



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年六味地黄丸行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年六味地黄丸行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/132887.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

六味地黄丸，是补肾名方。这一称谓来自钱仲阳所著的《小儿药证直诀》，六味地黄丸由熟地黄、山茱萸、山药、泽泻、丹皮、茯苓这六味中药组成。最早是“八味地黄丸”，见于张仲景的《金匱要略》。后来，宋代名医、儿科专家钱乙把八味地黄丸里面的附子和桂枝这种温补的药物去掉了，变成了现在的六味地黄丸，并用它来治疗小儿先天不足，发育迟缓等病症。后来，明代中医有一派非常推崇“肾”的作用，认为肾是人的“先天之本”，一时间，很多名医倡导补肾，比如明代名医薛己最善补肾，他就主张，肾阴虚用六味地黄丸，肾阳虚用八味地黄丸。薛己的实践为许多后世医家认可，他们倡导的补肾观点对后世的影响非常大。六味地黄丸并不是包治百病，但据统计，在各种文献报道中，六味地黄丸治疗的病症涉及137种。最常见的是用于治疗亚健康状态、提高免疫力、延缓衰老，所以很多人把它当作保健药品在长期服用。同时，作为治疗药品，它在高血压、糖尿病、更年期综合征等疾病的治疗和辅助治疗中也取得了良好的效果。

2008年我国中成药类产品进出口依然保持平稳增长态势，进出口贸易总额达3.54亿美元，同比增长17.67%。其中，出口额为1.71亿美元，同比增长11.06%；进口额为1.83亿美元，同比增长24.58%。进口额首次高于出口额，贸易逆差为1200万美元。中成药类以“含其他成分中成药”贸易为主，出口额1.36亿美元，占中成药类商品出口的80.194%；进口额为1.83亿美元。该类商品高达4570万美元的贸易逆差是中成药产品贸易出现逆差的主要原因。亚洲仍是我国中成药出口的主市场，出口金额为1.18亿美元，占中成药对全球出口的69.14%。其中，我国香港地区、日本、新加坡、马来西亚、越南等是我国中成药出口亚洲的主要市场。2009年将是全球性金融危机对中药贸易影响进一步加剧的一年，由于中药产品在国外多用于膳食补充剂、食品、食品添加剂等领域，与化学药品相比，其需求弹性相对较大。另外，人民币升值、部分国外进口商倒闭、消费市场萎缩，都会影响到中药的国际消费量，从2008年全年数据来看，金融危机将裹挟这些不利因素使2009年中药贸易进入“严冬期”。而除了金融危机，世界各国对中草药的监管也为我国中药出口架设了重重关卡。目前世界各国都在陆续对传统医药实施立法管理，一方面从法律层面确立了中草药的地位，另一方面也提高了中草药走出去的门槛。而欧盟是主要出口市场之一，药品消费观念、国民收入以及医疗保健水平等因素造就了其强大的市场潜力。因此，中药企业需要为此做好功课，在“严冬期”积蓄力量，等来“春天”。2009年是国家加大对企业政策性扶植力度的一年。出口退税调整、新医保方案出台等因素都将直接或间接为中药进出口营造更健康有序的持续发展环境。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局、中国中药协会、中华中医药学会、全欧洲中医药学会联合会、世界中医药学会联合会、国内外

多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于六味地黄丸行业的发展环境，从六味地黄丸行业的发展现状、区域市场发展、进出口贸易情况、几大细分市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及六味地黄丸未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示六味地黄丸市场现状，揭示六味地黄丸的市场潜在需求与潜在机会，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了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 六味地黄丸行业发展概述

##### 第一节 六味地黄丸的概念

###### 一、六味地黄丸的定义

###### 二、六味地黄丸的特点

###### 三、六味地黄丸的分类

##### 第二节 六味地黄丸行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

##### 第三节 六味地黄丸市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

###### 三、影响需求的关键因素

###### 四、国内和国际市场

###### 五、主要竞争因素

###### 六、生命周期

### 第二章 我国六味地黄丸行业发展分析

#### 第一节 国内六味地黄丸行业发展现状

##### 一、我国六味地黄丸行业消费状况

##### 二、我国六味地黄丸行业生产状况

三、我国六味地黄丸行业面临的问题

四、我国六味地黄丸行业产品结构

五、中国六味地黄丸行业技术发展

第二节 中国六味地黄丸市场供需状况

一、2009年中国六味地黄丸行业供给能力

二、2009年中国六味地黄丸市场供给分析

三、2009年中国六味地黄丸市场需求分析

四、2009年中国六味地黄丸产品价格分析

第三节 我国六味地黄丸市场分析

一、2008年上半年六味地黄丸市场分析

二、2008年下半年六味地黄丸市场分析

三、2009年上半年六味地黄丸市场分析

四、2009年六味地黄丸市场的走向分析

第三章 六味地黄丸产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国六味地黄丸产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国六味地黄丸产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国六味地黄丸产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国六味地黄丸产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国六味地黄丸产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国六味地黄丸产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国六味地黄丸产业利润总额分析

一、2008-2009年中国六味地黄丸产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第四章 我国六味地黄丸产业进出口分析

### 第一节 我国六味地黄丸产品进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国六味地黄丸产品出口分析

#### 一、2008年出口总量分析

#### 二、2008年出口结构分析

#### 三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国六味地黄丸产品进出口预测

#### 一、2009年上半年进口分析

#### 二、2009年上半年出口分析

#### 三、2009年六味地黄丸进口预测

#### 四、2009年六味地黄丸出口预测

## 第五章 中国六味地黄丸行业消费市场分析

### 第一节 中国六味地黄丸消费者收入分析

#### 一、中国人口、人民生活分析

#### 二、2008-2009年消费者收入水平

#### 三、2009年消费者信心指数分析

### 第二节 六味地黄丸行业目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第三节 六味地黄丸市场消费需求分析

#### 一、六味地黄丸市场的消费需求变化

#### 二、六味地黄丸行业的需求情况分析

#### 三、2009年六味地黄丸品牌市场消费需求分析

### 第四节 六味地黄丸消费市场状况分析

#### 一、六味地黄丸行业消费特点

#### 二、六味地黄丸消费者分析

#### 三、六味地黄丸消费结构分析

四、六味地黄丸消费的市场变化

五、六味地黄丸市场的消费方向

## 第二部分 行业竞争格局

### 第六章 六味地黄丸行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

#### 第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

#### 第四节 六味地黄丸行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第五节 2008-2009年六味地黄丸行业竞争格局分析

一、2008年六味地黄丸行业竞争分析

二、2008年中外六味地黄丸产品竞争分析

三、2008-2009年国内外六味地黄丸竞争分析

- 四、2008-2009年我国六味地黄丸市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国六味地黄丸市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要六味地黄丸企业动向

## 第七章 六味地黄丸企业竞争策略分析

### 第一节 六味地黄丸市场竞争策略分析

- 一、2009年六味地黄丸市场增长潜力分析
- 二、2009年六味地黄丸主要潜力品种分析
- 三、现有六味地黄丸产品竞争策略分析
- 四、潜力六味地黄丸品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 六味地黄丸企业竞争策略分析

- 一、金融危机对六味地黄丸行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后六味地黄丸行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国六味地黄丸市场竞争趋势
- 四、2009-2012年六味地黄丸行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年六味地黄丸行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年六味地黄丸企业竞争策略分析

## 第八章 主要六味地黄丸品牌竞争分析

### 第一节 九芝堂（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 同仁堂（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 仲景（中国驰名商标）

- 一、企业概况



## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 华佗（中国驰名商标）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 太极（一线品牌）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 汇仁（中国驰名商标）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 辰济（中国驰名商标）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第八节 雷允上（中国驰名商标）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第九节 康缘（中国驰名商标）

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

#### 第十节 东秦牌（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第九章 六味地黄丸行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

##### 一、2009年宏观经济形势展望

##### 二、2009年政策走势及其影响

##### 三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年六味地黄丸行业发展趋势分析

##### 一、2009年技术发展趋势分析

##### 二、2009年产品发展趋势分析

##### 三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国六味地黄丸市场趋势分析

##### 一、2008-2009年六味地黄丸市场趋势总结

##### 二、2009-2012年六味地黄丸发展趋势分析

##### 三、2009-2012年六味地黄丸市场发展空间

##### 四、2009-2012年六味地黄丸产业政策趋向

##### 五、2009-2012年六味地黄丸技术革新趋势

##### 六、2009-2012年六味地黄丸价格走势分析

#### 第十章 未来六味地黄丸行业发展预测

##### 第一节 未来六味地黄丸需求与消费预测

##### 一、2009-2012年六味地黄丸产品消费预测

##### 二、2009-2012年六味地黄丸市场规模预测

##### 三、2009-2012年六味地黄丸行业总产值预测

##### 四、2009-2012年六味地黄丸行业销售收入预测

##### 五、2009-2012年六味地黄丸行业总资产预测

## 第二节 2009-2012年中国六味地黄丸行业供需预测

- 一、2008-2012年中国六味地黄丸供给预测
- 二、2009-2012年中国六味地黄丸产量预测
- 三、2009-2012年中国六味地黄丸需求预测
- 四、2009-2012年中国六味地黄丸供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国六味地黄丸产品价格预测
- 六、2009-2012年主要六味地黄丸产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 六味地黄丸行业投资现状分析

#### 第一节 2008年六味地黄丸行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年六味地黄丸行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

### 第十二章 六味地黄丸行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年六味地黄丸行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

## 第十三章 六味地黄丸行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 六味地黄丸行业投资效益分析

一、2008-2009年六味地黄丸行业投资状况分析

二、2009-2012年六味地黄丸行业投资效益分析

三、2009-2012年六味地黄丸行业投资趋势预测

四、2009-2012年六味地黄丸行业的投资方向

五、2009-2012年六味地黄丸行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响六味地黄丸行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响六味地黄丸行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响六味地黄丸行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响六味地黄丸行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国六味地黄丸行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国六味地黄丸行业发展面临的机遇分析

### 第五节 六味地黄丸行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年六味地黄丸行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年六味地黄丸行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年六味地黄丸行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年六味地黄丸行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年六味地黄丸同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年六味地黄丸行业其他风险及控制策略

## 第十四章 六味地黄丸行业投资战略研究

### 第一节 六味地黄丸行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

### 第二节 对我国六味地黄丸品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、六味地黄丸实施品牌战略的意义

三、六味地黄丸企业品牌的现状分析

四、我国六味地黄丸企业的品牌战略

五、六味地黄丸品牌战略管理的策略

### 第三节 六味地黄丸行业投资战略研究

一、2009年中药行业投资战略研究

二、2009年六味地黄丸行业投资战略研究

三、2009-2012年六味地黄丸行业投资形势

四、2009-2012年六味地黄丸行业投资战略

## 图表目录

图表：六味地黄丸产业链分析

图表：国际六味地黄丸市场规模

图表：国际六味地黄丸生命周期

图表：2008-2009年中国六味地黄丸行业市场规模

图表：2008-2009年全球六味地黄丸产业市场规模

图表：2008-2009年六味地黄丸重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国六味地黄丸行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国六味地黄丸行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国六味地黄丸行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国六味地黄丸竞争力分析

图表：2009-2012年中国六味地黄丸产能预测

图表：2009-2012年中国六味地黄丸消费量预测

图表：2009-2012年中国六味地黄丸市场前景预测

图表：2009-2012年中国六味地黄丸市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国六味地黄丸发展前景预测

图表：2008年1-12月六味地黄丸进口数据

图表：2008年1季度六味地黄丸进口数据

图表：2008年1月六味地黄丸进口数据

图表：2008年2月六味地黄丸进口数据

图表：2008年3月六味地黄丸进口数据

图表：2008年2季度六味地黄丸进口数据

图表：2008年4月六味地黄丸进口数据

图表：2008年5月六味地黄丸进口数据

图表：2008年6月六味地黄丸进口数据

图表：2008年3季度六味地黄丸进口数据

图表：2008年7月六味地黄丸进口数据

图表：2008年8月六味地黄丸进口数据

图表：2008年9月六味地黄丸进口数据

图表：2008年4季度六味地黄丸进口数据

图表：2008年10月六味地黄丸进口数据

图表：2008年11月六味地黄丸进口数据

图表：2008年12月六味地黄丸进口数据

图表：2008年1-12月六味地黄丸出口数据

图表：2008年1季度六味地黄丸出口数据

图表：2008年1月六味地黄丸出口数据

图表：2008年2月六味地黄丸出口数据

图表：2008年3月六味地黄丸出口数据

图表：2008年2季度六味地黄丸出口数据

图表：2008年4月六味地黄丸出口数据

图表：2008年5月六味地黄丸出口数据

图表：2008年6月六味地黄丸出口数据

图表：2008年3季度六味地黄丸出口数据

图表：2008年7月六味地黄丸出口数据

图表：2008年8月六味地黄丸出口数据

图表：2008年9月六味地黄丸出口数据

图表：2008年4季度六味地黄丸出口数据

图表：2008年10月六味地黄丸出口数据

图表：2008年11月六味地黄丸出口数据

图表：2008年12月六味地黄丸出口数据

图表：2009年1-6月六味地黄丸进口数据

图表：2009年1季度六味地黄丸进口数据

图表：2009年1月六味地黄丸进口数据

图表：2009年2月六味地黄丸进口数据

图表：2009年3月六味地黄丸进口数据

图表：2009年2季度六味地黄丸进口数据

图表：2009年4月六味地黄丸进口数据

图表：2009年5月六味地黄丸进口数据

图表：2009年6月六味地黄丸进口数据

图表：2009年1-6月六味地黄丸出口数据

图表：2009年1季度六味地黄丸出口数据

图表：2009年1月六味地黄丸出口数据

图表：2009年2月六味地黄丸出口数据

图表：2009年3月六味地黄丸出口数据

图表：2009年2季度六味地黄丸出口数据

图表：2009年4月六味地黄丸出口数据

图表：2009年5月六味地黄丸出口数据

图表：2009年6月六味地黄丸出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132887.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>



联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。