2018-2024年中国补肾药行业全景调研及未来前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国补肾药行业全景调研及未来前景预测报告》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.chinairr.org/report/R10/R1002/201801/31-251831.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

肾虚从传统中医学角度，指肾脏精气阴阳不足，其主要症状为腰酸、燥热、盗汗、虚汗、头晕、耳鸣、四肢发冷、畏寒、性功能减退等。

肾虚原因大体上可归结为两个方面：一为先天禀赋不足型肾虚，二为后天失养型肾虚。先天禀赋不足型肾虚主要是由父母体弱多病时怀孕，高龄时怀孕，早婚时怀孕，以及生育过多、精血过度耗损后怀孕、胎儿发育不良等因素引起的下一代形体虚衰。

后天失养型肾虚则主要是由于现代人工作竞争压力大、个人生活无规律、现代环境食品等污染，以及药物滥用等造成，形成身心俱疲、精力衰退，进而出现失眠、食欲减退、乏力、烦躁、脾气暴躁、神经衰弱等肾虚症状。

目前我国补肾药物的代表产品主要包括肾宝片、六味地黄丸、知柏地黄丸、金匮肾气丸、金水宝胶囊、古汉养生精口服液等。据统计：2015年我国补肾药市场规模为83.78亿元，2016年我国补肾药市场规模达到96.78亿元，规模较上年同期这种15.52%。

2010-2016年我国补肾药市场规模规模及增速走势图

《2018-2024年中国补肾药行业全景调研及未来前景预测报告》由中国产业研究报告网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了补肾药行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国补肾药行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国补肾药行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 中国补肾药市场主要经济特性
第一节 产品概述
一、补肾药产品界定及分类
（一）肾阴虚
（二）肾阳虚
二、补肾药产品发展背景
三、产业链概述

第二节 产品生命周期分析
第三节 市场进入/退出壁垒
一、市场进入壁垒
二、退出壁垒

第二章 补肾药产品生产分析
第一节 2011-2016年补肾药行业生产规模及增长速度
第二节 2018-2024年补肾药行业产量变化趋势
第三节 补肾药行业生产中存在的问题
第四节 行业领导者的生产现状及产品
第五节 地区分布情况

第三章 补肾药行业市场规模分析
第一节 2011-2016年中国补肾药市场规模及增长速度
第二节 影响市场规模的因素
第三节 补肾药市场发展潜力分析
第四节 2018-2024年补肾药市场规模及增速预测
第五节 2011-2016年重点企业销售收入及市场规模占比

第四章 补肾药行业区域市场分析
第一节 2016年各省市市场规模及占比
第二节 细分区域分布
一、华东地区
二、华南地区
三、东北地区
四、华北地区
五、华中地区
六、西部地区
第三节 重点省市市场状况深度分析

第五章 补肾药产品价格分析
第一节 补肾药产品的价格弹性

第二节 价格与成本的关系
第三节 价格在补肾药市场竞争中的作用
第四节 2018-2024年补肾药产品价格变化趋势
第五节 主要企业价位及价格策略

第六章 补肾药产品竞争分析
第一节 竞争分析理论基础
一、供应商的讨价还价能力
二、经销商、渠道商讨价还价能力
三、新进入者威胁
四、替代品威胁
五、行业内竞争现状
第二节 行业竞争格局
第三节 补肾药行业市场集中度分析
第四节 竞争的关键因素
一、各竞争品牌的市场价格差异
二、各竞争品牌的渠道差异
三、各竞争品牌的产品/服务质量差异
四、各竞争品牌的品牌产品主要消费群目标差异
第五节 竞争组群分析

第七章 补肾药上游行业分析
第一节 上游行业发展状况以及对补肾药行业的影响
第二节 上游行业发展趋势

第八章 补肾药下游行业分析
第一节 下游行业发展状况以及对补肾药行业的影响
第二节 下游行业发展趋势
一、消费动机
二、购买历史
三、收入水平
四、性别年龄

第九章 补肾药市场渠道分析
第一节 渠道形式的对比与选择
第二节 补肾药行业典型渠道的组成环节分析
第三节 渠道建设与管理的关键因素
一、渠道的建设
二、渠道的管理

第十章 补肾药替代品分析
第一节 替代品对补肾药产品的影响
第二节 替代品发展现状及趋势
第三节 当前经济形势对替代品的影响

第十一章 补肾药互补品分析
第一节 互补品对补肾药产品的影响
第二节 互补品发展现状及趋势
第三节 当前经济形势对互补品的影响

第十二章 补肾药行业主导驱动因素分析
第一节 国家政策导向
第二节 相关行业发展
第三节 社会需求变化

第十三章 补肾药行业政策环境分析
第一节 宏观经济政策
第二节 行业政策

第十四章 重点补肾药企业分析
第一节 汇仁集团
一、产品分析
二、渠道分析
（一）区域市场发展不平衡

（二）营销模式尚不统一
（三）终端销售网点较少
（四）网络布局尚处于点开发，还未连成面
三、产品价格分析
四、销售状况分析
第二节 同仁堂（六味地黄丸）
一、产品分析
二、渠道分析(zyyzg)
三、产品价格分析
四、销售状况分析
第三节 宛西制药
一、产品分析
二、渠道分析
三、产品价格分析
四、销售状况分析
第四节 太极集团（补肾益寿胶囊）
一、产品分析
二、渠道分析
三、产品价格分析
四、销售状况分析
第五节 紫光古汉集团
一、产品分析
二、渠道分析
三、产品价格分析
（一）整数定价
（二）尾数定价
（三）企业降价
四、销售状况分析

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R10/R1002/201801/31-251831.html