

2021-2027年中国天然药物 行业前景展望与市场前景预测报告

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

《2021-2027年中国天然药物行业前景展望与市场前景预测报告》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/202108/233222.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

天然药物，是指经现代医药体系证明具有一定药理活性的动物药、植物药和矿物药等。天然药物不等同于中药或中草药。随着社会的发展，人们越来越关注化学药品给人类自身健康及生活环境带来的负面影响；回归自然、保护环境已成为一种处理人类和环境关系的潮流思想。包括植物药、动物药和海洋药物的天然药物的研究和开发顺势大力发展，对天然药物的各种人为禁制也趋于宽松。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国天然药物行业前景展望与市场前景预测报告》共五章。首先介绍了天然药物行业市场发展环境、天然药物整体运行态势等，接着分析了天然药物行业市场运行的现状，然后介绍了天然药物市场竞争格局。随后，报告对天然药物做了重点企业经营状况分析，最后分析了天然药物行业发展趋势与投资预测。您若想对天然药物产业有个系统的了解或者想投资天然药物行业，本报告是您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。

报告目录：

第1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 中国天然药物行业发展现状分析

1.2.1 中国天然药物市场规模分析

1.2.2 中国天然药物市场竞争格局分析

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）“三观”的变化

1) 发展观

2) 消费观

3) 医疗保健观

(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：原材料成本上涨压缩盈利空间

1.4.2下游：开发利用程度低

1.4.3出口：受困准入壁垒产品技不如人

1.5 中国天然药物行业转型升级必要性分析

1.5.1促进主业提高竞争力

1.5.2提高资产利用率

1.5.3增加抗风险能力

1.5.4培育灵活的经营机制

1.6 中国天然药物行业转型升级SWOT分析

1.6.1优势(Strength)分析

1.6.2劣势(Weakness)分析

1.6.3机会(Opportunity)分析

1.6.4威胁(Threat)分析

第2章：全球天然药物行业发展与转型升级分析

2.1 全球天然药物行业发展状况分析

2.2 美国天然药物行业发展与转型升级分析

2.2.1美国天然药物行业发展历程

2.2.2美国天然药物行业技术发展与转型升级分析

2.2.3美国天然药物行业生产发展与转型升级分析

2.2.4美国天然药物行业产品发展与转型升级分析

2.2.5美国天然药物企业转型升级案例分析

(1) 安利纽崔莱

(2) 倍健

(3) 万达利

(4) 草药生活国际公司

(5) NuSkin

(6) Forever-Living

2.2.6美国天然药物行业转型升级经验借鉴

2.3 德国天然药物行业发展与转型升级分析

2.3.1德国天然药物行业发展历程

2.3.2德国天然药物行业技术与转型升级分析

2.3.3德国天然药物行业生产发展与转型升级分析

2.3.4德国天然药物行业产品发展与转型升级分析

2.3.5德国天然药物企业转型升级案例分析

(1) 默克

(2) 瓦格兄弟

(3) ANZAG

2.3.6德国天然药物行业转型升级经验借鉴

2.4 日本天然药物行业发展与转型升级分析

2.4.1日本天然药物行业发展历程

2.4.2日本天然药物行业技术与转型升级分析

2.4.3日本天然药物行业生产发展与转型升级分析

2.4.4日本天然药物行业产品发展与转型升级分析

2.4.5日本天然药物企业转型升级案例分析

(1) 津村顺天堂

(2) 小太郎

(3) 钟纺株式会社

2.4.6日本天然药物行业转型升级经验借鉴

2.5 韩国天然药物行业发展与转型升级分析

2.5.1韩国天然药物行业发展历程

2.5.2韩国天然药物行业技术与转型升级分析

2.5.3韩国天然药物行业生产发展与转型升级分析

2.5.4韩国天然药物行业产品发展与转型升级分析

2.5.5韩国天然药物企业转型升级案例分析

(1) LG生活健康

(2) 正官庄

2.5.6韩国天然药物行业转型升级经验借鉴

2.6 香港天然药物行业发展与转型升级分析

2.6.1香港天然药物行业发展历程

2.6.2香港天然药物行业技术与转型升级分析

2.6.3香港天然药物行业生产发展与转型升级分析

2.6.4香港天然药物行业产品发展与转型升级分析

2.6.5香港天然药物企业转型升级案例分析

(1) 和记黄埔

(2) 京都念慈庵

2.6.6香港天然药物行业转型升级经验借鉴

第3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) 佛慈制药发展历程

(2) 佛慈制药业务构成

(3) 佛慈制药经营状况

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 偿债能力

4) 运营能力

5) 发展能力

(4) 佛慈制药专业化战略

3.2.2莱茵生物专业化模式分析

(1) 莱茵生物发展历程

(2) 莱茵生物业务构成

(3) 莱茵生物经营状况

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 偿债能力

4) 运营能力

5) 发展能力

(4) 莱茵生物专业化战略

3.2.3中新药业专业化模式分析

(1) 中新药业发展历程

(2) 中新药业业务构成

(3) 中新药业经营状况

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 偿债能力

4) 运营能力

5) 发展能力

(4) 中新药业专业化战略

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) 九芝堂发展历程

(2) 九芝堂业务构成

1) 天然药物业务

2) 天然药物纵向一体化业务

(3) 九芝堂经营状况

1) 天然药物业务

2) 天然药物纵向一体化业务

3) 业务对比分析

(4) 九芝堂纵向一体化战略

3.3.2 东阿阿胶纵向一体化模式分析

(1) 东阿阿胶发展历程

(2) 东阿阿胶业务构成

1) 天然药物业务

2) 天然药物纵向一体化业务

(3) 东阿阿胶经营状况

1) 天然药物业务

2) 天然药物纵向一体化业务

3) 业务对比分析

(4) 东阿阿胶纵向一体化战略

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) 云南白药发展历程

(2) 云南白药业务构成

1) 天然药物业务

2) 天然药物相关多元化业务

(3) 云南白药经营状况

1) 天然药物业务

2) 天然药物相关多元化业务

3) 业务对比分析

(4) 云南白药相关多元化战略

3.4.2 同仁堂相关多元化模式分析

(1) 同仁堂发展历程

(2) 同仁堂业务构成

1) 天然药物业务

2) 天然药物相关多元化业务

(3) 同仁堂经营状况

1) 天然药物业务

2) 天然药物相关多元化业务

3) 业务对比分析

(4) 同仁堂相关多元化战略

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) 太极集团发展历程

(2) 太极集团业务构成

1) 天然药物业务

2) 天然药物不相关多元化业务

(3) 太极集团经营状况

1) 天然药物业务

2) 天然药物不相关多元化业务

3) 业务对比分析

(4) 太极集团不相关多元化战略

3.5.2 吉林敖东不相关多元化模式分析

(1) 吉林敖东发展历程

（2）吉林敖东业务构成

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务

（3）吉林敖东经营状况

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务
- 3) 业务对比分析

（4）吉林敖东不相关多元化战略

3.5.3天目药业不相关多元化模式分析

（1）天目药业发展历程

（2）天目药业业务构成

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务

（3）天目药业经营状况

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务
- 3) 业务对比分析

（4）天目药业不相关多元化战略

3.5.4中恒集团不相关多元化模式分析

（1）中恒集团发展历程

（2）中恒集团业务构成

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务

（3）中恒集团经营状况

- 1) 天然药物业务
- 2) 天然药物不相关多元化业务
- 3) 业务对比分析

（4）中恒集团不相关多元化战略

3.5.5天然药物行业不相关多元化模式SWOT分析

（1）优势(Strength)分析

（2）劣势(Weakness)分析

（3）机会(Opportunity)分析

(4) 威胁(Threat)分析

3.6 天然药物行业转型升级模式比较

3.6.1 基于企业整体经营状况的转型升级模式比较

(1) 各转型升级模式下天然药物行业上市公司业绩分析

(2) 转型升级对企业整体经营状况的影响

3.6.2 基于企业天然药物业务经营状况的转型升级模式比较

(1) 各转型升级模式下行业内上市公司天然药物业务业绩分析

(2) 转型升级对企业天然药物业务经营状况的影响

第4章：中国天然药物行业转型升级热点方向分析

4.1 天然药物行业产业链分析

4.2 天然药材种植业——传统产业现代化

4.2.1 天然药材种植面积与种类

(1) 种植规模

(2) 药材种类

4.2.2 天然药材种植项目建设条件

4.2.3 天然药材种植项目投资成本

4.2.4 天然药材种植项目投资效益

4.2.5 天然药材种植模式发展分析

(1) 传统农耕种植模式

(2) 中药材GAP种植模式

(3) 特种经济动物养殖模式

(4) 大规模生物反应器模式

4.2.6 天然药材GAP基地建设现状

4.2.7 天然药材种植产值效益参考

4.2.8 天然药材市场下游需求分析

4.2.9 天然药材种植产业化趋势预测

4.3 天然药物提取物行业——中药西做

4.3.1 天然药物提取物行业发展规模分析

4.3.2 天然药物提取物行业竞争格局分析

4.3.3 天然药物提取物行业发展影响因素

(1) 产业政策

(2) 技术替代

(3) 市场需求趋势

(4) 行业发展瓶颈

1) 大部分企业仍集中在中小规模阶段

2) 人员素质不高

3) 国家质量标准体系尚不健全

(5) 国际市场的冲击

4.3.4天然药物提取物行业技术水平分析

4.3.5天然药物提取物行业经营模式分析

4.3.6天然药物提取物行业进入壁垒分析

(1) 技术门槛

(2) 品牌和产品质量

(3) 成本控制

(4) 销售渠道

(5) 规模经营

(6) 相关许可证

4.3.7天然药物提取物产业化格局

(1) 银杏提取物研究应用与生产企业

(2) 大豆提取物研究应用与生产企业

(3) 人参提取物研究应用与生产企业

(4) 甘草提取物研究应用与生产企业

(5) 当归提取物研究应用与生产企业

(6) 枸杞提取物研究应用与生产企业

(7) 绿茶提取物研究应用与生产企业

(8) 葛根提取物研究应用与生产企业

(9) 灵芝提取物研究应用与生产企业

(10) 鱼油提取物研究应用与生产企业

(11) 红豆杉提取物研究应用与生产企业

(12) 青蒿提取物研究应用与生产企业

(13) 麻黄提取物研究应用与生产企业

(14) 海藻提取物研究应用与生产企业

4.3.8天然药物提取物行业发展战略分析

（1）产业化发展战略

- 1) 先期迎合市场，后期培育市场
- 2) 改进工艺技术，提高科技附加值
- 3) 改进检测技术、提高产品质量
- 4) 保护中药资源，防止掠夺收购

（2）集群化发展战略

- 1) 以规范为基础
- 2) 以创新为手段
- 3) 以转型为导向

4.4 天然功能食品行业——药食同源

4.4.1 天然功能食品行业发展规模分析

（1）资产负债规模

（2）企业数量及从业人员

4.4.2 天然功能食品行业供求平衡分析

（1）工业总产值增长情况

（2）销售收入增长情况

4.4.3 天然功能食品行业发展影响因素

（1）原材料因素

（2）产品功效因素

（3）销售渠道因素

4.4.4 天然功能食品行业技术水平分析

4.4.5 天然功能食品行业经营模式分析

4.4.6 天然功能食品行业进入壁垒分析

（1）规模经济壁垒

（2）整合成本壁垒

（3）差异化壁垒

（4）资本需求壁垒

（5）转换成本壁垒

（6）销售渠道壁垒

4.4.7 天然功能食品开发应用现状分析

（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

4.4.8天然功能食品行业发展战略分析

- (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

4.5 天然药妆行业——“药”而优则“妆”

4.5.1天然药妆行业发展规模分析

4.5.2天然药妆行业竞争格局分析

- (1) 国内药妆行业竞争现状
- (2) 国内药妆品牌竞争力分析
- (3) 国外药妆品牌在华竞争分析

4.5.3天然药妆行业下游需求分析

- (1) 天然药妆需求现状
- (2) 天然药妆消费人群
- (3) 天然药妆消费结构

4.5.4天然药妆行业影响因素分析

4.5.5天然药妆行业经营模式分析

4.5.6天然药妆行业进入壁垒分析

4.5.7天然药妆产品市场需求现状

- (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

4.5.8天然药妆行业发展战略分析

4.6 天然药物牙膏行业——对撼外资品牌的武器

4.6.1天然药物牙膏行业发展规模分析

4.6.2天然药物牙膏行业竞争格局分析

4.6.3天然药物牙膏行业影响因素分析

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素

- 4.6.4天然药物牙膏行业趋势预测分析
- 4.6.5天然药物牙膏行业盈利模式分析
- 4.6.6天然药物牙膏行业进入壁垒分析
- 4.6.7天然药物牙膏行业投资前景分析
- 4.7 天然药疗服务行业——休闲养生新概念
 - 4.7.1天然药疗服务行业发展规模分析
 - 4.7.2天然药疗服务行业竞争格局分析
 - 4.7.3天然药疗服务行业影响因素分析
 - (1) 有利因素
 - (2) 不利因素
 - 4.7.4天然药疗服务行业趋势预测分析
 - 4.7.5天然药疗服务行业盈利模式分析
 - 4.7.6天然药疗服务行业进入壁垒分析
 - 4.7.7天然药疗服务行业投资前景分析
- 4.8 天然农兽药行业——千元鸡的由来
 - 4.8.1天然农兽药行业发展规模分析
 - 4.8.2天然农兽药行业生产状况分析
 - 4.8.3天然农兽药行业竞争格局分析
 - 4.8.4天然农兽药行业影响因素分析
 - (1) 有利因素
 - (2) 不利因素
 - 4.8.5天然农兽药行业趋势预测分析
 - 4.8.6天然农兽药行业盈利模式分析
 - 4.8.7天然农兽药行业盈利因素分析
 - 4.8.8天然农兽药行业进入壁垒分析
 - (1) 资质壁垒
 - (2) 资金壁垒
 - (3) 技术壁垒
 - (4) 营销网络和技术服务体系壁垒
 - (5) 生产工艺和质量控制壁垒
 - (6) 人力资源壁垒
 - 4.8.9天然农兽药行业投资前景分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 产品质量风险

(4) 市场竞争风险

(5) 宏观经济波动风险

(6) 关联行业风险

4.9 连锁药店行业——品牌体验营销

4.9.1 连锁药店行业发展规模分析

4.9.2 连锁药店行业竞争格局分析

4.9.3 连锁药店行业影响因素分析

(1) 有利因素

(2) 不利因素

4.9.4 连锁药店行业趋势预测分析

4.9.5 连锁药店行业盈利模式分析

4.9.6 连锁药店行业进入壁垒分析

4.9.7 连锁药店行业投资前景分析

4.10 天然药物行业转型升级行业选择分析

4.10.1 行业吸引力评价体系分析

(1) 行业吸引力评价指标体系框架构建

(2) 评价指标的建立及权重的确定

1) 建立两两比较判断矩阵

2) 层次总排序

3) 层次总排序的一致性

(3) 评价指标的赋值方法

1) 定性指标的赋值方法

2) 定量指标的赋值方法

4.10.2 企业竞争力评价体系分析

(1) 企业竞争力评价指标体系的建立

(2) 指标权数和赋值方法的确定

第5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分析

5.1.1天然药物行业转型升级实现的条件

5.1.2天然药物行业转型升级时机的识别

5.1.3天然药物行业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
- (4) 基于波士顿矩阵的业务组合

5.2 天然药物行业转型升级路径选择分析

5.2.1新业务的进入

- (1) 内部培育
- (2) 并购
- (3) 置换
- (4) 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品牌战略分析

5.3.1天然药物行业转型升级品牌战略地位

5.3.2天然药物行业转型升级品牌建设策略

5.3.3天然药物行业转型升级品牌战略实施

- (1) 企业品牌
- (2) 产品品牌
- (3) 品牌文化
- (4) 品牌个性

5.3.4天然药物行业转型升级品牌建设定位

- (1) 企业品牌定位

1) 理念定位

2) 品质定位

- (2) 产品品牌定位

1) 功能定位

2) 情感定位

5.3.5天然药物行业转型升级品牌发展趋势

- (1) 品牌破界
- (2) 品牌升级
- (3) 品牌下乡
- (4) 品牌联合
- (5) 打造渠道品牌
- (6) 专业品牌大众化
- (7) 从品牌功效到品牌责任
- (8) 品牌直销网购
- (9) 品牌快消化
- (10) 品牌传播立体化

5.4 天然药物行业转型升级战略管控分析

5.4.1天然药物行业转型升级组织模式选择

5.4.2天然药物行业转型升级组织架构设计

5.4.3天然药物行业转型升级责权体系设计

5.4.4天然药物行业转型升级核心管理流程

5.4.5天然药物行业转型升级业绩管理分析

5.5 天然药物行业转型升级资源保障分析

5.5.1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

5.5.2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

5.5.3组织能力对天然药物行业转型升级的影响分析

5.6 天然药物行业转型升级风险管控分析

5.6.1转型升级——高风险战略行为

- (1) 革命性
- (2) 系统性
- (3) 目标性
- (4) 不可逆性

5.6.2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

5.6.3天然药物行业转型升级风险规避

- (1) 转型升级宏观经济风险规避
- (2) 转型升级方向选择风险规避

1) 产业风险规避

2) 市场风险规避

3) 战略定位风险规避

- (3) 转型升级时机选择风险规避
- (4) 转型升级管理匹配风险规避

5.7 天然药物行业转型升级战略建议

5.7.1立足本业，树立转型升级大局观

5.7.2整合资源，科学制定转型升级规划

5.7.3上下延伸，对外拓展，打造自身特色

5.7.4适时涉足新兴战略产业

部分图表目录：

图表1：2015-2019年中国天然药物市场规模变化情况(单位：亿元，%)

图表2：2015-2019年中国天然药物市场竞争格局变化情况(单位：%)

图表3：天然药物行业转型升级优势(Strength)分析

图表4：天然药物行业转型升级劣势(Weakness)分析

图表5：天然药物行业转型升级机会(Opportunity)分析

图表6：天然药物行业转型升级威胁(Threat)分析

图表7：天然药物行业转型升级模式分类(单位：%)

图表8：2015-2019年佛慈制药主要经济指标分析(单位：万元)

图表9：2015-2019年佛慈制药盈利能力分析(单位：%)

图表10：2015-2019年佛慈制药偿债能力分析(单位：次)

图表11：2015-2019年佛慈制药运营能力分析(单位：%)

图表12：2015-2019年佛慈制药发展能力分析(单位：%)

图表13：2015-2019年莱茵生物主要经济指标分析(单位：万元)

图表14：2015-2019年莱茵生物盈利能力分析(单位：%)

图表15：2015-2019年莱茵生物偿债能力分析(单位：次)

图表16：2015-2019年莱茵生物运营能力分析(单位：%)

图表17：2015-2019年莱茵生物发展能力分析(单位：%)

图表18：2015-2019年中新药业主要经济指标分析(单位：万元)

图表19：2015-2019年中新药业盈利能力分析(单位：%)

图表20：2015-2019年中新药业偿债能力分析(单位：次)

图表21：2015-2019年中新药业运营能力分析(单位：%)

图表22：2015-2019年中新药业发展能力分析(单位：%)

图表23：2015-2019年羚锐股份主要经济指标分析(单位：万元)

图表24：2015-2019年羚锐股份盈利能力分析(单位：%)

图表25：2015-2019年羚锐股份偿债能力分析(单位：次)

图表26：2015-2019年羚锐股份运营能力分析(单位：%)

图表27：2015-2019年羚锐股份发展能力分析(单位：%)

图表28：2015-2019年仁和药业主要经济指标分析(单位：万元)

图表29：2015-2019年仁和药业盈利能力分析(单位：%)

图表30：2015-2019年仁和药业偿债能力分析(单位：次)

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/233222.html>