升级的影响分析

(2) 财务资产对天然药物行业转型升级的影响分析

5.3.2 无形资源对天然药物行业转型升级的影响分析

(1) 无形资产对天然药物行业转型升级的影响分析

(2) 人力资源对天然药物行业转型升级的影响分析

(3) 历史绩效对天然药物行业转型升级的影响分析

5.4 天然药物行业转型升级风险管控

5.4.1 转型升级——高风险战略行为

5.4.2 天然药物行业转型升级主要问题

- (1) 转型升级产业选择被资本市场热点左右
- (2) 转型升级时机与切入点选择不当
- (3) 将转型升级等同于追求多元化
- (4) 资源冲突和管理跨度加大产生管理不适应症

5.5 天然药物行业转型升级品牌战略

5.5.1 天然药物行业转型升级品牌战略地位

5.5.2 天然药物行业转型升级品牌建设策略

5.5.3 天然药物行业转型升级品牌战略实施

5.5.4 天然药物行业转型升级品牌建设定位

5.5.5 天然药物行业转型升级品牌发展趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202506/487637.html>