

# 2015-2020年中国中药成份 检测行业行业市场监测及行业行业前景调研分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国中药成份检测行业行业市场监测及行业行业前景调研分析报告》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/qitayiyao1502/V35043ODJW.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-04

【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

中国经济增长较快，同样体现在中国的医药行业，中国的制药装备行业同样也在发展。目前相当多的制药企业在扩大生产规模，很多药厂在新建或扩建厂房，购置新设备。中国制药企业对检测设备的需求日益加强，新的GMP要求制药企业必须高度重视药品生产动态下的监测，包括物料、环境、机器等方面的监测，有充分可靠的数据支持，所有这些要求，目前情况下几乎都是要依赖检测设备实施。

2014年我国中成药化学检测制造行业需求量达到5.08万台套，近几年我国中成药化学检测行业需求量情况如下图所示：

2009-2014年我国中成药化学检测制造行业市场需求量统计

数据来源：博思数据整理

由于中药成分检测设备对相关技术要求较高，因此目前国内具备生产能力的企业数量较少，市场竞争主要表现为国内品牌与进口品牌之间的竞争，并且市场竞争日益激烈。同时中药成分检测行业根据检测技术不同可以分为红外光谱（FTIR）、核磁共振（ $^1\text{H NMR}$ ）、质谱（MS）、X衍射分析（XRD）、ICP-MS、X荧光光谱分析等，不同产品之间存在一定的替代威胁。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，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、博思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。

报告揭示了中药成分检测行业市场潜在需求与市场机会，报告对中药成分检测行业市场做了重点企业经营状况分析，并分析了中国中药成分检测行业市场趋势预测分析。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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中药成份检测行业相关概述	1
第一节 中药成份检测行业基本概念	1
一、中药成份检测行业定义分析	1
二、中药成份检测行业应用情况分析	1
第二节 中药成份检测行业特性分析	9

## 一、行业主要经营模式分析 9

## 二、行业现阶段发展SWOT分析 10

### 优势（S）分析

我国中药成份检测的发展优势，主要体现于我国中药产业的发展潜力，潜力越大则衬托出中药成份检测行业的发展优势越明显。

中药产业是我国在国际上拥有潜在优势和自主知识产权的少数领域之一。我国中药产业已初步形成了具有一定规模、结构完整的产业体系，以中药农业为基础、中药工业为主体、中药商业为枢纽和中药知识产业为动力，相互支持构成了一个完整的产业链条。我国发展中药和天然植物药具有得天独厚的优势，这不仅体现在我国拥有世界上最丰富的天然药物资源、独到的中医药理论体系、数千年积累的临床实践经验、丰厚的中医药文化底蕴、中医药人才优势及政府对中医药的重视和支持等，而且还体现在中药在慢性疾病、疑难病及一些西医、西药不能治疗或疗效不理想的难治性疾病的治疗和保健方面具有的独特优势。

### 劣势（W）分析

目前，我国建立的中药成份检测体系还不完善，缺乏一系列完整的能被国际公认的质量标准和质量控制体系。同时又由于缺乏明确的有效成分含量的检测方法，重金属含量、农药残留量、有毒物质含量严重超标以及包装材料质量等问题，我国中药产品的安全性和有效性难以得到国际市场的认可。

### 机会（O）分析

我国已加入WTO，根据自由贸易协定，各成员间的关税壁垒和人力限制将被取消，我国中药可以凭借资源优势、劳动力优势、价格优势进入各国市场参与公平竞争，这为我国中药成份检测行业带来了难得的发展机遇。而且，近年来，世界各国对中草药产品法律法规的限制均有所松动，许多国家表现出对中药不同程度的接受趋势。中药作为治疗药物已引起全世界医药界的重视和关注，并逐步为国际社会所接受。

因此，我国中药成份检测行业正面临着广阔的市场发展契机。

### 威胁（T）分析

“洋中药最大的倚仗还是在质量上的优势，即质量标准规范程度高。特别是欧洲一些国家的植物药制剂，一般以标准提取物或有效成分标示剂量，从而导致了我国质量标准与之相比较欠规范化、标准化和重现性差等缺点。这些优势形成了洋中药进军我国中药市场的强大竞争力。”

专家认为，洋中药占我国中成药市场的份额已达1/3，其背后必将加剧中药种质资源危机和中药资源研发利用的国际竞争。

日本、韩国、东南亚以及西欧的一些草药企业从我国低价购入原料药就地粗加工，运回国

内精炼提取制剂后以高价返销的现象日益严峻，这不仅对我们中药成份检测产业是一个很大的冲击，对我国经济的健康发展也将造成威胁。

三、行业周期性分析 11

四、行业进入壁垒分析 12

第二章 中药成份检测行业主要国外市场分析 14

第一节 国外市场整体概述 14

第二节 亚洲地区主要市场概况 15

第三节 欧盟主要国家市场概况 18

第四节 北美地区主要市场概况 22

第三章 中药成份检测行业国内发展环境分析 29

第一节 宏观经济环境分析 29

一、GDP历史变动轨迹分析 29

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 36

三、2015年中国宏观经济发展预测分析 39

第二节 中药成份检测行业主管部门、行业监管体 46

第三节 中药成份检测行业主要法律法规及政策 49

第四章 中药成份检测行业产业链分析及对行业的影响 52

第一节 上游原料产业链发展状况分析 52

第二节 下游需求产业链发展情况分析 58

第三节 上下游行业对中药成份检测行业的影响分析 61

第五章 中药成份检测行业技术制造工艺发展趋势分析 64

第一节 国内外中药成份检测行业技术研发现状 64

第二节 产品工艺特点或流程 64

第三节 工艺技术进展和发展趋势 69

第六章 中药成份检测行业国内市场供需分析 71

第一节 中药成份检测行业市场现状分析 71

第二节 2009-2014年产品产量分析 73

第三节 2009-2014年市场需求分析 74

第七章 中药成份检测行业竞争格局分析 76

第一节 中药成份检测行业竞争结构分析 76

一、现有企业间竞争 76

二、潜在进入者分析 76

三、替代品分析	76
四、供应商议价能力	77
五、客户议价能力	77
第二节 中药成份检测行业行业集中度分析	77
一、市场集中度分析	77
二、企业集中度分析	78
三、区域集中度分析	78
第三节 行业国际竞争力比较	79
一、生产要素	79
二、需求条件	79
三、支援与相关产业	79
四、企业战略、结构与竞争状态	80
五、政府的作用	80
第八章 中药成份检测行业主要生产企业分析	81
第一节 郑州中谱仪器设备有限公司	81
一、企业介绍	81
二、企业经营情况分析	82
第二节 赛智科技（杭州）有限公司	82
一、企业介绍	82
二、企业经营情况分析	83
第三节 厦门斯坦道科学仪器股份有限公司	84
一、企业介绍	84
二、企业经营情况分析	85
第四节 江苏天瑞仪器股份有限公司	85
一、企业介绍	85
二、企业经营情况分析	86
第五节 苏州环球色谱有限公司	90
一、企业介绍	90
二、企业经营情况分析	91
第六节 深圳市冠亚电子科技有限公司	91
一、企业介绍	91
二、企业经营情况分析	92

第九章 2015-2020年中药成份检测行业发展预测分析	93
第一节 中药成份检测行业未来发展预测分析	93
一、中国中药成份检测行业发展方向及投资机会分析	93
二、2015-2020年中国中药成份检测行业发展规模分析	93
三、2015-2020年中国中药成份检测行业发展趋势分析	94
第二节 2015-2020年中国中药成份检测行业供需预测	99
一、2015-2020年中国中药成份检测行业供给预测	99
二、2015-2020年中国中药成份检测行业需求预测	99
第十章 2011-2015年中国中药成份检测行业投资前景预警	100
第一节 政策和体制风险	100
第二节 技术发展风险	100
第三节 市场竞争风险	101
第四节 原材料压力风险	101
第五节 经营管理风险	101
第十一章 2015-2020年中国中药成份检测行业投资策略及投资建议	102
第一节 中药成份检测行业投资策略分析	102
一、坚持产品创新的领先战略	102
二、坚持品牌建设的引导战略	102
三、坚持工艺技术创新的支持战略	102
四、坚持市场营销创新的决胜战略	103
五、坚持企业管理创新的保证战略	103
第二节 中药成份检测行业市场重点客户战略实施	103
一、实施重点客户战略的必要性	103
二、合理确立重点客户	104
三、对重点客户的营销策略	105
四、强化重点客户的管理	105
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	106
第三节 中药成份检测行业项目投资建议	108
一、项目投资环境考察	108
二、项目投资产品方向建议	109
三、项目投资其他注意事项	109

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1502/V35043ODJW.html>