

2014-2018年中国感冒药市 场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国感冒药市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/xiyao1401/O62853CZ2J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国感冒药市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了感冒药行业相关概述、中国感冒药行业运行环境等，接着分析了中国感冒药市场发展的现状，然后介绍了中国感冒药产业市场竞争格局。随后，报告对中国感冒药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国感冒药发展前景与投资战略。您若想对感冒药产业有个系统的了解或者想投资感冒药行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

纵观我国感冒药市场，以下方面值得引起医药业界的高度关注。首先，高质量是消费者的追求。感冒药消费群体的心理变量是影响其品牌选择的重要因素。消费者品牌消费的差异往往来自于他们不同的生活态度，即使具有相同统计特征的消费群，也会有不同心理层面的消费者，由于价值观和偏好取向的差异，不同心理层面的消费者会接触和选择不同的媒体，通过对心理层面的把握，企业可视不同消费者在生活形态上的差异来制定媒体策略决定媒体的比重。无论从消费者角度出发，还是从医药业特殊性考虑，感冒药生产都须严把质量关，质量是品牌赢得信誉和市场的根本，对感冒药品牌尤其重要。此外，研究发现从品牌观念入手，不同品牌消费者存在着显著差异，其中泰诺和百服宁的消费者偏爱国外品牌，而感康和康必得的消费者对国产品牌情有独钟。由此企业结合消费群体的特征找到其最适合的品牌定位。

其次，抗感冒药的研发力度尚待加大，尤其是能满足消费者偏爱的品牌。我国城市居民对感冒药的消费需求更加明确，而自主地对OTC的购买已成为获取感冒药的主要方式，消费者对感冒的认知和其药物的使用变得更加成熟和主动。在药品使用上，消费者在使用西药为主的同时也使用一些如板兰根、VC银翘片、感冒清等非品牌类型的中药制剂作为西药补充。而在整体品牌的认知、印象和选择上，市场已形成如康泰克、日夜百服宁、泰诺等主要领导品牌。消费者多年使用后形成的这些品牌的主导地位并未发生重大变化，如因含PPA而停用的康泰克，其认知度，使用率和主要指标评价仍表现较优。尤其是从调研结果反映，目前抗感冒药品种难以满足广大患者的需求，他们迫切希望能生产出一些更好的品种。例如调查中有一半被访者希望市场能出现更多的名牌抗感冒中药，还有一半则表示能吃到比康泰克更优的新品。如今感冒药的竞争，已不仅仅是产品的竞争、广告的竞争和销售渠道的竞争，更重要的是基于消费者的竞争，因此谁想把感冒药市场“蛋糕”做大，就必须注重把握消费变化，深入透彻地研究消费者，这可以说是出奇制胜的一张“王牌”。

第一章 感冒药行业相关概述

第一节 对症疗法

一、解热镇痛药

二、鼻黏膜血管收缩药

三、组胺拮抗剂

四、中枢兴奋药

五、抗病毒药

六、提高机体免疫力药

第二节 中药治疗

一、风寒型感冒

二、风热型感冒

三、暑热型感冒

第三节 其它治疗原则分析

一、自愈治疗

二、控制感染

三、加强体育锻炼，增加身体的抵抗力

四、感冒用药在连续服用1周后症状仍未消失者应向医生咨询

第二章 2012-2013年中国感冒药行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国感冒药行业政策环境分析

一、感冒药政策分析

二、中国医药卫生体制改革

三、新医改对感冒药行业的影响

第三节 2012-2013年中国感冒药行业社会环境分析

第三章 2012-2013年中国感冒药市场发展现状分析

第一节 2012-2013年中国感冒药市场现状分析

一、感冒药市场规模

二、市场容量

三、政策分析

四、感冒药市场的品牌集中度

五、感冒药市场的零售主体

六、感冒药市场主要品牌的铺货率

第二节 2012-2013年中国感冒药市场成长性

一、拉动力量

二、推动力量

三、行业利润率和进入障碍

第三节 2012-2013年中国感冒药零售市场分析

一、中低价位感冒药市场分析

二、感冒药剂型市场分析

三、感冒药化学药市场分析

四、感冒药品种分析

第四节 我国感冒药市场危机的剖析

一、感冒药危机的起因

二、我国感冒药主要成分的安全性

三、对我国感冒药市场造成的影响

四、我国感冒药企业的应对策略

第四章 2011-2013年中国医药制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国医药制造行业总体数据分析

一、2011年中国医药制造行业全部企业数据分析

二、2012年中国医药制造行业全部企业数据分析

三、2013年中国医药制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011-2013年中国医药市场产量数据统计分析

第一节 2011-2013年中国化学药品原药产量数据统计分析

- 一、2011-2012年中国化学药品原药产量数据分析
- 二、2013年中国化学药品原药产量数据分析
- 三、2013年中国化学药品原药产量增长性分析

第二节 2011-2013年中国中成药产量数据统计分析

- 一、2011-2012年中国中成药产量数据分析
- 二、2013年中国中成药产量数据分析
- 三、2013年中国中成药产量增长性分析

第六章 2012-2013年中国感冒药消费者分析

第一节 感冒药消费者购买行为分析

- 一、我国感冒药市场的消费特征
- 二、消费者对各种感冒药的认可度
- 三、消费者对感冒药品牌关注
- 四、消费者对感冒药忠诚度分析
- 五、消费者对感冒药的价格敏感度分析
- 六、感冒药广告对消费者影响分析

第二节 感冒药市场购买行为分析

- 一、影响消费者购买行为的因素
- 二、消费者治疗感冒的方法
- 三、消费者治疗感冒的花费
- 四、消费者青睐主流感冒药品牌
- 五、主流感冒药品牌形象特色鲜明

第七章 2012-2013年中国感冒药细分市场运行分析

第一节 解热镇痛药

- 一、中国解热镇痛药现状分析
- 二、中国解热镇痛药发展存在的问题分析
- 三、解热镇痛药原料药生产情况
- 四、解热镇痛药发展走势及策略
- 五、2012-2013年阿司匹林市场分析

六、扑热息痛市场分析

七、萘普生市场分析

八、布洛芬市场分析

第二节 抗组胺药

一、氯雷他市场分析

二、市场规模走向

三、开瑞坦市场份额分析

四、新生代产品加入竞争行列

五、2016年全球抗组胺药物市场预测

第三节 头孢类药物

一、头孢菌素类发展历程

二、头孢曲松市场现状

三、头孢类抗生素中间体市场分析

四、头孢类抗生素“风云诡变”

五、头孢类药物成本走向分析

六、头孢匹胺钠用药市场的前景分析

第四节 止咳祛痰药

一、中国止咳祛痰药市场现状分析

二、中国止咳祛痰药发展存在的问题分析

三、止咳药主要产品品牌基本市场状况

四、止咳祛痰药零售市场分析

五、中国止咳类中成药市场分析

第五节 中药类感冒药

一、中药类感冒药的地位

二、中药类感冒药市场现状

三、中药、西药感冒药市场走势比较

四、中药类感冒药零售市场分析

五、中国中药类感冒药发展前景分析

第八章 2012-2013年中国品牌感冒药市场运行分析

第一节 2012-2013年中国品牌感冒药市场亮点分析

一、消费者青睐主流感冒药品牌

二、企业营销手段风格各异

三、主流感冒药品牌形象特色分析

第二节 2012-2013年中国品牌感冒药市场动态分析

一、外资品牌占感冒药市场大半江山

二、国内三大热点品牌感冒药市场分析

1、真白加黑医院、零售途径销售冰火两重天

2、泰诺

3、新康泰克

第九章 2012-2013年中国感冒药优势品牌市场销售情况分析

第一节 白加黑

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、营销策略分析

第二节 新康泰克

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

第三节 999感冒灵

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

第四节 日夜百服宁

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、日夜百服宁的市场份额回顾

第五节 泰诺感冒药

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

六、泰诺感冒片的市场份额回顾

第六节 快克感冒药

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、海南快克的品牌发展战略综述

六、快克赢得市场的策略

第七节 感叹号(长春海外制药集团有限公司)

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第八节 康必得(河北恒利集团制药股份有限公司)

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第九节 感康

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第十章 2012-2013年中国儿童感冒药市场运行分析

第一节 2012-2013年中国儿童感冒药市场运行综述

- 一、儿童感冒药市场特点
- 二、儿童感冒药市场变化的方向
- 三、儿童感冒药市场产销情况分析
- 四、儿童感冒药市场价格
- 五、中国儿童感冒药产业发展的新思路

第二节 2012-2013年中国儿童感冒药剂型构成分析

- 一、儿童感冒药颗粒剂
- 二、儿童感冒药口服液
- 三、儿童感冒药片剂
- 四、儿童感冒药滴剂

第十一章 2012-2013年中国感冒药市场营销解析

第一节 2012-2013年中国感冒药市场营销特点分析

第二节 感冒药市场的营销原则

- 一、差异性原则
- 二、大类市场定位原则
- 三、模糊真相原则

第三节 2012-2013年中国感冒药市场营销渠道分析

- 一、医院
- 二、各大连锁药房
- 三、门诊
- 四、网购

第四节 2012-2013年中国感冒药生产企业的营销策略

- 一、感冒药生产企业的发展须以顾客为中心
- 二、感冒药生产企业需选准目标顾客
- 三、感冒药生产企业需了解目标顾客
- 四、感冒药生产企业的品牌制胜
- 五、感冒药生产企业的广告传播
- 六、感冒药生产企业的产品制胜

第五节 OTC类感冒药广告策略

- 一、感冒药的市场定位与广告策划
- 二、特征表现需明显
- 三、卡通形象能讨好
- 四、差异化的广告策略
- 五、情感策略表演需到位
- 六、群体效应可做普药新主张
- 七、不能忽略购买理由
- 八、感冒药市场“亲民路线”

第十二章 2012-2013年中国感冒药产业市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国感冒药市场竞争现状分析

- 一、医药企业感冒药竞争激烈
- 二、感冒药凸现品牌竞争新乐章
- 三、感冒药市场价格竞争分析
- 四、感冒药营销渠道竞争分析
- 五、感冒用药市场竞争空白点分析

第二节 2012-2013年中国感冒药集中度分析

- 一、感冒药生产企业集中分布
- 二、感冒药市场集中度分析

第三节 2014-2018年中国感冒药竞争趋势分析

第十三章 2012-2013年中国感冒药优势企业竞争力分析

第一节 哈药集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 重庆桐君阁股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 西南药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 三九医药股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 东盛科技启东盖天力制药股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 中美天津史克制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 西安杨森制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 上海强生制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 中美上海施贵宝制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十四章 2014-2018年中国感冒药发展前景预测分析

第一节 2014-2018年中国感冒药前景展望

- 一、中国医药产业前景预测

二、中外儿童感冒药研发投入和运作分析

第二节 2014-2018年中国感冒药发展趋势分析

一、中西结合感冒药发展趋势

二、儿科感冒药前景分析

三、农村感冒药市场前景分析

四、医药市场运作区域化趋势

第三节 2014-2018年中国感冒药市场前景预测分析

一、感冒药市场供需预测分析

二、感冒药市场盈利预测分析

第十五章 2014-2018年中国感冒药行业投资战略研究

第一节 2014-2018年中国感冒药行业投资概况

一、支持医药行业发展的利好因素

二、外资进入中国医药产业仍会部分受限

三、在医药外资并购新贸易环境下利益的博弈分析

四、中国医药产业融资机遇逐渐清晰

第二节 2014-2018年中国感冒药行业投资机会分析

一、医药行业巨变迎来投资时期

二、医药经济面临市场扩容的机遇

三、城市医保给医药行业带来的扩容

第三节 2014-2018年中国感冒药行业投资风险分析

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、药品安全风险

四、进退入风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1401/O62853CZ2J.html>