

2013-2017年中国感冒药市场 监测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

《2013-2017年中国感冒药市场监测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/xiyao1304/Y67504IYH0.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】2013-04-26

【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《2013-2017年中国感冒药市场监测及投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国感冒药行业的概念，接着分析了中国感冒药行业发展环境，然后对中国感冒药行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国感冒药行业面临的机遇及发展前景。若您想对中国感冒药行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国感冒药市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

感冒是一种常见又多发的疾病，受气候、环境等因素的变化影响很大，用药频率相对较高，除了冬春季节是感冒高发季节外，其他季节感冒也是一种常见病。感冒药在OTC领域中占比达到34%，随着OTC销售份额的日益增加，感冒药被消费者自主选择的机会也在增加。

自2005年开始，我国感冒药品市场年均复合增长率为11.94%，2011年我国感冒药市场规模为178亿元，2012年感冒用药市场规模接近200亿元，未来的年增长率仍将保持在9%以上。此外，对于感冒药的剂型，选择胶囊的消费者突破半数，其次是冲剂、片剂，口服液的比例较低。根据目前市场消费者购买较多感冒药来看，还是集中在胶囊和冲剂上。感冒药已经进入争夺市场份额的格局，由此而带来的市场细分也就成为必然。

报告目录

第一章 感冒药的相关概述

第一节 感冒药的介绍

一、感冒药的定义

二、感冒病症基本特征及分类

第二节 感冒的治疗

一、对症疗法

二、中药治疗

三、自愈治疗

四、控制感染

五、锻炼

六、医生咨询

第二章 2011-2013 年我国感冒药市场总体分析

第一节 我国感冒药市场的概况

- 一、我国感冒药市场的发展环境
- 二、我国感冒药市场规模及成长性
- 三、我国感冒药的市场容量
- 四、我国感冒药市场的定位策略

第二节 2012年我国感冒药市场剖析

- 一、全球感冒药危机的起因
- 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

第三节 2012年我国感冒药的市场特征

- 一、知名品牌占大部分市场份额
- 二、国产品牌与合资品牌的市场表现
- 三、感冒药竞争集中在终端
- 四、我国药品零售市场的发展空间

第四节 2012年度感冒药品牌网络口碑监测分析

- 一、感冒药品牌网络KPI排行榜
- 二、感冒药行业网络口碑KPI分析
- 三、感冒药品牌网络口碑优劣势分析
- 四、品牌关联性分析

第五节 我国感冒药市场的竞争分析

- 一、外资品牌占感冒药市场主导地位
- 二、我国感冒药市场的品牌竞争格局
- 三、我国感冒药市场份额向知名品牌集中
- 四、甲流使感冒药市场扩容竞争加剧
- 五、感冒药市场出现将产品细分的竞争手段

第六节 感冒药市场的发展前景预测

- 一、我国感冒药市场发展前景看好
- 二、我国感冒药市场未来的发展方向
- 三、我国农村感冒药市场发展前景广阔

第三章 我国感冒药市场消费及购买行为分析

第一节 我国感冒药市场消费分析

- 一、消费者对各种感冒药的认可度
- 二、中低价位感冒药受消费者青睐
- 三、我国感冒药市场的消费特征

第二节 感冒药市场购买行为分析

- 一、影响消费都购买行为的因素
- 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

第四章 2011-2013年中国主要地区感冒药市场分析

第一节 我国主要地区感冒药市场分析

- 一、我国各地区感冒药市场总体概况
- 二、我国不同地区感冒药市场的表现
- 三、感冒药具体产品的销售情况
- 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
- 七、儿童感冒药的市场空间
- 八、我国各地店员销售感冒药的影响因素

第二节 我国主要城市感冒药市场销售分析

- 一、北京感冒药市场的销售情况
- 二、上海小儿感冒药的市场销售分析
- 三、宁波感冒药零售市场的容量分析
- 四、2012年广州热销感冒药的市场行情分析

第五章 我国感冒药市场营销策略

第一节 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

第二节 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

第三节 OTC类感冒药广告策略

一、特征表现需明显

二、卡通形象能讨好

三、差异化的广告策略

四、情感策略表演需到位

五、群体效应可做普药新主张

六、不能忽略购买理由

第六章 我国感冒药优势品牌企业分析

第一节 西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司——白加黑

一、企业概况

二、白加黑在感冒药市场的发展策略

三、白加黑感冒药的市场竞争分析

第二节 中美天津史克制药有限公司——新康泰克

一、企业概况

二、新康泰克化解品牌危机的对策

第三节 华润三九医药股份有限公司——999感冒灵

一、企业概况

二、2012年华润三九经营状况分析

三、999感冒灵的发展现状

第四节 上海百时美施贵宝公司——日夜百服宁

一、企业概况

二、日夜百服宁的市场份额回顾

第五节 上海强生制药有限公司——泰诺感冒药

一、企业概况

二、泰诺感冒片的市场份额回顾

第六节 海南亚洲制药集团—快克感冒药

一、企业概况

二、海南快克的品牌发展战略综述

三、快克赢得市场的策略

第七节 长春海外制药集团有限公司—感叹号

一、企业概况

二、感叹号感冒药的发展概况

第八节 河北恒利集团制药股份有限公司—康必得

一、企业概况

二、康必得领先感冒药市场的发展历程

三、康必得感冒药的发展概况

第九节 其他优势品牌

一、吉林市吴太感康药业有限公司—吴太感康

二、深圳海王药业有限公司——海王银得菲

第七章 2013-2017年感冒药行业发展前景预测

第一节 国内宏观经济环境分析及预测

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 感冒药行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第三节 2013-2017年行业市场规模预测

第四节 2013-2017年行业投资前景分析

图表目录：

图表：2007-2012年中国感冒药市场规模及增长率：亿元，%

图表：2012年感冒药市场剂型比例

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/xiyao1304/Y67504IYH0.html>