

中国咽喉用药市场专项调研与盈利空间预测报告 (2012-2016)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国咽喉用药市场专项调研与盈利空间预测报告（2012-2016）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/132102132102.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

咽喉用药是继胃药、感冒药后百姓消费最多的药品种类之一。咽喉药市场以年均10%~20%的速度在增长。调查显示，在咽喉不适的目标消费人群中，57%是因感冒、咽喉炎引起的，18%是烟酒过度导致，还有13%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。

中国报告网发布的《中国咽喉用药市场专项调研与盈利空间预测报告（2012-2016）》共十三章。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。

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。

第一章 世界咽喉用药市场分析

第一节 2011-2012年世界医药市场运行情况

一、全球药品市场销售情况分析

二、全球医药市场格局

三、全球医药处方药市场

第二节 2011-2012年世界咽喉用药市场现状分析

一、咽喉炎概述

二、世界咽喉用药市场概况

三、世界咽喉用药OTC市场情况

第三节（2012-2016）年世界咽喉用药市场走势预测

第二章 中国咽喉用药市场运行环境分析

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、2012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 中国咽喉用药市场调研分析

第一节 2011-2012年中国咽喉用药市场现状分析

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、枇杷膏市场分析

五、呼吸道用吸入剂市场

第二节 2011-2012年中国咽喉用药市场格局分析

一、中国咽喉用药主要竞争者市场份额

二、市场增长性分析

三、各类别咽喉产品市场构成

四、重点城市市场竞争格局

第三节 2011-2012年中国咽喉用药发展存在问题及策略分析

第四章 中国咽喉用药产业运行走势分析

第一节 2011-2012年中国咽喉用药品牌市场分析

一、金嗓子喉宝

二、西瓜霜含片

三、复方草珊瑚含片

第二节 2011-2012年中国咽喉用药市场走势分析

一、镇咳类药品市场浅析

二、平喘药物市场分析

三、口含片市场分析

第五章 中国咽喉用药OTC市场销售情况分析

第一节 2011-2012年中国OTC市场现状分析

一、OTC市场特征分析

二、城乡OTC市场消费特征对比综述

三、OTC细分市场浅析和操作建议

四、我国的OTC市场发展对策

第二节 2011-2012年中国咽喉用药零售概况分析

一、中国药品零售企业现状分析

二、化学药中呼吸系统用药零售情况分析

三、儿童用镇咳用药市场情况分析

第三节 2011-2012年中国各城市咽喉药零售情况分析

一、深圳零售市场

二、沈阳零售市场

三、上海零售市场

四、重庆零售市场

第四节 2011-2012年中国主要城市咽喉用药广告监测情况分析

- 一、全国态势
- 二、广州
- 三、北京
- 四、上海

第五节 2011-2012年中国咽喉用药广告市场发展状况分析

- 一、咽喉疾病用药报刊广告市场投入稳定
- 二、中南地区成为咽喉疾病用药消费者争夺终端之地
- 三、北京、广州两城市咽喉用药广告竞争趋于白热化
- 四、咽喉用药报刊广告市场一家独秀

第六章 中国咽喉用药消费者调查分析

第一节 2011-2012年中国咽喉用药消费者特质分析

- 一、病因分析
- 二、购买用途分析
- 三、品牌选择原因分析
- 四、消费者关注因素分析
- 五、片剂是咽喉用药市场中最为常用的剂型之一

第二节 2011-2012年中国咽喉用药消费者分析

- 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浅析

第三节 2011-2012年中国咽喉用药消费者认知调查分析

- 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
- 三、购买药品的特点
- 四、影响选择购买咽喉用药的因素分析
- 五、对咽喉用药的认知程度调查
- 六、消费者了解咽喉用药的信息途径
- 七、广告印象最深的几种咽喉用药

第四节 2011-2012年中国咽喉用药用户实际购买行为分析

- 一、所买品牌较为集中
- 二、较高的品牌忠诚度
- 三、几大品牌的市场覆盖率及其消费者的总体疗效主观评价

第五节 2011-2012年中国咽喉用药用户消费者了解咽喉用药的信息途径分析

- 一、电视广告

二、亲朋介绍

三、医生推荐

第七章 2009-2011年中国医药制造行业数据分析

第一节 2009-2011年中国医药行业总体数据分析

一、2009年中国医药行业全部企业数据分析

二、2010年中国医药行业全部企业数据分析

三、2011年中国医药行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国医药行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国医药行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国医药行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国医药行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国医药行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国医药行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国医药行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国医药行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国咽喉用药市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国咽喉用药竞争现状分析

一、咽喉用药行业竞争力分析

二、咽喉用药价格竞争分析

三、咽喉用药品牌竞争分析

第二节 2011-2012年中国咽喉用药行业集中度分析

一、咽喉用药市场集中度分析

二、咽喉用药区域集中度分析

第三节 2011-2012年中国咽喉用药提升竞争力策略分析

第九章 中国主要咽喉用药企业调研分析

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

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

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 成都地奥集团有限公司

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 广西金嗓子有限责任公司

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 贵州黄果树立爽药业

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

第十章 吴太咽炎片与桂龙慢严舒柠市场争夺战分析

第一节 2011-2012年吴太咽炎片与桂龙慢严舒柠的竞争状况分析

一、2002年以来，两产品竞争逐渐进入白热化阶段

二、产品上——针对的症状、广告创意、媒介传播策略、包装相似

三、价格上——吴太咽炎片单盒零售价格要比桂龙的慢严舒柠便宜一些

四、双方的厮杀非常激烈

第二节 2011-2012年桂龙慢严舒柠的优势分析

一、健全的销售网络

二、先入为主的市场优势地位

三、成功的电视广告投放

第三节 2011-2012年桂龙慢严舒柠的劣势分析

一、资金实力的差距

二、产品缺乏核心概念的天然屏障

三、价位劣势

四、品牌影响力较小

第四节 2011-2012年吴太咽炎片的优势分析

一、资金实力

二、大力度的终端推广

三、品牌优势

第五节 2011-2012年吴太咽炎片的劣势分析

一、渠道建设较差

二、产品同样缺乏核心概念的天然屏障

三、广告方面缺乏创新

第十一章 中国咽喉用药营销模式和渠道管理分析

第一节 2011-2012年外资在中国医药流通领域现状分析

一、对中国的医药流通体制不适应

二、对中国医药市场和消费者的特点、消费习惯不了解

第二节 2011-2012年中国医药物流业现状分析

一、中国医药流通领域问题分析

二、现行医药流通企业商业运作模式不符合现代流通企业的要求

第三节 2011-2012年中国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分析

七、后营销时代OTC市场运作分析

第四节 2011-2012年中国品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析

第十二章 (2012-2016)年中国咽喉用药行业发展趋势预测分析

第一节 (2012-2016)年中国咽喉用药产业发展前景分析

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分析

三、医药制造行业预测分析

第二节 (2012-2016)年中国咽喉用药产业市场预测分析

一、咽喉用药市场供给预测分析

二、咽喉用药需求预测分析

第三节 (2012-2016)年中国咽喉用药产业市场盈利预测分析

第十三章 (2012-2016)年中国咽喉用药行业投资机会与风险分析

第一节 (2012-2016)年中国咽喉用药行业投资机会分析

一、中国咽喉用药行业吸引力分析

二、中国咽喉用药行业区域投资潜力分析

第二节 (2012-2016)年中国咽喉用药行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、技术风险

三、其它风险

图表目录(部分)：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度(%)

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度(亿元)

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：武汉健民药业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司负债情况图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司主要经济指标走势图

- 图表：桂林三金药业股份有限公司经营收入走势图
- 图表：桂林三金药业股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：桂林三金药业股份有限公司负债情况图
- 图表：桂林三金药业股份有限公司负债指标走势图
- 图表：桂林三金药业股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：桂林三金药业股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司经营收入走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司负债情况图
- 图表：江西江中药业股份有限公司负债指标走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：江西江中药业股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司主要经济指标走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司经营收入走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司盈利指标走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司负债情况图
- 图表：成都地奥集团有限公司负债指标走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司运营能力指标走势图
- 图表：成都地奥集团有限公司成长能力指标走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司主要经济指标走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司经营收入走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司盈利指标走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司负债情况图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司负债指标走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司运营能力指标走势图
- 图表：广西金嗓子有限责任公司成长能力指标走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业主要经济指标走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业经营收入走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业盈利指标走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业负债情况图
- 图表：贵州黄果树立爽药业负债指标走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业运营能力指标走势图
- 图表：贵州黄果树立爽药业成长能力指标走势图
- 图表：略.....

《中国咽喉用药市场专项调研与盈利空间预测报告（2012-2016）》系统全面的调研了咽喉用药的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/132102132102.html>