

2018-2023年中国冬虫夏草 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国冬虫夏草市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/167198RV8U.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-03-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国冬虫夏草市场分析与投资前景研究报告》介绍了冬虫夏草行业相关概述、中国冬虫夏草产业运行环境、分析了中国冬虫夏草行业的现状、中国冬虫夏草行业竞争格局、对中国冬虫夏草行业做了重点企业经营状况分析及中国冬虫夏草产业发展前景与投资预测。您若想对冬虫夏草产业有个系统的了解或者想投资冬虫夏草行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

冬虫夏草是一种药物名，它的外形特别奇特，冬天是虫子，夏天却是草。那么它是怎样从虫子转为草的?夏天一种称为虫草菌的真菌孢子成熟散落后萌发成菌丝钻到蝙蝠的幼虫身体内，吸取幼虫体内的营养。蝙蝠的幼虫躲进土壤中，这时虫草菌长出很多丝状体，称为菌丝体。幼虫由于体内的营养物质被吸完，只剩下僵死的空壳，当然不能变成蝙蝠了。第二年春夏，气温和天气合适，菌丝体从幼虫的口器中长出，伸出地面。顶端略为膨大，外形像根棒，表面有许多小球形孢子。这些孢子可在空气中飞舞传播，草丛里不知又有多少蝙蝠幼虫将成为这些孢子的生活场所。

2016年中国冬虫夏草十大品牌企业排名	序列	公司名称	基本情况介绍
1	同仁堂	中国北京同仁堂（集团）有限责任公司	创建于1669年，中药行业著名的老字号，开创中药西制的先河，中成药是其主要产品，集现代制药业/零售商业/医疗服务板块于一体的现代中医药集团。

中国北京同仁堂（集团）有限责任公司是市政府授权经营国有资产的国有独资公司，始创于1669年，至今已有345年的历史。近年来，集团坚持“以现代中药为核心，发展生命健康产业，成为国际知名的现代中医药集团”的投资前景，以“做长、做强、做大”为方针，以创新引领、科技兴企为己任，销售收入、实现利润、出口创汇及海外终端数量均居全国同行业第一。

自1997年以来，同仁堂保持了持续健康的发展，经济指标连续15年保持两位数增长，实现了每五年翻一番。截至2011年，集团资产总额140亿元，销售收入163亿元，实现利润13.16亿元，出口创汇3392万美元，在海外16个国家和地区开办了64家药店和1家境外生产研发基地，产品销往海外40多个国家和地区。

同时，同仁堂既是经济实体又是文化载体的双重功能日益显现，品牌的维护和提升、文化的创新与传承等取得了丰硕成果，“同仁堂中医药文化”已列入首批国家级非物质文化遗产名录，与国家汉办签署了联合推广同仁堂中医药文化的战略合作框架协议，运用孔子学院平台进一步加大了同仁堂文化的海外传播力度。

1998年，依托三江源区域得天独厚的道地冬虫夏草资源，三江源品牌诞生了，这比三江源自然保护区的成立还要早两年。

三江源品牌历经18年专注、务实的诚信经营，自主生产经销“三江源”牌的冬虫夏草、红景天、贝母、藏红花、雪莲、人参果等地方名贵药材，远销全国20多个省、市、自治区和港、澳、台及整个东南亚等地区，所经营的产品以道地正宗著称。以至于提起冬虫夏草，懂行的人都知道这样两句话——世界冬虫夏草看中国，中国冬虫夏草三江源。

2006年，“三江源”牌冬虫夏草被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，成为行业唯一获此殊荣的品牌；2010年，被国家质量监督检验检疫总局认定为“中国地理标志保护产品”，道地正宗得到了政府部门的认可。

为了丰富产品形态，三江源于2008年进军冬虫夏草含片领域。开发引进德国先进的充氮低温粉碎、无添加压片成型等多项专利技术，于2011年成功研发出拥有高端科技含量的冬虫夏草含片系列产品——三江源神草，同时布局冬虫夏草原草与含片两大市场。

2014年12月，首届中国冬虫夏草文化论坛在上海召开。三江源凭借十年如一日守护冬虫夏草道地文化的贡献，获颁杰出贡献奖，并与众多参会行业权威人士一起发出守护冬虫夏草道地文化的倡议。2015年1月，三江源扎西才吉公益慈善基金正式成立，三江源成为行业内首个拥有公益慈善基金的企业。

2015年3月3日，三江源正式登陆新三板市场，为三江源的资本运作打开空间，从而助力三江源在冬虫夏草行业的布局与发力，为三江源的再次腾飞插上双翼。而伴随三江源的做大做强，也将推动冬虫夏草行业的集中化发展，为带动少数民族地区经济的发展做出贡献，让三江源区域的道地资源走向世界造福人类。

3 神象 上海市药材有限公司

神象，鹿茸十大品牌，成立于1955年，上海市著名商标，上海名牌产品，国内较大的参茸保健品专营企业，中药材、中药饮片、中成药、中药保健品的制造和分销的大型企业。

上海市药材有限公司是上海医药集团股份有限公司的全资子公司，成立于1955年。六十年来，依靠员工的传承接力和开拓奋进，公司成为涵盖中药材、中药饮片、中成药、中药保健品的制造和分销的大型企业。

公司拥有中成药生产基地5个，贡献了剂型、产品和工艺等多项行业首创性成果，产品包括一、二、三类新药和经典中成药等近400种。

公司拥有中药饮片生产基地7个，并在全国多个地道药材产区拥有符合GAP规范的种植基地，形成从药材源头到饮片加工的全程闭环式标准化管理，经营品种1000余个，年吞吐量30000吨。

公司坚持医药现代流通方向，强化终端渠道建设，销售网络遍布全国，尤其全覆盖上

海各级医疗单位，是本地区域市场的中成药分销业领导者和各地成药进入申城的首选经销商。

公司拥有上海市中药研究所和经“中国合格评定国家认可委员会”(CNAS)审定的技术检测中心等技研机构；旗下的上海雷允上药业有限公司、上海杏灵科技药业股份有限公司、上海华宇药业有限公司均为“上海市高新技术企业”，迄今已开发多个拥有自主知识产权的新药，获得国家和国际授权专利146项，其中包括发明专利50项，荣膺国家科学技术进步二等奖等奖项。

4 同庆和堂 同庆和堂始创于1736年（乾隆元年），发源于浙东名镇，历史上在浙、苏、皖三地有广泛而深远的影响，因其药材纯正、普济平民，乾隆皇帝曾御题牌匾。流年无痕，转至新世纪，同庆和堂在复兴、创新的战略规划下获得了快速的发展，在青海、四川和韩国、加拿大等地建立了药材基地，专营以冬虫夏草为主的原生态滋补品和其他贵细药材。

浙江同庆和堂药材有限公司是一家大型原生态药材贸易和研发机构。公司凭借“同庆和堂”百年药号的文化传承以及品牌优势，2008年在被国家评为“中华老字号第一街”的杭州河坊街88号开设了首家产品专卖店。拟在杭州、北京、上海等三十个以上的重点城市建立自营店和商场、超市、药房专柜。同时，依托青海省青藏药材有限公司区位优势，在青海省玉树地区建立了完善的收购、贸易体系。高起点、高规划，使公司从一开始就赢得了市场的信任和社会各界的支持，很快走上了健康发展的轨道。

公司目前拥有百年药号“同庆和堂”和藏药品牌“那圣地”，在青海省建有高原特色药材的仓储、加工、包装基地，销售网络辐射全国主要大中城市。正以资本优势、资源优势、技术优势、人才优势和管理优势，迅速发展为原生态药材领域的领先企业。

5 雷允上 吴门名医雷大升（1696--1779年）字允上，号南山，自幼读书习医，清康熙五十四年（1715年）弃儒从医。清雍正十二年（1734年），雷大升在苏州阊门内专诸巷天库前周王庙弄口，开设了诵芬堂老药铺，始创雷允上药业。雷大升著有《金匱辨证》、《要症方略》、《经病方论》、《丹丸方论》等典籍。由于医术高明，治病有方，于是“雷允上”名声遍闻苏州，蜚声杏林。

进入新世纪后，雷允上药业有限公司已发展成为集工业、商业和连锁为一体的大型医药集团企业，旗下包括现代中药制剂生产基地--常熟雷允上制药有限公司；商业流通企业--苏州雷允上商业有限公司；以及囊括了诵芬堂、王鸿翥、沐泰山等六家百年老店的连锁经营企业--苏州雷允上国药连锁总店有限公司；围绕“治未病”，注重功能化、系列化产品开发的健康养生专业企业--苏州雷允上健康养生有限公司；以满足社会大众医疗和亚健康消费群体需求，为广大患者提供一流的中医药医疗和保健服务企业--苏州雷允上吴门国医馆。

近年来，公司收获了中华老字号、国家级非物质文化遗产、高新技术企业等诸多荣誉，2010年被收录为国家中医药堂四枚特种邮票之一。

6 康美KANGMEI

康美药业股份有限公司（以下简称“康美药业”）成立于1997年，是一家以中药饮片、化学原料药及制剂生产为主导，集药品生产、研发及药品、医疗器械营销于一体的现代化大型医药企业、国家级重点高新技术企业。2001年3月康美药业A股股票在上海证券交易所挂牌上市，证券代码：600518；公司现有总股本169,437万股，总资产71亿元，净资产45亿多元。2009年康美药业实现营业收入23亿多元，实现利税6亿多元。康美药业先后通过了化学药GMP，中药GMP、GSP认证，以及ISO14001、ISO9001和GBT28001等管理体系认证。

康美药业拥有1个化学药品生产基地、2个中药饮片生产高技术产业化示范基地、1个中药饮片物流配送中心、1个省级企业技术中心、1个博士后科研工作站；总投资10多亿元的中药物流配送中心和具有中医特色的综合医院项目正在施工建设。目前康美药业产品系列包括4个国家级新药在内的20多种化学药品及原料药，各类中药饮片1,000多种，12,000多个品规。康美药业与中国中医研究院、广州中医药大学等国内中医药科研机构紧密合作，组建以中共中央委员、全国政协教科文卫体委员会副主任、中国宋庆龄基金会副主席张文康、中国科学院院士陈可冀、中国工程院院士王永炎、石学敏、刘耕陶等多位医药界权威和医药泰斗为顾问的公司专家队伍，形成强大的外围技术支撑团队，为企业生产和产品开发提供了强势的技术支持。康美药业“甲磺酸多沙唑嗪项目”、“中药饮片产业化示范项目”先后被列为国家高技术产业化技术工程专项、国家“十一五”规划项目。

7 金诃藏药 金诃藏药股份有限公司注册及生产地址在青海西宁，在上海设有营销中心。公司以“弘扬藏医药，造福全人类”为企业使命，力争创造藏医药大健康领域的第一品牌！

公司拥有完整的研发、生产、营销产业链，现有员工近800人，由研发事业部、生产事业部、安儿宁事业部、金诃堂事业部、直销事业部、如意珍宝事业部等部门组成。

公司拥有药品、保健品、冬虫夏草、健康产品、起居养生、特色外治6大类1000余种产品，其中药品共有68个国药准字号产品，独家品种21个，独家剂型5个，国家医保品种10个，国家基药品种1个，OTC品种10个。

公司于2013年在青海省率先通过2010年版《药品生产质量管理规范》GMP认证。先后获得“中国驰名商标”、“国家地理标志保护产品”、“国家非物质文化遗产名录企业”、“国家重合同守信用企业”和“国家创新型技术企业”等多项荣誉称号。

先后有20余位党和国家领导人、十世、十一世班禅大师以及600余位部级领导、外国政要莅临公司视察。2005年12月14日时任中共中央总书记国家主席、中央军委主席胡锦涛同志

视察金诃藏药时亲切指示：“你们的工作是一项光荣的事业，祖先们留下了这样宝贵的医学，希望能够发扬光大，为全人类的健康事业做出贡献。你们的事业大有作为。”

8 胡庆余堂 在杭州秀丽的吴山北麓，座落着气宇轩宏、金碧辉煌的古建筑群，这就是闻名遐迩的“江南药王”-胡庆余堂国药号。胡庆余堂是清末著名红顶商人胡雪岩集巨匠、摹江南庭院风格耗白银三十万两于1874年创立，整座建筑犹如仙鹤停驻在吴山脚下。胡庆余堂承南宋太平惠民和剂局方，广纳名医传统良方，精心调制庆余丸、散、膏、丹、济世宁人。

百舸争流，大浪淘沙。翻开胡庆余堂自强不息的历史画卷。百年老号能成为迄今全国重点中成药企业，得益于其深邃的经营谋略和严谨的内部管理，终成方园。创业伊始，胡雪岩即在营业大厅门楣上镌刻上“是乃仁术”四个大字。大厅内高悬“真不二价”金字匾额，尤能使庆余人鉴心明意的是至今仍挂在店堂内侧高3m,宽0.9m的“戒欺”篇，其云：“凡百贸易均着不得欺字，药业关系性命尤为万不可欺……”采办务真，修制务精……寄托了胡庆余人的职业道德和对质量的执着追求，当年胡雪岩为保证急救药“紫雪丹”质量特制的金铲银锅现保存完好，成为佐证和医药行业的珍奇瑰宝。

根正而茂发。百余年来胡庆余堂秉宗奋发不断壮大，特别是近年来在市场经济的大潮中高屋建瓴，锐意改革，崇尚科学，不断创新出现了巨大的变化，以名牌产品胃复春片为龙头的一大批如庆余救心丸，障翳散，小儿泄泻停颗粒，金果饮咽喉片等高新技术产品在继承中医药理论上脱颖而出；生产中喷雾制剂、薄膜包衣及高效液相色谱仪、薄层扫描仪等新设备、新仪器的应用以及通过GMP的实施，使药品的质量有了更可靠的保证；1996年迁至的杭海路新厂区，按GMP建造的厂房缀拥在绿茵环抱的草坪中，厂区路平面洁，楼内员工紧张有序的作业，一派欣欣向荣景象；吴山脚下的老厂古建筑群已成为国内首家中药博物馆，全国重点文物保护单位，近经修葺更显熠熠生辉，其丰富的中药文化

内涵和精湛的建筑吸引了海内外大量的游客，不少国家领导人也莅临参观挥毫勉励。

9 康富来 广东康富来药业有限公司，成立于1995年，广东省著名商标，康富来集团旗下，国内传统保健品行业领先品牌，首家实施国际通行的HACCP的高水平生产管理标准的保健品企业。

广东康富来药业有限公司是康富来集团的子公司，从1995年开始进军保健品行业，拥有雄厚的科研、技术、生产实力，经过多年发展，旗下的洋参含片、脑轻松胶囊、血尔口服液已成为传统滋补行业领军品牌，2011年广东康富来药业有限公司推出现代营养系列，完善保健品产品系统，打造“康富来健康王国”。

10 珠峰圣傲

青海珠峰冬虫夏草原料有限公司，珠峰圣傲，国内大型冬虫夏草菌丝产业基地，致力于冬虫

夏草珍惜资源的研发和保护利用，集科研与生产为一体的科技型生物制药企业。

青海珠峰冬虫夏草原料有限公司，是一家科技型生物制药企业。公司通过运用低温深层液体生物发酵技术，将青藏高原独有的珍稀物种——冬虫夏草实现标准化量产，生产技术和工艺在国内处于领先地位。公司利用位于冬虫夏草产地的地理优势和人才优势，以国际专利技术生产天然冬虫夏草高科技产品——发酵冬虫夏草菌粉。

公司专业致力于冬虫夏草这一珍惜资源的研发和保护利用，技术力量雄厚，并长期与多所大学及科研单位开展产学研合作，建立技术战略合作伙伴关系，并取得了卓越成绩。

公司着力打造世界发酵冬虫夏草菌粉生产基地，推动冬虫夏草生物科学技术的发展，引领冬虫夏草进入2.0时代，实现让一亿中国人吃上冬虫夏草的愿景。同时，保护了中国三江源地区的生态环境以及冬虫夏草这一珍稀资源。

报告目录：

第一章冬虫夏草产业相关概述17

第一节冬虫夏草概述17

一、几种常见的假虫草17

二、替代品17

三、适宜人群19

第二节冬虫夏草成分功效20

一、化学成分20

二、医药作用21

三、食疗作用23

四、十大功效24

第三节冬虫夏草处理方法26

一、采集加工26

二、性状鉴别26

三、真假分辨27

四、储存方法29

五、分级方法30

第二章2016年中国医药行业的发展状况综述34

第一节2016年中国医药行业发展分析34

一、全球新兴医药市场争夺日趋激烈34

二、中国医长期稳步发展的原动力	36
三、我国医药行业发展综述	38
四、我国医药产业发展的成就	40
五、中国医将进入中西医并重的时代	42
第二节中国医药商品的对外贸易分析	44
一、中国医药外贸发展增长分析判断	44
二、中国医药外贸公司面临转型升级	45
第三节2016年中国医药行业发展面临的问题及对策	47
一、我国医药行业存在的主要问题	47
二、中国医药产业发展面临重大挑战	50
三、中国医药行业树立民族品牌的竞争战略	53
四、我国医药产业未来发展建议	55

第三章2016年中国冬虫夏草产业运行环境分析57

第一节国内宏观经济环境分析57

- 一、gdp历史变动轨迹分析57
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析59
- 三、2016年中国宏观经济发展分析68

第二节2016年中国冬虫夏草产业政策环境分析68

- 一、中药产业政策解读68
- 二、冬虫夏草产品标准72
- 三、中药进出口政策分析73
- 四、冬虫夏草用于保健食品试点工作方案76

第三节2016年中国冬虫夏草产业社会环境分析79

- 一、人口环境分析79
- 二、中国富裕人群分析79
- 三、城镇化进程加快促进需求增长80
- 四、消费者对健康的重视程度提升84
- 五、人口老龄化促使医药市场扩大85
- 六、新医改推动居民医疗消费需求85

第四章2016年中国冬虫夏草行业发展形势分析90

第一节2016年中国冬虫夏草行业发展概况90

一、冬虫夏草行业发展特点分析90

二、首届青海国际冬虫夏草展交会分析91

三、冬虫夏草价格分析91

冬虫夏草仅在高寒条件下繁衍，对生长环境的要求极为苛刻，目前仍然无法实现人工培育。随着全球气候变迁，气温升高，加上干旱化等因素，促使高原雪线上移，冬虫夏草的生存区域正在逐渐缩小。

2009年到2013年冬虫夏草价格涨幅比较明显，2013年后有些品种价格有小幅回落，目前总体价格保持平稳。伴随着人们在高价驱动下对冬虫夏草的过度采挖，其赖以生存的生态环境日渐破坏，冬虫夏草野生资源越来越少，因此预计未来冬虫夏草价格仍将维持高位稳定状态。

第二节2016年中国冬虫夏草产业运行形势分析92

一、宜都东阳光率先实现冬虫夏草人工培植92

二、极草5x开创冬虫夏草服用新方式93

三、药店尚需以优势夺冬虫夏草市场空间94

四、西藏建立首个虫草气象服务试点98

五、冬虫夏草市场亟待规范99

第三节2016年中国冬虫夏草产业发展存在问题分析101

一、冬虫夏草资源开发中存在的问题101

二、国家缺乏统一的冬虫夏草质量标准106

三、商家囤货导致冬虫夏草价格连涨109

四、青海冬虫夏草贸易流通中存在的问题110

第五章2016年中国冬虫夏草产业市场供需分析分析113

第一节2016年中国冬虫夏草产业市场运行综述113

一、冬虫夏草市场供给分析113

二、冬虫夏草盈利分析115

三、冬虫夏草市场需求特点分析116

第二节2016年中国冬虫夏草产业市场动态分析117

一、人工冬虫夏草的市场现状分析117

二、杭州市冬虫夏草市场质量现状及建议122

三、康美拟投建虫草交易市场及加工中心125

四、华东医药拟建年产1100吨冬虫夏草菌粉项目125

第三节2016年中国冬虫夏草产业市场销售分析126

一、冬虫夏草市场消费情况分析126

二、冬虫夏草连锁经营模式分析126

三、冬虫夏草网络营销模式分析128

四、冬虫夏草行业迎来微博营销时代131

五、冬虫夏草终端营销步入“高端会所”时代133

第六章2013-2016年12月中国冬虫夏草进出口数据监测分析136

第一节2013-2016年12月中国冬虫夏草出口数据分析136

二、冬虫夏草出口金额分析136

第二节冬虫夏草出口流向分析136

一、冬虫夏草出口国家分析136

二、冬虫夏草出口省市分析137

第三节冬虫夏草出口价格分析137

第七章2013-2016年12月中国中成药制造行业数据监测分析138

第一节2013-2016年12月中国中成药制造行业发展分析138

一、2013年中国中成药制造行业发展概况138

二、2015年中国中成药制造行业发展概况139

三、2016年中国中成药制造行业发展概况140

第二节2013-2016年12月中国中成药制造行业规模分析140

一、企业数量增长分析140

二、资产规模增长分析140

三、销售规模增长分析141

四、利润规模增长分析141

第三节2013-2016年12月中国中成药制造行业结构分析141

一、企业数量结构分析141

二、资产规模结构分析143

三、销售规模结构分析143

四、利润规模结构分析144

第四节2013-2016年12月中国中成药制造行业产值分析146

一、产成品增长分析146

二、工业销售产值分析147

三、出货值分析147

第五节2013-2016年12月中国中成药制造行业成本费用分析148

一、销售成本统计148

二、主要费用统计148

第六节2013-2016年12月中国中成药制造行业运营效益分析149

一、偿债能力分析149

二、盈利能力分析149

三、运营能力分析150

第八章2016年中国冬虫夏草产业市场竞争格局分析151

第一节2016年中国冬虫夏草产业竞争现状分析151

一、冬虫夏草竞争力分析151

二、冬虫夏草种植技术竞争分析151

三、冬虫夏草价格竞争分析158

第二节2016年中国冬虫夏草产业集中度分析159

一、冬虫夏草市场集中度分析159

二、冬虫夏草企业集中度分析159

第三节2016年冬虫夏草企业竞争力提升策略160

第九章2016年中国冬虫夏草产业重点企业竞争性财务数据分析161

第一节成都市金鑫中药饮片有限公司161

一、公司基本情况161

二、企业主要产品分析161

三、企业经营情况分析161

四、企业竞争优势分析167

五、企业投资前景分析167

第二节河南省华中生物科技有限公司168

一、公司基本情况168

二、企业主要产品分析168

三、企业经营情况分析168

四、企业竞争优势分析174

五、企业科研能力分析174

第三节内蒙古荣源生物科技有限公司175

一、公司基本情况175

二、企业主要产品分析175

三、企业经营情况分析175

四、企业竞争优势分析181

第四节广州天德有限公司181

一、公司基本情况181

二、企业主要产品分析182

三、企业经营情况分析182

四、企业竞争优势分析188

第五节青海珠峰虫草有限公司189

一、公司基本情况189

二、企业主要产品分析189

三、企业经营情况分析189

四、企业产品优势分析195

五、企业研究优势分析196

第六节大连雪奥生物工程医药技术有限公司196

一、公司基本情况196

二、企业主要产品分析196

三、企业技术优势分析197

四、企业科研能力分析197

五、企业营销网络分析198

第七节青海春天资源科技利用有限公司199

一、公司基本情况199

二、企业主要产品分析199

三、企业竞争优势分析202

四、企业研发能力分析202

第八节四川德仁堂中药饮片有限公司203

一、公司基本情况203

二、企业主要产品分析203

三、企业经营情况分析204

第九节上海江河源生物科技有限公司210

一、公司基本情况210

二、企业主要产品分析210

三、企业产品价格情况211

第十节其他企业分析213

一、元凯冬虫夏草生态资源有限责任公司213

二、广州金虫玉草生物科技有限公司214

三、青海冬虫夏草科技开发有限公司215

第十章2018-2024年中国冬虫夏草产业投资机会与风险分析216

第一节2018-2024年中国冬虫夏草投资机会216

一、行业投资吸引力分析216

二、区域投资优势分析216

第二节2018-2024年中国冬虫夏草投资前景217

一、行业政策风险217

二、行业资源风险217

三、行业环保风险217

四、市场竞争风险218

五、虫草网销风险219

第三节2018-2024年中国冬虫夏草投资建议219

第十一章2018-2024年中国冬虫夏草产业运行趋势及趋势分析分析221

第一节2018-2024年中国冬虫夏草产业运行趋势分析221

一、冬虫夏草价格预测221

二、冬虫夏草技术发展方向221

三、中成药制造业预测分析224

第二节2018-2024年中国冬虫夏草产业发展市场预测分析225

一、冬虫夏草供给预测分析225

二、冬虫夏草行业现状分析分析225

三、冬虫夏草进出口预测分析227

第三节2018-2024年中国冬虫夏草产业市场盈利预测分析227

部分图表目录:

图表12015年四季度gdp初步核算数据57

图表22015年四季度gdp环比增长速度57

图表32016年四季度gdp初步核算数据58

图表42016年四季度gdp环比和同比增长速度58

图表52013-2016年12月我国全社会固定资产及其增长率情况59

图表62013年12月-2016年12月我国固定资产投资（不含农户）同比增速59

图表72013年12月-2016年12月固定资产投资到位资金同比增速61

图表82013年固定资产投资（不含农户）主要数据61

图表92013-2016年12月固定资产投资（不含农户）同比增速64

图表102013-2016年12月固定资产投资到位资金同比增速66

图表112016年1-12月固定资产投资（不含农户）主要数据66

图表122013-2016年12月我国冬虫夏草产量分析114

图表132013-2016年12月我国冬虫夏草盈利分析115

图表142013-2016年12月我国冬虫夏草出口数量情况136

图表152013-2016年12月我国冬虫夏草出口金额情况136

图表162016年冬虫夏草出口国家分析136

图表17中国冬虫夏草出口分省市统计137

图表182013-2016年12月我国冬虫夏草出口价格分析137

图表192013-2016年12月中国中成药制造行业企业数量增长分析140

图表202013-2016年12月中国中成药制造行业资产规模增长分析140

图表212013-2016年12月中国中成药制造行业销售规模增长分析141

图表222013-2016年12月中国中成药制造行业利润规模增长分析141

图表232016年中国中成药制造行业不同类型企业数量结构分析%141

图表242016年中国中成药制造行业不同所有制企业数量结构分析%142

图表252016年我国中成药制造行业不同所有制企业资产合计分布图143

图表262016年我国中成药制造行业不同规模企业资产合计分布图143

图表272016年我国中成药制造行业不同所有制企业销售收入分布图144

图表282016年我国中成药制造行业不同规模企业销售收入分布图144

图表292016年我国中成药制造行业不同所有制企业利润分布图144

图表302016年我国中成药制造行业不同规模企业利润分布图145

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/167198RV8U.html>