

2014-2018年中国咽喉用药 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

《2014-2018年中国咽喉用药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/xiyao1312/E647753N64.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】2013-12-13

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国咽喉用药市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国咽喉用药行业市场发展环境、中国咽喉用药整体运行态势等，接着分析了中国咽喉用药行业市场运行的现状，然后介绍了中国咽喉用药市场竞争格局。随后，报告对中国咽喉用药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国咽喉用药行业发展趋势与投资预测。您若想对咽喉用药产业有个系统的了解或者想投资咽喉用药行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

咽喉类用药市场潜力较大。目前咽喉类用药以OTC为主，剂型以中药类含片为主。从现有的市场情况分析，产品销售的前十名品牌在不断更新，品牌优势在逐渐分散，市场份额出现了均摊的趋势，说明咽喉类用药的细分市场依然是一个开放和充分竞争的市场。目前越来越多的大中型药品生产企业已经看到了该市场的潜力，纷纷做好了强势介入的准备。行业热点逐渐形成，新品不断更新上市。随着这一市场的扩容，咽喉用药将可能出现类似感冒药品牌间的激烈竞争。

调查显示，在咽喉不适的目标消费人群中，60%是因感冒、咽喉炎引起的，18%是烟酒过度导致，还有10%左右是用嗓过度，12%由其他原因引起。但是，目前市场上的药品和保健食品大多在病因上没有进行细分，造成消费者在选择时往往很难找到完全适合的产品。所以产品知名度便成了消费者选择购买的主要动因，广告的引导作用自然不可小觑。除此之外，产品效果也是决定消费者是否再次购买的重要因素。而药店店员的推荐和口碑传播也能对咽喉产品的销售产生一定影响。

第一章 2013年世界咽喉用药市场运行分析

第一节 2013年世界咽喉用药市场运行环境

一、世界经济景气度分析

二、世界医药产业运行分析

三、世界咽喉疾病及发病率分析

第二节 2013年世界咽喉用药市场走势分析

一、世界呼吸系统用药市场规模及容量分析

二、世界咽喉用药OTC市场情况

三、世界咽喉用药新药研发进展

四、世界咽喉用药市场销售情况分析

第四节 2014-2018年世界咽喉用药发展趋势预测

第二章 2013年中国咽喉用药行业发展环境分析

第一节 国内咽喉用药经济环境分析

- 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年中国咽喉用药经济发展预测分析

第二节 中国咽喉用药行业政策环境分析

第三章 2013年中国咽喉用药疾病及发病率分析

第一节 咽喉口腔疾病特点

- 一、急性咽喉炎
- 二、慢性咽喉炎
- 三、口腔溃疡

第三节 咽喉用药患者病因分析

- 一、感冒、咽喉炎
- 二、烟酒过度
- 三、用嗓过度
- 四、其它

第四节 咽喉疾病的患病率呈逐年上升势头及影响因素

- 一、人们生活（空调）、工作环境、饮食环境
- 二、人们饮食习惯、气候变化
- 三、环境污染

第四章 2013年中国咽喉用药市场深度剖析

第一节 2013年中国咽喉用药市场总况

- 一、咽喉用药市场规模分析
- 二、咽喉用药市场容量及增长情况
- 三、春冬两季高发咽喉炎 直接作用剂型咽喉用药受宠
- 四、治疗咽喉疾病处方用药浅谈

第二节 2013年中国咽喉用药热点产品市场分析

- 一、咽喉口腔用药零售市场分析

- 二、口腔溃疡用药地区市场
- 三、呼吸系统中成药市场分析
- 四、口含片市场分析
- 五、镇咳类药品市场分析
- 六、平喘药物市场分析
- 七、枇杷膏市场分析
- 八、呼吸道用吸入剂市场

第三节 2013年中国咽喉药市份额

- 一、广西“金嗓子”
- 二、西瓜霜含片及喷剂
- 三、江中草珊瑚
- 四、华素片
- 五、黄氏响声丸
- 六、健民咽喉片
- 七、咽利爽滴丸

第五章 2013年中国咽喉用药细分终端市场深度聚焦

第一节 2013年我国呼吸系统用药情况及关联度分析

第二节 2013年中国咽喉用药OTC市场销售情况

- 一、我国OTC市场现状与发展前景
- 二、全国咽喉用药零售情况分析
- 三、咽喉用药化学药零售市场销售情况
- 四、咽喉用药中成药零售情况分析
- 五、主要城市药品零售情况
- 六、儿童用镇咳用药市场情况分析

第三节 2013年医院用药咽喉药分析

- 一、2013年我国医院市场整体经济及用药情况分析
- 二、2013年我国医院用药销售排名情况分析
- 二、2013年呼吸系统药医院使用状况分析

第六章 2013年中国咽喉用药市场营销分析

第一节 2013年中国咽喉用药营销模式和渠道管理分析

一、咽喉用药的网络营销效果分析

二、全国及主要城市咽喉用药广告监测情况

- 1、北京
- 2、南京
- 3、广州
- 4、重庆
- 5、青岛

第二节 咽喉药新秀产品

一、亿利甘草良咽营销案例分析

- 1、细分市场
- 2、特有的营销策略——“吸烟引起的喉部不适”
- 二、江中草珊瑚含片的同门兄弟——江中亮嗓也主打烟民市场
- 三、桂龙药业的慢咽舒宁
- 四、华素片

第三节 咽喉用药市场营销策略分析

- 一、“新境界”的品牌传播策略
- 二、如何开发OTC市场

第七章 2013年中国咽喉用药市场消费调研

第一节 消费者基本概况

- 一、对感冒、咽喉炎、扁桃体炎等常见病的治疗态度
- 二、人们的医疗保健观念及医疗消费与支出
- 三、对咽喉用药的认知程度
- 四、消费者了解咽喉用药的信息途径
- 五、广告印象对消费者的影响

第二节 消费者消费心理及需求分析

- 一、城乡OTC市场消费心理对比
- 二、企业诱发消费者消费需求的几种途径
- 三、社区药品营销深度开发分析

第三节 消费者购买倾向

- 一、非疾病式咽部不适消费者倾向于购买保健型的咽喉药
- 二、疾病式咽部不适

第四节 影响消费者选购利咽药的因素分析

- 一、疗效
- 二、产品知名度
- 三、药店店员的推荐和口碑传播
- 四、价格——高价策略优势

第八章 咽喉用药营销模式和渠道管理分析

第一节 外资在国内医药流通领域现状分析

第二节 2013年度我国医药物流业现状及趋势分析

第三节 连锁药店的经营策略分析

- 一、经营环境
- 二、顾客需求
- 三、竞争策略
- 四、品牌差异化
- 五、扩张模式
- 六、平价药房的战略发展趋势
- 七、后营销时代OTC市场如何动作
- 八、未来市场营销发展新趋势

第四节 品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析

第五节 精选案例

- 一、“金嗓子喉宝”的整合营销传播与推广
- 二、老品牌黄氏响声丸的迅速崛起的秘密

第九章 2013年中国咽喉用药竞争新格局分析

第一节 2013年中国咽喉用药用市场竞争分析

- 一、咽喉用药市场竞争激烈
- 二、群雄逐鹿硝烟四起
- 三、突破竞争开创蓝海
- 四、管理到位渠道为王
- 五、全力以赴决胜终端

第二节 2013年中国咽喉用药市场竞争力分析

- 一、本土品牌企业整合，提高竞争

二、健康个性是竞争卖点

三、从包装到“内容”的惨烈市场竞争

第三节 2013年中国咽喉用药市场集中度分析

第四节 2014-2018年中国咽喉用药竞争趋势及提升竞争力分析

第十章 2013年中国咽喉用药重点品牌企业分析

第一节 武汉健民药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

第二节 桂林三金药业股份有限公司（西瓜霜系列）

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 江西江中药业股份有限公司（草珊瑚系列）

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 广西金嗓子有限责任公司（金嗓子喉宝）

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 桂龙药业（慢严舒柠颗粒）

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 吉林市吴太感康药业有限公司（吴太咽炎片）

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 北京华素制药股份有限公司（华素片）

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 贵州黄果树立爽药业(咽立爽口含滴丸)

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 成都地奥集团有限公司(银黄含片)

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 四川蜀中医药业（玄麦甘桔颗粒）

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

第十一节 宁夏多维药业（玄麦甘桔颗粒）

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

第十一章 2014-2018年中国咽喉用药前景预测分析

第一节 2014-2018年中国医药产业前景预测

第二节 2014-2018年中国咽喉用药产业新趋势探析

一、OTC药品市场营销的十大趋势分析

二、咽喉用药竞争格局预测预测分析

三、咽喉用药新药研发趋势预测分析

四、咽喉用药市场营销趋势预测分析

第三节 2014-2018年中国咽喉用药产业市场预测分析

一、咽喉用药市场规模预测

二、咽喉用药市场盈利预测分析

第十二章 2014-2018年中国咽喉用药投资价值研究

第一节 2014-2018年中国咽喉用药投资特性分析

第二节 2014-2018年中国咽喉用药行业投资机会分析

一、中国咽喉用药市场投资热点分析

二、与产业政策调整相关的投资机会分析

第二节 2014-2018年中国咽喉用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、进退入风险

四、其它风险

第三节 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

图表：略……

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/xiyao1312/E647753N64.html>