

# 2018-2024年中国丹参注射液 市场调查与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国丹参注射液市场调查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.chinairr.org/report/R10/R1002/201801/26-251334.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](mailto: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

丹参注射液，活血化瘀，通脉养心。用于冠心病胸闷，心绞痛。

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国丹参注射液市场调查与市场前景预测报告》共二十章。首先介绍了丹参注射液行业市场发展环境、丹参注射液整体运行态势等，接着分析了丹参注射液行业市场运行的现状，然后介绍了丹参注射液市场竞争格局。随后，报告对丹参注射液做了重点企业经营状况分析，最后分析了丹参注射液行业发展趋势与投资预测。您若想对丹参注射液产业有个系统的了解或者想投资丹参注射液行业，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;

#### 第一部分行业发展现状

#### 第一章丹参类注射液行业主要经济特性1

##### 第一节产品特性1

##### 第二节市场特性1

##### 第三节丹参类注射液行业产品生命周期2

###### 一、丹参类注射液行业生命周期位置2

###### 二、丹参类注射液行业把握市场时机的关键2

##### 第四节丹参类注射液行业进入 / 退出难度3

###### 一、进入 / 退出壁垒3

###### 二、进入 / 退出方式4

##### 第五节丹参类注射液行业产品技术变革与产品革新5

###### 一、技术变革对竞争格局的影响5

###### 二、产品革新对竞争格局的影响6

###### 三、丹参类注射液行业尚待突破的关键技术6

##### 第六节丹参类注射液行业差异化分析7

###### 一、丹参类注射液行业产品差异化状况7

###### 二、丹参类注射液行业产品的差异化发展趋势8

第七节规模效应9

第八节学习和经验效应9

第九节行业盈利水平10

第二章丹参类注射液行业生产分析13

第一节行业生产规模13

第二节产业集群分析14

第三节优势企业的产品策略14

第四节丹参类注射液行业生产所面临的问题17

第五节行业产量变化趋势21

第三章丹参类注射液行业市场分析23

第一节丹参类注射液行业市场规模23

第二节市场增长速度26

第三节市场潜力分析27

第四节行业市场集中度29

第五节终端市场分析30

第六节区域市场分析31

第四章丹参类注射液行业产品价格分析33

第一节价格弹性分析33

第二节价格与成本的关系33

第三节主要品牌产品价位分析34

第四节主要企业的价格策略34

第五节价格在丹参类注射液行业竞争中的重要性39

第六节低价策略与品牌战略40

第二部分行业竞争分析

第五章丹参类注射液行业竞争分析45

第一节竞争分析理论基础45

第二节行业内企业与品牌数量50

第三节竞争格局50

#### 第四节竞争组群53

#### 第五节丹参类注射液行业竞争趋势54

### 第六章丹参类注射液行业进出口分析55

#### 第一节中药进出口概况55

#### 第二节中药出口新趋势56

#### 第三节中药进出口展望62

### 第七章丹参类注射液上游行业分析64

#### 第一节上游行业发展状况64

#### 第二节上游行业市场集中度65

#### 第三节上游行业发展趋势70

### 第八章丹参类注射液行业渠道分析72

#### 第一节渠道对丹参类注射液行业的影响72

#### 第二节渠道格局73

#### 第三节丹参类注射液行业销售渠道要素对比74

#### 第四节主要企业渠道策略研究81

#### 第五节主要代理商的精细化管理84

### 第九章丹参类注射液行业用户分析94

#### 第一节用户认知程度94

#### 第二节用户关注因素94

##### 一、功能94

##### 二、产品质量95

##### 三、价格96

##### 四、产品设计96

#### 第三节用户其它特性97

### 第十章丹参类注射液行业替代品分析98

#### 第一节丹参类注射液行业替代品种类98

#### 第二节替代品对丹参类注射液行业的影响100

### 第三节丹参类注射液行业替代品发展趋势101

## 第十一章丹参类注射液行业互补品分析106

### 第一节丹参类注射液行业互补品种类106

### 第二节互补品对丹参类注射液行业的影响108

### 第三节丹参类注射液行业互补品发展趋势115

## 第十二章丹参类注射液行业品牌分析116

### 第一节丹参类注射液行业品牌总体情况116

### 第二节品牌传播116

### 第三节品牌美誉度117

### 第四节主要城市对丹参类注射液行业的认知水平118

## 第十三章丹参类注射液行业主导驱动因素119

### 第一节国家政策导向119

- 一、《中共中央国务院关于深化医药卫生体制改革的意见》 119
- 二、《国务院关于扶持和促进中医药事业发展的若干意见》 119
- 三、《关于加快医药行业结构调整的指导意见》 119
- 四、《“重大新药创制”国家科技重大专项实施方案》 120
- 五、《国家基本药物目录（2014版）》 123
- 六、《药品不良反应报告和监测管理办法》 123
- 七、《中药、天然药物注射剂基本技术要求》 125
- 八、《中药注射剂临床使用基本原则》 137

### 第二节相关行业规划139

- 一、《“十三五”科技发展规划》 139
- 二、《卫生事业发展“十三五”规划》 140
- 三、《医药工业“十三五”发展规划》 140
- 四、《中医药事业发展“十三五”规划》 141
- 五、《中医药创新发展规划纲要（2007-2020年）》 159
- 六、《国家药品安全“十三五”规划》 172
- 七、《中国慢性病防治工作规划(2014-2016年)》 173
- 八、《中国老龄事业发展“十三五”规划》 174

### 第三节行业技术发展174

#### 一、制造工艺和质量评价体系日臻进步174

#### 二、中药注射剂安全性再评价基本技术要求177

### 第四节行业竞争状况186

### 第五节社会需求的变化186

#### 一、社会需求整体分析186

#### 二、我国心脑血管疾病患病率分析191

#### 三、我国心脑血管疾病患病人数分析192

#### 四、我国心脑血管疾病患病人群特征分析193

#### 五、我国心脑血管疾病患病趋势分析193

## 第十四章丹参类注射液行业竞争成功的关键因素195

### 第一节品牌195

### 第二节价格195

### 第三节差异化195

### 第四节渠道建设与管理196

## 第十五章丹参类注射液行业重点企业分析205

### 第一节上海绿谷制药有限公司205

#### 一、企业简介205

#### 二、企业产品介绍206

#### 三、企业竞争力分析207

### 第二节天士力制药集团股份有限公司210

#### 一、企业介绍210

#### 二、企业产品介绍211

#### 三、企业竞争力分析213

### 第三节步长集团215

#### 一、企业介绍215

#### 二、种植基地215

#### 三、质量检测215

#### 四、产品介绍217

#### 五、企业发展战略分析218

#### 第四节上海中西制药有限公司219

##### 一、企业介绍219

##### 二、企业竞争力分析220

#### 第五节四川升和药业股份有限公司221

##### 一、企业介绍221

##### 二、企业竞争力分析221

#### 第六节浙江永宁药业股份有限公司222

##### 一、企业介绍222

##### 二、企业竞争力分析223

#### 第七节正大青春宝药业有限公司225

##### 一、企业介绍225

##### 二、企业竞争力分析225

#### 第八节神威药业集团有限公司226

##### 一、企业介绍226

##### 二、企业生产介绍227

##### 三、企业产品介绍230

#### 第九节上海第一生化药业有限公司232

##### 一、企业介绍232

##### 二、企业生产介绍232

#### 第十节丹参提取物相关企业分析233

##### 一、西安鸿生生物技术有限公司233

##### 二、北京民康百草医药科技有限公司236

### 第三部分投资前景展望

#### 第十六章丹参类注射液行业发展趋势预测242

##### 第一节行业运行环境发展趋势242

###### 一、趋势242

###### 二、需求243

###### 三、挑战243

###### 四、机遇244

##### 第二节市场需求发展趋势245

###### 一、心血管病死亡人数逐持续上升趋势245



## 二、心脑血管药物里中成药地位不断提升246

### 第三节行业竞争趋势247

## 第十七章2018-2024年中国丹参类注射液行业投资分析249

### 第一节行业投资环境249

#### 一、资源环境分析249

#### 二、市场竞争分析249

#### 三、行业税收政策分析250

### 第二节投资机会253

### 第三节行业政策分析254

### 第四节投资风险及对策分析255

## 第十八章丹参类注射液行业风险分析257

### 第一节环境风险257

#### 一、国际经济环境变化对丹参类注射液行业的风险257

#### 二、汇率变化对丹参类注射液行业的风险258

#### 三、宏观经济变化对丹参类注射液行业的风险259

#### 四、区域经济变化对丹参类注射液行业的风险259

### 第二节产业链上下游风险260

#### 一、上游行业对丹参类注射液行业的风险260

#### 二、下游行业对丹参类注射液行业的风险261

#### 三、产业链存在的问题对丹参类注射液行业的风险261

### 第三节行业政策风险266

#### 一、产业政策风险266

#### 二、贸易政策风险267

#### 三、环保政策风险267

#### 四、区域经济政策风险269

### 第四节市场风险269

#### 一、市场供需风险269

#### 二、价格风险271

#### 三、竞争风险273

### 第五节其他风险273

#### 第四部分投资策略研究

#### 第十九章丹参类注射液企业经营策略建议278

##### 第一节产品定位策略278

###### 一、市场细分策略278

###### 二、目标市场的选择279

##### 第二节产品开发策略279

##### 第三节渠道销售策略285

##### 第四节品牌经营策略289

##### 第五节服务策略294

#### 第二十章丹参类注射液行业投资建议297（ZY LH）

##### 第一节丹参类注射液行业投资总体评价297

##### 第二节丹参类注射液行业投资建议297

#### 附录299

##### 附录一单方丹参注射液企业名录299

###### 一、传统丹参注射液企业名录299

###### 二、丹参提取物注射液企业名录300

##### 附录二复方丹参注射液企业名录300

#### 图表目录:

图表：丹参类注射液所处生命周期位置2

图表：丹参类注射液三大类别分析8

图表：2011-2016年中药注射剂、化学药、中成药毛利率对比10

图表：丹参类注射液行业生产规模结构分析13

图表：主要丹参类注射液产品生产规格13

图表：2011-2016年我国丹参类注射液市场规模分析23

图表：2015年心血管类主要药品的市场份额24

图表：中药注射剂主要三大类占比25

图表：绿谷制药与天士力丹参多酚酸盐质量比较25

图表：2011-2016年丹参多酚酸盐销售额分析26

图表：主要丹参类注射液价格分析34

图表：丹参类注射液生产企业数量分析50

图表：2011-2016年活血化瘀型中药注射剂前十销售额分析51

图表：2011-2016年血栓通注射液销售额分析52

图表：2011-2016年丹红注射液销售额分析52

图表：2011-2016年疏血通注射液销售额分析52

图表：2011-2016年注射用丹参多酚酸盐销售额分析52

图表：2011-2016年血塞通注射液销售额分析52

图表：2011-2016年丹参川芎嗪注射液销售额分析52

图表：2011-2016年红花黄色素注射液销售额分析53

图表：2011-2016年醒脑静注射液销售额分析53

图表：2011-2016年脉络宁注射液销售额分析53

图表：2011-2016年舒血宁注射液销售额分析53

图表：2015年中药出口市场占比分布图56

图表：2015年中成药出口市场占比分布情况57

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1002/201801/26-251334.html>