

# 2015-2020年中国止咳化痰 药市场监测及趋势预测报告

## 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年中国止咳化痰药市场监测及趋势预测报告》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/xiyao1502/J14380O9VG.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】2024-12-22

【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

## 报告目录：

### 第一章 2014年世界止咳化痰药市场发展现状分析12

#### 第一节 2014年世界止咳化痰药市场发展状况分析12

##### 一、世界止咳化痰药行业特点分析12

###### （一）世界范围内反对儿童滥用呼吸系统用药12

###### （二）用于新药的研究开发费用相当大12

##### 二、世界止咳化痰药市场需求分析12

#### 第二节 2014年全球止咳化痰药市场分析13

##### 一、2014年全球止咳化痰药需求分析13

##### 二、2014年中外止咳化痰药市场对比14

###### （一）美国-市场运营的药品价格机制14

###### （二）亚洲市场增速更加强劲14

### 第二章 我国止咳化痰药行业发展现状15

#### 第一节 我国止咳化痰药行业发展现状15

##### 一、止咳化痰药行业品牌发展现状15

##### 二、止咳化痰药行业消费市场现状16

#### 第二节 2014年止咳化痰药行业运行分析16

##### 一、2014年止咳化痰药行业产销运行分析16

##### 二、2014年止咳化痰药行业利润情况分析17

##### 三、2014年止咳化痰药行业发展周期分析18

###### （一）初始阶段18

###### （二）发展阶段18

###### （三）无序阶段18

###### （四）调整过渡阶段18

##### 四、2015-2020年止咳化痰药行业发展机遇分析19

#### 第三节 对中国止咳化痰药市场的分析及思考19

##### 一、产品：定位精细化19

##### 二、营销：注重终端把控20

##### 三、品牌：提升到战略高度20

### 第三章 2014年中国止咳化痰药市场供需分析剖析21

## 第一节 2014年中国止咳化痰药市场动态分析21

### 一、止咳化痰药行业新动态21

### 二、止咳化痰药主要品牌动态22

## 第二节 2014年中国止咳化痰药市场进出口形势综述22

## 第四章 止咳化痰药行业经济运行分析23

### 第一节 2014年止咳化痰药行业运行分析23

#### 一、2014年止咳化痰药行业运行分析23

#### 二、行业运行趋势23

### 第二节 2014年我国止咳化痰药行业绩效分析23

#### 一、2014年行业规模情况23

#### 二、2014年行业盈利能力分析24

#### 三、2014年行业营运能力分析25

#### 四、2014年行业偿债能力分析25

## 第五章 中国止咳化痰药行业消费市场分析26

### 第一节 止咳化痰药市场消费需求分析26

#### 一、止咳化痰药市场的消费需求变化26

#### 二、止咳化痰药行业的需求情况分析27

### 第二节 止咳化痰药消费市场状况分析27

#### 一、止咳化痰药行业消费特点27

#### 二、止咳化痰药行业消费分析28

##### （一）价格跨度大，15元左右最受欢迎28

##### （二）剂型多样化，糖浆颗粒优势明显28

#### 三、止咳化痰药行业消费结构分析28

##### （一）中成药糖浆制剂28

##### （二）外周镇咳药28

##### （三）中枢镇咳药28

## 第六章 宏观经济对止咳化痰药行业影响分析29

### 第一节 2014年新经济形势对中国经济的影响29

#### 一、新经济形势对中国实体经济的影响29

#### 二、通胀现象之后将迎来通货紧缩29

#### 三、中国宏观经济政策变动及趋势30

### 第二节 2014年止咳化痰药行业融资环境分析30

## 一、企业融资环境总体概述30

## 二、融资渠道分析31

### （一）间接融资路径分析31

### （二）直接融资路径分析31

## 三、企业融资建议31

### （一）针对中小企业规模小的问题，发展产业集群和建立中小企业行业协会31

### （二）针对中小企业资产存量有限的局限，将存货和应收账款纳入《物权法》32

### （三）针对中小企业信息不透明的现状，积极推进中小企业信用制度建设32

### （四）引进风险投资32

## 第三节 国内止咳化痰药行业相关政策及影响分析33

### 一、行业的具体政策33

### 二、政策特点与影响分析33

## 第四节 2014年新经济形势对止咳化痰药行业经营环境影响分析34

### 一、原材料价格影响34

#### （一）价格持续上涨品种34

#### （二）价格持续下跌品种35

#### （三）价格基本持平品种35

### 二、能源供应影响35

### 三、企业用工环境36

#### （一）总体而言，就业形势趋于好转，劳动力市场供过于求36

#### （二）制造业等劳动密集型行业招工难问题突出36

## 第七章 止咳化痰药行业上下游产业分析37

### 第一节 上游产业分析37

#### 一、发展现状37

#### 二、发展趋势预测37

##### （一）节能环保成为未来原料药发展的重中之重37

##### （二）原料药工艺水平将进一步提升38

#### 三、行业新动态及其对止咳化痰药行业的影响38

#### 四、行业竞争状况及其对止咳化痰药行业的意义38

### 第二节 下游产业分析39

#### 一、发展现状39

#### 二、发展趋势预测39

（一）政策干预对医药流通行业的影响进一步深入	39
（二）经济增长及老龄化对医药需求增加推动医药流通行业总体规模扩大	40
（三）行业集中度进一步提升，规模经济效应进一步显现	40
（四）医药流通企业的发展进一步依赖于资本市场	40
（五）医药消费习惯改变显示药品消费需求结构的变化趋势	41
（六）先进物流技术和信息技术的运用将成为医药流通企业领先的关键	41
三、行业新动态及其对止咳化痰药行业的影响	41
四、行业竞争状况及其对止咳化痰药行业的意义	42
第八章 止咳化痰药行业竞争格局分析	42
第一节 行业竞争结构分析	42
一、现有企业间竞争	42
（一）止咳化痰类药品市场以中药为主	42
（二）咳嗽类品牌中药优势明显	42
二、潜在进入者分析	43
三、替代品威胁分析	43
四、供应商议价能力分析	43
五、客户议价能力分析	44
第二节 中国止咳化痰药行业竞争格局综述	44
一、止咳化痰药行业集中度	44
二、止咳化痰药行业竞争程度	45
第九章 止咳化痰药企业竞争策略分析	45
第一节 止咳化痰药市场竞争策略分析	45
一、我国制药企业营销渠道存在的问题	45
（一）思想观念落后，缺乏营销观念	45
（二）制药企业的产品和服务落后于市场需求	46
（三）零售终端建设亟待加强	46
二、加强制药企业药品渠道销售管理的有效策略	46
（一）转变经营理念，更新营销渠道观念	46
（二）提升渠道各环节质量，提高产品和服务水平	46
（三）开辟数字化营销渠道	47
第二节 止咳化痰药企业竞争策略分析	47
一、2015-2020年我国止咳化痰药市场竞争趋势	47

(一) 企业经营规模在激烈竞争中逐步扩大	47
(二) 电子商务和网络营销是大势所趋	47
二、2015-2020年止咳化痰药行业竞争策略分析	48
(一) 选择合适的产品营销手段	48
(二) 加强企业和药品的品牌营销建设	48
(三) 加强营销人员的专业素质培训	48
(四) 加强新产品的研发投入，提高企业高端市场的竞争力	49
第十章 重点止咳化痰药企业竞争分析	49
第一节 广州潘高寿药业股份有限公司	49
一、企业概况	49
二、竞争优势分析	50
三、2009-2014年经营状况	50
四、2015-2020年发展战略	51
第二节 神威药业集团有限公司	51
一、企业概况	51
二、竞争优势分析	52
三、2009-2014年经营状况	52
四、2015-2020年发展战略	53
第三节 太极集团	53
一、企业概况	53
二、竞争优势分析	54
三、2009-2014年经营状况	54
四、2015-2020年发展战略	55
第四节 北京同仁堂股份有限公司	56
一、企业概况	56
二、竞争优势分析	56
三、2009-2014年经营状况	56
四、2015-2020年发展战略	57
第五节 勃林格殷格翰集团	58
一、企业概况	58
二、竞争优势分析	58
三、2009-2014年经营状况	59

#### 四、2015-2020年发展战略59

### 第十一章 止咳化痰药行业发展趋势分析60

#### 第一节 我国止咳化痰药行业前景与机遇分析60

##### 一、我国止咳化痰药行业趋势预测60

##### 二、新经济形势下对止咳化痰药行业的影响分析60

#### 第二节 2015-2020年中国止咳化痰药市场趋势分析61

##### 一、2015-2020年止咳化痰药产业政策趋向61

（一）由重仿制转向重原研，创新受到重视61

（二）由重价格转向重质量，安全受到重视61

（三）由分散型向集约型转变，效率受到重视62

##### 二、2015-2020年止咳化痰药行业技术革新趋势62

##### 三、2015-2020年止咳化痰药价格走势分析62

#### 四、2015-2020年国际环境对止咳化痰药行业的影响64

（一）经济全球化的影响64

（二）天然药物热潮的影响64

### 第十二章 止咳化痰药行业发展趋势与投资规划建议研究64

#### 第一节 止咳化痰药市场发展潜力分析64

#### 第二节 止咳化痰药行业发展趋势分析65

##### 一、中成药呈高增长65

##### 二、患者讲究功效口感65

#### 第三节 止咳化痰药行业发展战略研究65

##### 一、坚持不懈的品质监控65

##### 二、专注的经营理念66

##### 三、优质的药材来源66

#### 第四节 对我国止咳化痰药品牌的战略思考66

##### 一、传统的更传统66

##### 二、现代的更现代67

##### 三、持之以恒塑造品牌三度67

### 第十三章 2015-2020年止咳化痰药行业发展预测及建议68

#### 第一节 未来止咳化痰药需求与消费预测68

#### 第二节 止咳化痰药行业投资前景及控制策略分析68

##### 一、2015-2020年止咳化痰药行业市场风险及控制策略68



- 二、2015-2020年止咳化痰药行业政策风险及控制策略69
- 三、2015-2020年止咳化痰药行业经营风险及控制策略69
- 四、2015-2020年止咳化痰药行业技术风险及控制策略69
- 五、2015-2020年止咳化痰药行业其他风险及控制策略69

### 第三节 投资建议71

图表目录：

- 图表1：2011-2014年止咳化痰药行业利润率走势1
- 图表2：2015-2020年止咳化痰药市场销售规模预测2
- 图表3：2008年和2013年全球医药市场增长率15
- 图表4：2011-2014年止咳化痰药行业营业收入增长率走势16
- 图表5：2014年我国止咳化痰药行业规模分析23
- 图表6：2011-2014年止咳化痰药行业销售毛利率走势24
- 图表7：2011-2014年我国止咳化痰药行业运营能力指标走势图25
- 图表8：2011-2014年我国止咳化痰药行业偿债能力指标走势图26
- 图表9：2008-2013年零售市场止咳化痰用药前10品牌市场集中度走势44
- 图表10：2009-2014广州药业集团有限公司经营财务指标走势50
- 图表11：2009-2014神威药业集团有限公司经营财务指标走势53
- 图表12：2009-2014太极集团经营财务指标走势55
- 图表13：2009-2014北京同仁堂股份有限公司经营财务指标走势57
- 图表14：2009-2014勃林格殷格翰集团经营财务指标走势59
- 图表15：2015-2020年止咳化痰药市场规模预测68

表格目录：

- 表格1：2013年零售市场止咳化痰用药前10品牌排名1
- 表格2：2013年零售市场止咳化痰用药前10品牌排名15
- 表格3：2011-2014年止咳化痰药行业营业收入增长率指标16
- 表格4：2011-2014年止咳化痰药行业利润率指标17
- 图表5：2011-2014年止咳化痰药行业利润率走势17
- 表格6：2009-2014年零售市场止咳化痰用药前10品牌排名22
- 表格7：2011-2014年止咳化痰药行业市场销售规模23
- 表格8：2011-2014年我国止咳化痰药行业销售毛利率指标24
- 表格9：2011-2014年我国止咳化痰药行业运营能力指标25
- 表格10：2014年我国止咳化痰药行业偿债能力指标25

表格11：2009-2014广州药业集团有限公司经营财务指标分析表50

表格12：2009-2014神威药业集团有限公司经营财务指标分析表52

表格13：2009-2014年太极集团经营财务指标分析表54

表格14：2009-2014年北京同仁堂股份有限公司经营财务指标分析表56

表格15：2009-2014年勃林格殷格翰集团经营财务指标分析表59

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1502/J14380O9VG.html>