

2012-2016年中国抗病毒口服液行业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

《2012-2016年中国抗病毒口服液行业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/xiyao1205/6038271KQ4.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-05-16

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国抗病毒口服液行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。介绍了抗病毒口服液行业相关概述、中国抗病毒口服液产业运行环境、分析了中国抗病毒口服液行业的现状、中国抗病毒口服液行业竞争格局、对中国抗病毒口服液行业做了重点企业经营状况分析及中国抗病毒口服液产业发展前景与投资预测。您若想对抗病毒口服液产业有个系统的了解或者想投资抗病毒口服液行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在低迷的世界经济大环境中，中国经济一枝独秀，持续保持较快的增长速度；中国民众在生活日益富裕以后，越来越关注健康，舍得为健康投资；在经济发展的同时，中国政府更加关注民生，推行新医改三年，在医药健康领域加大投入。所有这些因素，使中国的健康产业以远高于世界平均水平的速度增长。中国的OTC产业同样成为世界市场上不多的亮点之一，从2000年我国正式施行药品分类管理至今，10年间，中国OTC市场规模增长了近5倍，到2011年达到1400亿元，预计到2014年将达到1923亿元。预测到2020年，中国将成为世界最大的OTC市场，成为带动世界健康产业发展的主要力量。

未来我国感冒用药市场销售规模年增长率将在9%以上，2011年我国感冒用药市场规模在180亿元左右。中药抗病毒、抗菌功效渐渐得到市场的认可。近年来感冒中成药的年均复合增长率达到15.22%，明显高于感冒西药10.26%的复合年平均增长率。感冒中成药的市场份额持续增长，2011年我国感冒中成药销售规模达68.21亿元左右，已经占据整个感冒药市场36%的份额。

抗病毒口服液对预防和治疗流行性疾病效果显著，产品供不应求，市场容量快速增加。我国抗病毒口服液的市场销售规模不断增长，2011年抗病毒口服液市场规模达到6.76亿元，三年来我国抗病毒口服液市场规模复合年平均增长率为35.36%。而目前我国抗病毒口服液市场生产企业有20多家。凭着优质的产品质量及完善的营销体系，“香雪”抗病毒口服液在市场上始终占据领先地位。在2011年的抗病毒口服液的市场上，“香雪”抗病毒口服液市场份额高达52.80%，远远高出其他厂家的抗病毒口服液市场份额。前十名品牌的市场份额更是高达91.05%。

未来影响我国抗病毒口服液等自我药疗产业发展的主要因素：首先是民众对于自我保健和负责任的自我药疗知识的掌握，以及有待完善的OTC法规的发展。当然，其他因素诸如药品研发能力，国家药品政策，以及疾病谱的发展等也对自我药疗产业的发展起着不同程度的

作用。通过“自我药疗”知识的相关普及，公众对自身健康管理的主动权将得以增强，并对医患之间信息不对称具有一定改善意义。而随着民众对自我药疗概念的理解，对自身健康情况的重视，以及国家相应政策法规的支持，在未来的20年内，自我药疗产业将持续快速发展。研究结论看好抗病毒口服液行业的发展前景。

目 录

第一部分 行业现状与环境分析

第一章 中国抗病毒口服液行业发展概述 1

第一节 抗病毒口服液行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国抗病毒口服液行业经济指标分析 1

一、赢利性 1

二、成长速度 1

三、附加值的提升空间 2

四、进入壁垒 / 退出机制 2

五、风险性 2

六、竞争激烈程度指标 2

七、当前行业发展所属周期阶段的判断 3

第三节 关联产业发展分析 3

第四节 经济环境分析 15

一、经济发展状况 15

二、居民消费价格指数分析 31

三、收入增长情况 35

四、固定资产投资 47

五、社会消费品零售额分析 52

六、存贷款利率变化 62

七、人民币汇率变化 65

第五节 我国社会环境分析 71

一、人口环境分析 71

二、教育环境分析 74

三、文化环境分析 81

四、生态环境分析 87

第二章 中国抗病毒口服液行业的国际比较分析 90

第一节 中国抗病毒口服液行业竞争力指标分析 90

第二节 中国抗病毒口服液行业环境分析 90

第三节 全球抗病毒口服液行业市场需求分析 93

一、需求结构分析 93

二、重点需求客户 93

三、市场前景展望 93

第二部分 行业发展及预测分析

第三章 应用领域及行业供需分析 95

第一节 需求分析 95

一、抗病毒口服液行业需求市场 95

二、抗病毒口服液行业客户结构 95

三、抗病毒口服液行业需求的地区差异 95

第二节 供给分析 96

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 96

一、抗病毒口服液行业的需求预测 96

二、抗病毒口服液行业的供应预测 96

三、供求平衡分析 97

四、供求平衡预测 97

第四节 市场价格走势分析 97

第四章 抗病毒口服液产业链的分析 98

第一节 行业集中度 98

第二节 主要环节的增值空间 98

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 98

第五章 区域市场情况深度研究 99

第一节 长三角区域市场情况分析 99

第二节 珠三角区域市场情况分析 105

第三节 环渤海区域市场情况分析 106

第四节 抗病毒口服液行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 106

- 一、华北大区市场分析 106
- 二、华中大区市场分析 106
- 三、华南大区市场分析 107
- 四、华东大区市场分析 107
- 五、东北大区市场分析 107
- 六、西南大区市场分析 107
- 七、西北大区市场分析 108

第六章 2012-2016年需求预测分析 109

第一节 抗病毒口服液行业领域2012-2016年需求量预测 109

第二节 2012-2016年抗病毒口服液行业领域需求产品（服务）功能预测 109

第三节 2012-2016年抗病毒口服液行业领域需求产品（服务）市场格局预测 110

第三部分 市场竞争与策略分析

第七章 抗病毒口服液市场竞争格局分析 111

第一节 行业竞争结构分析 111

一、现有企业间竞争 111

二、潜在进入者分析 111

三、替代品威胁分析 112

四、供应商议价能力 112

五、客户议价能力 112

第二节 行业集中度分析 112

一、市场集中度分析 112

二、企业集中度分析 113

三、区域集中度分析 113

第三节 行业国际竞争力比较 113

一、生产要素 113

二、需求条件 113

三、支援与相关产业 114

四、企业战略、结构与竞争状态 114

五、政府的作用 114

第四节 抗病毒口服液行业主要企业竞争力分析 114

- 一、重点企业资产总计对比分析 114
- 二、重点企业从业人员对比分析 115
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 115
- 四、重点企业综合竞争力对比分析 115
- 第五节 抗病毒口服液行业竞争格局分析 116
 - 一、2011-2012年抗病毒口服液行业竞争分析 116
 - 二、2011-2012年中国抗病毒口服液市场竞争分析 117
 - 三、2011-2012年中国抗病毒口服液市场集中度分析 119

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 120

第一节 行业企业排名分析 120

第二节 产业结构分析 120

- 一、市场细分充分程度的分析 120
- 二、各细分市场领先企业排名 120
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 121
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 121
- 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 121
 - 一、产业价值链的构成 121
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 121
- 第四节 产业结构发展预测 122
 - 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 122
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 128
 - 三、中国抗病毒口服液行业参与国际竞争的战略市场定位 128

第九章 前十大领先企业分析 131

第一节 广州市香雪制药股份有限公司 131

- 一、企业概况 131
- 二、经营情况分析 132
- 三、主要竞争优势 133
- 四、企业战略分析 134

第二节 湖北午时药业股份有限公司 135

- 一、企业概况 135

二、经营情况分析 136

三、主要市场优势 136

四、企业战略分析 136

第三节 辅仁药业集团有限公司 138

一、企业概况 138

二、经营情况分析 139

三、主要市场优势 141

四、企业战略分析 142

第四节 杭州洁康药业有限公司 142

一、企业概况 142

二、经营情况分析 143

三、主要市场优势 144

四、企业战略分析 144

第五节 浙江大德药业集团有限公司 145

一、企业概况 145

二、经营情况分析 155

三、主要市场优势 155

四、企业战略分析 156

第六节 石家庄北方药业有限公司 157

一、企业概况 157

二、经营情况分析 157

三、主要市场优势 157

四、企业战略分析 158

第七节 湖北黄石飞云药业有限公司 158

一、企业概况 158

二、经营情况分析 160

三、主要市场定位 160

第八节 河南百年康鑫药业有限公司 161

一、企业概况 161

二、经营情况分析 161

三、企业战略分析 162

第九节 江苏康缘药业股份有限公司 163

一、企业概况 163

二、经营情况分析 164

三、主要市场定位 165

四、企业战略分析 165

第十节 江苏聚荣制药集团有限公司 167

一、企业概况 167

二、经营情况分析 168

三、主要市场定位 168

第十章 企业竞争策略分析 169

第一节 领先者市场竞争策略 169

一、维护高质量形象 169

二、扩大市场需求总量 169

三、保护市场份额 170

四、扩大市场份额 171

第二节 挑战者市场竞争策略 172

一、正面进攻 172

二、侧翼攻击 172

三、包围进攻 172

四、迂回攻击 173

五、游击战 173

第三节 追随者的市场竞争策略 173

一、紧密追随策略 173

二、距离追随策略 173

三、选择追随策略 174

第四节 补缺者的市场竞争策略 174

一、市场补缺者的特征 174

二、市场补缺者的策略 174

第十一章 2011-2012年中国抗病毒口服液行业整体运行集策略分析 176

第一节 中国抗病毒口服液行业总体规模分析 176

一、企业数量结构分析 176

二、行业生产规模分析 176

第二节 中国抗病毒口服液行业产销分析 176

一、行业产成品情况总体分析 176

二、行业产品销售收入总体分析 177

第三节 中国抗病毒口服液行业财务指标总体分析 177

一、行业盈利能力分析 177

二、行业偿债能力分析 177

三、行业营运能力分析 177

四、行业发展能力分析 177

第四节 品牌的战略思考 178

一、品牌的基本含义 178

二、品牌战略在企业发展中的重要性 178

三、抗病毒口服液品牌的特性和作用 179

四、抗病毒口服液品牌的价值战略 180

五、我国抗病毒口服液品牌竞争趋势 180

六、抗病毒口服液企业品牌发展战略 181

七、抗病毒口服液行业品牌竞争策略 182

第五节 行业应对策略 183

一、把握国家投资的契机 183

二、竞争性战略联盟的实施 186

三、企业自身应对策略 191

第六节 市场的重点客户战略实施 194

一、实施重点客户战略的必要性 194

二、合理确立重点客户 197

三、对重点客户的营销策略 198

四、强化重点客户的管理 203

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 207

第四部分 投资与风险分析

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势 213

第一节 市场整合成长趋势 213

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 213

第三节 企业区域市场拓展的趋势 215

第四节 科研开发趋势及替代技术进展 216

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 217

第六节 中国抗病毒口服液行业SWOT分析 218

第十三章 2012-2016年中国抗病毒行业投资风险预警 219

第一节 政策和体制风险 219

第二节 技术发展风险 224

第三节 市场竞争风险 232

第四节 经营管理风险 242

第五节 投资风险分析 249

第六节 研究观点 261

第十四章 2012-2016年抗病毒口服液行业投资价值评估分析 266

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 266

第二节 产业发展的空白点分析 270

第三节 投资回报率比较高的投资方向 271

第四节 新进入者应注意的障碍因素 275

第五节 营销分析与营销模式推荐 278

第六节 观点 290

一、技术开发战略 290

二、产业战略规划 294

三、业务组合战略 296

四、营销战略规划 298

五、区域战略规划 300

六、企业信息化战略规划 310

图表目录

图表：2011年我国感冒药十大品牌 12

图表：2011年GDP全国合计 18

图表：2011年GDP北京合计 18

图表：2011年GDP天津合计 18

图表：2011年GDP河北省合计	18
图表：2011年GDP山西省合计	18
图表：2011年GDP内蒙古合计	18
图表：2011年GDP辽宁省合计	19
图表：2011年GDP吉林省合计	19
图表：2011年GDP黑龙江合计	19
图表：2011年GDP上海合计	19
图表：2011年GDP江苏省合计	19
图表：2011年GDP浙江省合计	19
图表：2011年GDP安徽省合计	19
图表：2011年GDP江西省合计	19
图表：2011年GDP福建省合计	20
图表：2011年GDP山东省合计	20
图表：2011年GDP河南省合计	20
图表：2011年GDP湖北省合计	20
图表：2011年GDP湖南省合计	20
图表：2011年GDP广东区合计	20
图表：2011年GDP广西区合计	20
图表：2011年GDP海南合计	20
图表：2011年GDP重庆市合计	21
图表：2011年GDP四川省合计	21
图表：2011年GDP云南省合计	21
图表：2011年GDP贵州省合计	21
图表：2011年GDP陕西省合计	21
图表：2011年GDP宁夏合计	21
图表：2011年GDP新疆合计	21
图表：2011年GDP青海合计	21
图表：2011年GDP西藏合计	22
图表：2011年GDP甘肃合计	22
图表：2011年各月份经济指标情况	29
图表：2010-2011年GDP同比增长情况	29
图表：2010-2011年规模以上工业增加值增速	30

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增长情况 30

图表：2010-2011年社会消费品零售总额情况 30

图表：2010年居民消费水平北京市合计 36

图表：2010年居民消费水平天津市合计 36

图表：2010年居民消费水平河北省合计 36

图表：2010年居民消费水平山西省合计 36

图表：2010年居民消费水平内蒙古合计 36

图表：2010年居民消费水平辽宁省合计 36

图表：2010年居民消费水平吉林省合计 36

图表：2010年居民消费水平黑龙江省合计 36

图表：2010年居民消费水平上海市合计 37

图表：2010年居民消费水平江苏省合计 37

图表：2010年居民消费水平浙江省合计 37

图表：2010年居民消费水平安徽省合计 37

图表：2010年居民消费水平福建省合计 37

图表：2010年居民消费水平江西省合计 37

图表：2010年居民消费水平山东省合计 37

图表：2010年居民消费水平河南省合计 37

图表：2010年居民消费水平湖北省合计 38

图表：2010年居民消费水平湖南省合计 38

图表：2010年居民消费水平广东省合计 38

图表：2010年居民消费水平广西省合计 38

图表：2010年居民消费水平海南省合计 38

图表：2010年居民消费水平重庆市合计 38

图表：2010年居民消费水平四川省合计 38

图表：2010年居民消费水平贵州省合计 38

图表：2010年居民消费水平云南省合计 39

图表：2010年居民消费水平西藏合计 39

图表：2010年居民消费水平陕西省合计 39

图表：2010年居民消费水平甘肃省合计 39

图表：2010年居民消费水平青海省合计 39

图表：2010年居民消费水平宁夏合计 39

图表：2010年居民消费水平新疆合计 39

图表：2010-2011年农村居民人均收入实际增长情况 41

图表：2011年城乡居民收入对比情况 45

图表：2011年城市居民收入分类情况 45

图表：2011年农村居民收入分类情况 46

图表：多年城乡人均可支配收入和纯收入对比情况 46

图表：2010-2011年城镇居民人均可支配收入实际增长情况 47

图表：多年城乡居民收入比情况 47

图表：2011年城镇固定资产投资完成额-按产业 48

图表：2011年城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 49

图表：2011年固定资产增速情况（不含农户） 51

图表：2011年固定资产来源增速情况 51

图表：2011年东、中、西部固定资产增速情况 52

图表：2010年社会消费品零售总额北京市合计 53

图表：2010年社会消费品零售总额天津市合计 53

图表：2010年社会消费品零售总额河北省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额山西省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额内蒙古合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额辽宁省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额吉林省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额黑龙江合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额上海市合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额江苏省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额浙江省合计 54

图表：2010年社会消费品零售总额安徽省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额福建省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额江西省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额山东省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额河南省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额湖北省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额湖南省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额广东省合计 55

图表：2010年社会消费品零售总额广西区合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额海南省合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额重庆市合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额四川省合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额贵州省合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额云南省合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额西藏合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额陕西省合计 56

图表：2010年社会消费品零售总额甘肃省合计 57

图表：2010年社会消费品零售总额青海省合计 57

图表：2010年社会消费品零售总额宁夏区合计 57

图表：2010年社会消费品零售总额新疆区合计 57

图表：2011年社会消费品零售总额北全国合计 57

图表：2011年社会消费品零售总额北京市合计 57

图表：2011年社会消费品零售总额天津市合计 57

图表：2011年社会消费品零售总额河北省合计 57

图表：2011年社会消费品零售总额山西省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额内蒙古合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额辽宁省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额吉林省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额黑龙江合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额上海市合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额江苏省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额浙江省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额安徽省合计 58

图表：2011年社会消费品零售总额福建省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额江西省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额山东省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额河南省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额湖北省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额湖南省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额广东省合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额广西区合计 59

图表：2011年社会消费品零售总额海南省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额重庆市合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额四川省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额贵州省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额云南省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额西藏合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额陕西省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额甘肃省合计 60

图表：2011年社会消费品零售总额青海省合计 61

图表：2011年社会消费品零售总额宁夏区合计 61

图表：2011年社会消费品零售总额新疆区合计 61

图表：2008年以来中国基准利率变化情况 62

图表：2011年7月7日开始的存款利率情况 63

图表：2011年7月7日开始的贷款利率情况 64

图表：2009年预算内教育经费增长情况 75

图表：2009年教育经费执行情况 76

图表：2011年我国抗病毒市场需求规模 95

图表：2012-2016年我国抗病毒口服液的市场需求预测 96

图表：2012-2016年我国抗病毒口服液的市场需求预测 109

图表：2011年抗病毒口服液各品牌市场份额 119

图表：2011年抗病毒口服液品牌企业排名情况 120

图表：2011年广州市香雪制药股份有限公司收入情况分析 132

图表：2011年广州市香雪制药股份有限公司资产收益 133

图表：2011-2012年抗病毒口服液生产规模值 176

图表：2011年抗病毒口服液生产规模值 177

图表：区域发展战略咨询流程图 307

图表：区域SWOT战略分析图 308

略.....

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局、中国医药商业协会、中国消费者协会、中国化学制药工业协会、国内外相关刊物杂志的基础

信息以及抗病毒口服液研究单位等公布和提供的大量资料，结合对抗病毒口服液相关企业的实地调查，对我国抗病毒口服液行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了抗病毒口服液行业的前景与风险。报告揭示了抗病毒口服液市场潜在需求与潜在机会，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1205/6038271KQ4.html>