

2024-2030年中国药食同源 市场深度分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国药食同源市场深度分析与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202310/418315.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国药食同源市场深度分析与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 药食同源产品概述 13 第一节 药食同源介绍 13 第二节 药食同源起源 13 药食同源源于普通人民的生活智慧，在日常生活中指导了中药材的使用，使之用于食品，产生了预防、保健与治疗的养生功能，其应用形式包含药食同源中药材的“食养、食疗和药膳”。神农尝百草提出了原始药食同源观念，在夏商周，药食同源理论趋于成熟。战国《黄帝内经》中“谷肉果菜，食养尽之，无使过之，伤其正也”，阐述了药食同源朴素的应用观点，对药膳学的发展影响深远。唐苏敬等编撰的《新修本草》、陈藏器所著《本草拾遗》、孙思邈的《千金要方》和《千金翼方》均为中医药巨著，记载了一定量的药膳方，进一步推动了药食同源理论的发展，而当今经典药膳方多源于元明清的药膳方。古代时期，人们在寻找食物的过程中发现了各种食物和药物的性味和功效，认识了彼此之关联。古代将药称为毒，意指药的偏性；而食物与药相比，食用之平和之气，药用其偏性。中药的偏性就是它独特的气、味、归经。中药包括植物、动物和矿物，是中医治病的主要手段，与食物的来源相同，故药食同源。神农尝百草时代药与食不分，无毒者可就，有毒者当避。用于治病者为药物，用作食者为饮食物，但大部分药食两用，很难严格区分，这就是“药食同源”理论的基础，也是食物疗法的基础，比如橘子、花椒、蜂蜜等。中医学药食同源认为，许多食物既是食物也是药物，同样能够防病治病。《神农本草经》称药有“五味”“四气”与有毒无毒，论及药物先标明其性味。古代医学家将中药的“四气”“五味”理论运用到食物之中，认为每种食物也具有“四气”“五味”。

第三节 药食同源分类 14 第六节 中药与食物的关系 14 第四节 药食同源发展历程 15 第二章 中国药食同源行业发展环境分析 16 第一节 中国宏观经济环境分析 16 第二节 中国药食同源行业政策环境分析 18 第三节 中国药食同源行业技术环境分析 21 第四节 中国药食同源行业社会环境分析 22 第三章 中国药食同源行业发展现状分析 26 第一节 国际药食同源发展现状分析 26 一、国际药食同源发展情况分析 26 二、国际药食同源产业分布情况 26 三、国际药食同源行业趋势预测及预测分析 26 第二节 中国药食同源行业发展现状分析 27 一、中国药食同源行业现状分析 27 二、中国药食同源产业分布情况 27 三、中国药食同源行业发展模式分析 28 四、中国药食同源行业趋势预测及预测分析 28 第三节 中国药食同源行业药材质量研究分析 29 一、药材自身质量控制标准与检测技术 29 二、其他因素

对中药材质量的影响 32 第四节 中国药食同源行业发展优势及存在的问题分析 34 一、中国药食同源发展优势分析 34 二、中国药食同源行业存在的问题分析 35 第四章 中国药食同源市场运行现状分析 36 第一节 中国药食同源市场运行现状分析 36 一、中国药食同源市场规模分析 36 二、中国药食同源区域市场占比分析 36 三、中国药食同源市场价格走势分析 37 四、中国药食同源市场销量及增速分析 38 五、中国药食同源市场战略及趋势分析 38 第二节 中国药食同源市场容量情况分析 39 一、中国药食同源市场容量分析 39 二、中国药食同源市场容量预测分析 39 第四节 中国药食同源行业进出口现状分析 40 一、中国药食同源出口情况分析 40 二、中国药食同源进口情况分析 41 三、中国药食同源进出口分布情况分析 41 第五章 中国药食同源类物品的产品分析 42 第一节 药食同源“发散风寒”市场调研 42 一、药食同源“发散风寒”应用分析 42 二、药食同源“发散风寒”市场规模分析 43 三、药食同源“发散风寒”市场前景及预测分析 43 第二节 药食同源“清热解毒”市场调研 43 一、药食同源“清热解毒”应用分析 43 二、药食同源“清热解毒”市场规模分析 44 三、药食同源“清热解毒”市场前景及预测分析 45 第三节 药食同源“发散风热”市场调研 45 一、药食同源“发散风热”应用分析 45 二、药食同源“发散风热”市场规模分析 46 三、药食同源“发散风热”市场前景及预测分析 46 第四节 药食同源“化痰止咳”市场调研 46 一、药食同源“化痰止咳”应用分析 46 二、药食同源“化痰止咳”市场规模分析 47 三、药食同源“化痰止咳”市场前景及预测分析 48 第五节 药食同源“其他”市场调研 48 一、安神 48 二、消食 48 三、止血 49 四、理气 49 五、补气 50 六、止痛 50 七、化瘀 51 第六章 中国药食同源区域运行情况分析 52 第一节 药食同源“东北地区”分析 52 一、东北区域药食同源市场环境分析 52 二、东北区域药食同源规模现状分析 53 三、东北区域药食同源趋势分析 54 第二节 药食同源“华北地区”销售分析 54 一、华北区域药食同源市场环境分析 54 二、华北区域药食同源规模现状分析 57 三、华北地区药食同源趋势分析 57 第三节 药食同源“中南地区”销售分析 58 一、中南区域药食同源市场环境分析 58 二、中南区域药食同源规模现状分析 61 三、中南地区药食同源趋势分析 61 第四节 药食同源“华东地区”销售分析 62 一、华东区域药食同源市场环境分析 62 二、华东区域药食同源规模现状分析 65 三、华东地区药食同源趋势分析 65 第五节 药食同源“西北地区”销售分析 66 一、西北西北区域药食同源市场环境分析 66 二、西北区域药食同源规模现状分析 68 三、西北地区药食同源趋势分析 69 第六节 药食同源“西南地区”销售分析 69 一、西南区域药食同源市场环境分析 69 二、西南区域药食同源规模现状分析 72 三、西南地区药食同源趋势分析 72 第七章 中国药食同源产业链行业市场现状情况分析 73 第一节 中国

药食同源产业链结构分析 73 第二节 中国药食同源上游原材料运行现状分析 73 一、中国药食同源上游行业发展现状分析 73 二、中国药食同源上游供应能力及价格分析 73 三、中国药食同源上游供应能力趋势分析 75 第三节 中国药食同源下游需求情况分析 75 一、中国药食同源下游市场需求现状分析 75 二、中国药食同源下游市场需求趋势分析 76 第八章 中国药食同源产能及产量分析 77 第一节 中国药食同源产能情况分析 77 一、中国药食同源产能现状分析 77 二、中国药食同源产能趋势分析 77 三、中国药食同源区域产能分布情况 77 第二节 中国药食同源产量分析 78 一、中国药食同源产量分析 78 二、中国药食同源产量趋势分析 78 第九章 中国互联网+药食同源营销策略分析 79 第一节 中国药食同源行业营销策略分析 79 一、中国药食同源行业的互联网主要宣传优势 79 二、中国药食同源企业互联网+营销的关键点分析 79 三、中国药食同源行业互联网+营销战略研究分析 80 第二节 中国互联网+药食同源品牌营销思路分析 81 一、中国药食同源品牌快速成长的策略探讨 81 二、药食同源品牌有效营销需建立互联网营销模式 81 三、互联网+药食同源新品牌的市场培育路径分析 82 第十章 中国药食同源行业竞争格局的分析 83 第一节 中国药食同源市场竞争情况分析 83 一、中国药食同源行业竞争力分析 83 二、外资药食同源企业带来的竞争威胁 83 三、中国药食同源行业集中度分析 83 第二节 中国药食同源行业波特五力模型分析 83 一、中国药食同源现有竞争者之间的竞争 83 二、中国药食同源供应商议价能力分析 84 三、中国药食同源购买者议价能力分析 85 四、中国药食同源行业潜在进入者分析 85 五、中国药食同源替代品风险分析 86 第十一章 中国药食同源行业竞争对手分析 88 第一节 吉林紫鑫药业股份有限公司 88 一、企业概况 88 二、企业经营状况 89 第二节 康美药业股份有限公司 89 一、企业概况 89 二、企业经营状况 90 第三节 中恩(天津)医药科技有限公司 91 一、企业概况 91 二、企业经营状况 91 第四节 福建绿田股份有限公司 92 一、企业概况 92 二、企业经营状况 93 第五节 四川利健济世科技有限公司 94 一、企业概况 94 二、企业经营状况 94 第六节 甘肃爽口源生态科技股份有限公司 94 一、企业概况 94 二、企业经营状况 95 第七节 北京同仁堂科技发展股份有限公司 96 一、企业概况 96 二、企业经营状况 97 第八节 江中药业股份有限公司 97 一、企业概况 97 二、企业经营状况 99 第九节 山东东阿东方阿胶股份有限公司 100 一、企业概况 100 二、企业经营状况 100 第十节 浙江康恩贝制药股份有限公司 101 一、企业概况 101 二、企业经营状况 102 第十二章 2020-2026年中国药食同源行业前景调研及趋势预测分析 103 第一节 2020-2026年中国药食同源市场行业前景调研及风险分析 103 一、中国药食同源市场投资机会及潜力分析 103 二、中国药食同源市场投资前景研究 103 三、中国药食同源制造行业市场投资建议 103 第二节 2020-2026年中国药食同源市场行业前景调研及风险分析 104 一、中国药食同源发展趋势预测分析 104 二、中国药食同源行业盈利能力预测分析 104 三、中国药食同源行业进出口趋势分析 104

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418315.html>