

2018-2023年中国补气用药行业市场需求现状分析及未来发展方向研究报告

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《2018-2023年中国补气用药行业市场需求现状分析及未来发展方向研究报告》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/shipin/309033309033.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8500

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

观研天下发布的《2018-2023年中国补气用药行业市场需求现状分析及未来发展方向研究报告》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、相关投资公司及有关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。本报告是为了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。

第一章：补气用药行业概述

1.1 补气用药行业定义及分类

1.1.1 补气用药行业定义

1.1.2 补气用药相关分类

1.2 报告范围与分析体系

1.2.1 补气用药行业报告范围界定

1.2.2 补气用药行业报告分析体系

第二章：补气用药行业市场发展现状与趋势分析

2.1 国际补气用药行业市场发展现状与趋势分析

2.1.1 国际补气用药市场规模分析

2.1.2 国际补气用药竞争格局分析

2.1.3 国际补气用药药企研发进展

2.1.4 国际补气用药市场发展趋势

2.2 国内补气用药行业市场发展现状与趋势分析

2.2.1 国内补气用药市场规模分析

(1) 国内补气用药总体市场规模

(2) 补气用药重点医院用药规模

2.2.2 国内市场份额前10位补气用药产品市场

(1) 市场份额前10位补气用药种类

- (2) 市场份额前10位补气用药市场规模
- (3) 市场份额前10位补气用药市场集中度变化
- 2.2.3 国内补气用药主要厂家分析
 - (1) 补气用药主要厂家市场销售规模
 - (2) 补气用药主要厂家市场销售份额
- 2.2.4 国内补气用药区域市场竞争
- 2.2.5 国内补气用药市场发展趋势

第三章：补气用药行业主要产品市场现状与趋势分析

3.1 补气用药行业主要产品结构特征

3.1.1 补气用药行业产品结构特征分析

3.1.2 补气用药行业产品市场发展概况

3.2 槐杞黄颗粒

3.2.1 市场规模及增长率

3.2.2 生产企业竞争状况

3.2.3 区域市场竞争状况

3.2.4 产品市场发展趋势

3.3 丹栀逍遥胶囊

3.3.1 市场规模及增长率

3.3.2 生产企业竞争状况

3.3.3 区域市场竞争状况

3.3.4 产品市场发展趋势

3.4 活力苏口服液

3.4.1 市场规模及增长率

3.4.2 生产企业竞争状况

3.4.3 区域市场竞争状况

3.4.4 产品市场发展趋势

3.5 生脉胶囊

3.5.1 市场规模及增长率

3.5.2 生产企业竞争状况

3.5.3 区域市场竞争状况

3.5.4 产品市场发展趋势

3.6 参苓白术颗粒

3.6.1 市场规模及增长率

3.6.2 生产企业竞争状况

3.6.3 区域市场竞争状况

3.6.4 产品市场发展趋势

3.7 四君子合剂

3.7.1 市场规模及增长率

3.7.2 生产企业竞争状况

3.7.3 区域市场竞争状况

3.7.4 产品市场发展趋势

3.8 潞党参口服液

3.8.1 市场规模及增长率

3.8.2 生产企业竞争状况

3.8.3 区域市场竞争状况

3.8.4 产品市场发展趋势

3.9 胎宝胶囊

3.9.1 市场规模及增长率

3.9.2 生产企业竞争状况

3.9.3 区域市场竞争状况

3.9.4 产品市场发展趋势

3.10 参芍片

3.10.1 市场规模及增长率

3.10.2 生产企业竞争状况

3.10.3 区域市场竞争状况

3.10.4 产品市场发展趋势

3.11 参芪胶囊

3.11.1 市场规模及增长率

3.11.2 生产企业竞争状况

3.11.3 区域市场竞争状况

3.11.4 产品市场发展趋势

第四章：补气用药行业领先企业分析

4.1 补气用药领先企业发展概况

4.2 补气用药领先企业个案分析

4.2.1 江苏启东盖天力药业有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.2 陕西方舟制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.3 北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.4 四川天府药业股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.5 四川成都中医药大学华神药业有限责任公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.6 浙江正大青春宝药业有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.7 四川志远广和制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.8 重庆太极集团重庆桐君阁药厂

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.9 安徽芜湖绿叶制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.10 辽宁大连汉方药业有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.11 黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.12 河北保定步长天浩制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.13 吉林敖东药业集团延吉股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.14 山西蜀中制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.15 云南腾冲制药厂

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.16 江西山高制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.17 广东环球制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.18 江西南昌济生制药厂

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.19 陕西西安萃生药业有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

4.2.20 北京汉典制药有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业产品定位与市场定位

(3) 企业市场分布区域情况

(4) 企业补气用药市场分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业经营优劣势分析

图表目录

图表1：补气用药行业报告分析体系

图表2：2008年以来全球补气用药市场规模分析（单位：亿美元，%）

图表3：2003年以来中国补气用药市场规模分析（单位：亿元，%）

- 图表4：2007年以来中国补气用药样本医院市场规模及增速（单位：万元，%）
- 图表5：2011年以来市场份额前10位补气用药种类及市场份额（单位：%）
- 图表6：2007年以来市场份额前10位补气用药市场规模及增长（单位：万元，%）
- 图表7：2007年以来市场份额前10位补气用药市场集中度变化（单位：%）
- 图表8：2008年以来市场份额前10位补气用药生产厂家市场销售规模（单位：万元，%）
- 图表9：2008年以来市场份额前10位补气用药生产企业市场比重变化（单位：%）
- 图表10：2007年以来国内补气用药主要厂家市场销售份额（单位：%）
- 图表11：2007年以来国内补气用药市场竞争格局（按区域市场）（单位：%）
- 图表12：2016-2020年中国补气用药市场规模预测（单位：亿元）
- 图表13：2007年以来十六个重点城市样本医院补气用药产品格局（单位：%）
- 图表14：2008年以来市场份额前10位补气用药销售增长率（单位：%）
- 图表15：2007年以来枸杞黄颗粒样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表16：2007年以来枸杞黄颗粒生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表17：2007年以来枸杞黄颗粒区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表18：2007年以来枸杞黄颗粒在补气用药中市场份额（单位：%）
- 图表19：2007年以来丹栀逍遥胶囊样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表20：2007年以来丹栀逍遥胶囊生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表21：2007年以来丹栀逍遥胶囊区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表22：2007年以来丹栀逍遥胶囊在补气用药中市场份额（单位：%）
- 图表23：2007年以来活力苏口服液样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表24：2007年以来活力苏口服液生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表25：2007年以来活力苏口服液区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表26：2007年以来活力苏口服液在补气用药中市场份额（单位：%）
- 图表27：2007年以来生脉胶囊样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表28：2007年以来生脉胶囊生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表29：2007年以来生脉胶囊区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表30：2007年以来生脉胶囊在补气用药中市场份额（单位：%）
- 图表31：2007年以来参苓白术颗粒样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表32：2007年以来参苓白术颗粒生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表33：2007年以来参苓白术颗粒区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表34：2007年以来参苓白术颗粒在补气用药中市场份额（单位：%）
- 图表35：2007年以来四君子合剂样本医院销售额及增速（单位：万元，%）
- 图表36：2007年以来四君子合剂生产企业竞争格局（单位：%）
- 图表37：2007年以来四君子合剂区域城市竞争格局（单位：%）
- 图表38：2007年以来四君子合剂在补气用药中市场份额（单位：%）

图表39：2007年以来潞党参口服液样本医院销售额及增速（单位：万元，%）

图表40：2007年以来潞党参口服液生产企业竞争格局（单位：%）

图表41：2007年以来潞党参口服液区域城市竞争格局（单位：%）

图表42：2007年以来潞党参口服液在补气用药中市场份额（单位：%）

图表43：2007年以来胎宝胶囊样本医院销售额及增速（单位：万元，%）

图表44：2007年以来胎宝胶囊生产企业竞争格局（单位：%）

图表45：2007年以来胎宝胶囊区域城市竞争格局（单位：%）

图表46：2007年以来胎宝胶囊在补气用药中市场份额（单位：%）

图表47：2007年以来参芍片样本医院销售额及增速（单位：万元，%）

图表48：2007年以来参芍片生产企业竞争格局（单位：%）

图表49：2007年以来参芍片区域城市竞争格局（单位：%）

图表50：2007年以来参芍片在补气用药中市场份额（单位：%）

图表51：2007年以来参芪胶囊样本医院销售额及增速（单位：万元，%）

图表52：2007年以来参芪胶囊生产企业竞争格局（单位：%）

图表53：2007年以来参芪胶囊区域城市竞争格局（单位：%）

图表54：2007年以来参芪胶囊在补气用药中市场份额（单位：%）

图表55：中国补气用药企业集中情况（单位：%）

图表56：江苏启东盖天力药业有限公司基本信息表

图表57：2007年以来江苏启东盖天力药业有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表58：2007年以来江苏启东盖天力药业有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表59：2011年以来江苏启东盖天力药业有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表60：江苏启东盖天力药业有限公司优劣势分析

图表61：陕西方舟制药有限公司基本信息表

图表62：2007年以来陕西方舟制药有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表63：2007年以来陕西方舟制药有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表64：2011年以来陕西方舟制药有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表65：陕西方舟制药有限公司优劣势分析

图表66：北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂基本信息表

图表67：2007年以来北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表68：2007年以来北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂在补气用药中市场份额（单位：%）

图表69：2011年以来北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂产销能力分析（单位：万元）

图表70：北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂优劣势分析

图表71：四川天府药业股份有限公司基本信息表

图表72：2007年以来四川天府药业股份有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表73：2007年以来四川天府药业股份有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表74：2011年以来四川天府药业股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表75：四川天府药业股份有限公司优劣势分析

图表76：四川成都中医药大学华神药业有限责任公司基本信息表

图表77：2007年以来四川成都中医药大学华神药业有限责任公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表78：2007年以来四川成都中医药大学华神药业有限责任公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表79：2011年以来四川成都中医药大学华神药业有限责任公司产销能力分析（单位：万元）

图表80：四川成都中医药大学华神药业有限责任公司优劣势分析

图表81：浙江正大青春宝药业有限公司基本信息表

图表82：2007年以来浙江正大青春宝药业有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表83：2007年以来浙江正大青春宝药业有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表84：2011年以来浙江正大青春宝药业有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表85：浙江正大青春宝药业有限公司优劣势分析

图表86：四川志远广和制药有限公司基本信息表

图表87：2007年以来四川志远广和制药有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表88：2007年以来四川志远广和制药有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表89：2011年以来四川志远广和制药有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表90：四川志远广和制药有限公司优劣势分析

图表91：重庆太极集团重庆桐君阁药厂基本信息表

图表92：2007年以来重庆太极集团重庆桐君阁药厂补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表93：2007年以来重庆太极集团重庆桐君阁药厂在补气用药中市场份额（单位：%）

图表94：2011年以来重庆太极集团重庆桐君阁药厂产销能力分析（单位：万元）

图表95：重庆太极集团重庆桐君阁药厂优劣势分析

图表96：安徽芜湖绿叶制药有限公司基本信息表

图表97：2007年以来安徽芜湖绿叶制药有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

%)

图表98：2007年以来安徽芜湖绿叶制药有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表99：2011年以来安徽芜湖绿叶制药有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表100：安徽芜湖绿叶制药有限公司优劣势分析

图表101：辽宁大连汉方药业有限公司基本信息表

图表102：2007年以来辽宁大连汉方药业有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表103：2007年以来辽宁大连汉方药业有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表104：2011年以来辽宁大连汉方药业有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表105：辽宁大连汉方药业有限公司优劣势分析

图表106：黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司基本信息表

图表107：2007年以来黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表108：2007年以来黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表109：2011年以来黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表110：黑龙江齐齐哈尔黑龙集团鼎恒升药业有限公司优劣势分析

图表111：河北保定步长天浩制药有限公司基本信息表

图表112：2007年以来河北保定步长天浩制药有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表113：2007年以来河北保定步长天浩制药有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表114：2011年以来河北保定步长天浩制药有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表115：河北保定步长天浩制药有限公司优劣势分析

图表116：吉林敖东药业集团延吉股份有限公司基本信息表

图表117：2007年以来吉林敖东药业集团延吉股份有限公司补气用药样本医院销售额（单位：万元，%）

图表118：2007年以来吉林敖东药业集团延吉股份有限公司在补气用药中市场份额（单位：%）

图表119：2011年以来吉林敖东药业集团延吉股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表120：吉林敖东药业集团延吉股份有限公司优劣势分析

.....略

图片详见报告正文（GY LX）

特别说明：观研天下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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/309033309033.html>