

<<中药产品抢占国际市场的制胜策略>>

图书基本信息

书名：<<中药产品抢占国际市场的制胜策略>>

13位ISBN编号：9787802316270

10位ISBN编号：7802316278

出版时间：2009-4

出版时间：中国中医药

作者：李金良

页数：216

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中药产品抢占国际市场的制胜策略>>

前言

我国是世界四大文明古国，拥有五千多年的灿烂文化，我国传统的中药文明是其中的奇葩，理应为世界人民的健康事业作出更大的贡献。

进入二十一世纪，全球掀起了一股“回归自然”的浪潮，天然药物越来越成为人们防病、治病的首选。

据世界卫生组织统计，全球60亿人口中，80%的人使用天然药物。

中医药在日本被称为“汉方医药”，已纳入医疗保险体系。

据WTO统计，2000年以来，国际市场上药品贸易平均年增长率为23%，为全球贸易增长率的4倍；2007年，药品贸易额已超过3000亿美元，超过全球纺织品和钢产品贸易，仅次于服装。

在这样的背景下，我国传统中药走出国门，融入国际社会的春天已经到来。

但实际上，我国传统中药走出国门并没有我们想象的那么容易。

中药难以走出国门的原因众多，比如中西药文化差异、中药产品的安全性、疗效的稳定性、成分确定、农药残留、重金属超标、产品认证、技术标准、新药研发、营销渠道等等。

经济全球化的快速发展，使一国经济的各个产业或部门很难离开国际市场的竞争而独善其身，这对我国中药产业而言同样如此。

自从2001年我国加入世界贸易组织以来，我国医药领域的开放程度越来越高，国内中药企业面临的竞争压力也越来越大。

有时，甚至中药进口数量超过了出口数量。

比如，2007年，我国中药类产品进出口额达到15.4亿美元，同比增长10.5%，创历史新高。

但在中药项下各大类产品中，中药材及饮片出口额最大，为4.8亿美元，同比增长17.1%。

中成药进出口贸易达到3亿美元，但出口和进口各为1.5亿美元。

作为拥有几千年中药历史的大国，相对于中药材的大量出口，我国中成药的净出口居然为零，实在令人惊愕。

为了实现我国传统中药走出国门，进入国际市场，融入国际社会，赢取可观的经济效益和社会效益，我们有必要破解阻碍中药产品出口的各种难题，本书的写作目的就在于此。

<<中药产品抢占国际市场的制胜策略>>

内容概要

本书适用于关注我国中药产业发展和中药产品国际化的企业、政府部门、科研部门、高等学校、社会团体以及其他各类机构的管理者、研究人员、政府官员、学生、实际工作者和其他人员阅读，帮助他们了解和掌握我国中药产品进入国际市场的主要障碍和解决途径。

作者简介

李金良，男，1958年出生，沈阳人。

1987年毕业于兰州大学经济系，获经济学硕士学位，2002年曾在加拿大KUANTLEN大学进修学习。现任广东药学院医药商学院院长、教授，中国国际贸易学会理事，广东省商业经济学会常务理事。长期从事医药经济问题的研究，研究方向是中药产品国际化和WTO规则及应用。

书籍目录

第一章 中药产品进入国际市场的现状及应对措施 第一节 中药产品进入国际市场的现状 第二节 中药产品走向国际市场的瓶颈 第三节 中药产品走向国际市场的应对措施第二章 WTO规则下的合作机制与中药产品国际化 第一节 实证分析 第二节 规则研究 第三节 机制设想第三章 中药产品国际化的文化传播策略 第一节 中药与文化、中医药文化的关系及其时代特征 第二节 中西药文化差异概述 第三节 中西药文化差异及文化传播对中药产品国际化的影响 第四节 我国中药文化对外传播的现状 第五节 推进中药文化传播、加快中药产品国际化的十大措施第四章 中药产品国际营销环境的障碍及对策 第一节 中药产品国际营销环境的现状 第二节 中药产品国际营销环境的障碍分析 第三节 中药产品国际营销环境障碍的对策分析第五章 中药产品走向国际市场的绿色营销策略 第一节 中药产品的绿色营销与传统营销的联系和区别 第二节 中药产品出口现状与绿色营销 第三节 影响中药产品绿色营销策略的若干因素 第四节 中药产品绿色营销策略第六章 中药产品对外贸易中的产品标准策略 第一节 中药产品标准对中药出口的影响 第二节 中药标准及其作用 第三节 中外中药产品标准的对比分析及其发展趋势 第四节 我国中药标准不能与国际接轨的原因 第五节 中药标准缺失问题的解决措施第七章 中药产品对外贸易中的产品安全性策略 第一节 中药产品对外贸易中的安全性问题现状 第二节 中药产品安全性问题的成因 第三节 安全性问题对中药产品贸易的影响 第四节 中药产品安全性问题的对策分析第八章 中药产品走向国际市场的知识产权保护 第一节 中药产品出口与知识产权的关系 第二节 中药产品在市场上遇到的知识产权问题 第三节 中药产品知识产权保护问题的原因分析 第四节 中药产品知识产权保护的基本策略 第五节 中药产品知识产权保护的具体建议第九章 中药产品对外贸易中的产品认证策略 第一节 中药产品认证对中药产品出口的影响 第二节 若干国家及地区对中药进口的认证 第三节 中药产品对外贸易认证问题的应对策略第十章 中药产品国际营销渠道策略 第一节 中药国际营销渠道的现状 第二节 中药国际营销渠道分析与策略选择 第三节 中药产品国际营销渠道的变革与管理第十一章 提升中药产品国际竞争力的策略 第一节 中药产品的竞争力现状分析 第二节 中药产品优势分析 第三节 中药产品面临的挑战 第四节 提高中药产品国际竞争力的对策第十二章 中药材出口状况分析及对策 第一节 广东省医药保健品进出口公司简介 第二节 运用SWOT分析法对广东省医保进行的运营与行业环境检测 第三节 波特五力模型与广东省医药保健品进出口公司的对策分析 第四节 广东省医药保健品进出口公司提升出口能力的对策

章节摘录

第一章 中药产品进入国际市场的现状及应对措施
细观这几年我国中药产品出口情况，虽然数量呈现逐年增长的态势，而且出口的国家与区域也越来越多，但是离预期的“新经济增长点”或者“快速增长产业”还有相当大的距离。

其中最大的原因是中药产品的出口一直以来就存在种种瓶颈，随着出口的增长，各国由安全问题到认证问题，由销售问题到使用问题都给中药产品出口设置越来越多的障碍，这直接导致了中药产品出口状况难以发生质的改变，增长缓慢。

为此，本章以广东省为例，将一一剖析中药产品出口的五大主要市场，揭示出口所遇瓶颈，并从中药资源、企业本身、国际营销环境和国家政策四方面去探讨打开瓶颈的可行措施。

第一节 中药产品进入国际市场的现状
随着社会经济的发展和工业化进程的加快，地球生存环境不断恶化，人类生活条件发生变化，导致人类疾病谱发生改变，新的、未知的疾病不断发生，甚至肆虐全球，用于治疗各种疾病的化学药物会使人体产生毒副作用和抗药性，并发生越来越多的药源性疾病，甚至对一些病症无能为力，逐渐难以满足人们日益提高的健康需求。

人类饱受疾病和化学药品的荼毒，崇尚自然、返璞归真的呼声越来越高，人们对天然药物和天然保健品的社会需求日益增长，中药产品迎来了进入国际市场的大好时机。

<<中药产品抢占国际市场的制胜策略>>

编辑推荐

《中药产品抢占国际市场的制胜策略》为中国中医药出版社出版发行。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>