

2017-2022年中国医药广告市场发展现状及十三五 投资商机研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国医药广告市场发展现状及十三五投资商机研究报告》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/guanggaochuanmei/274083274083.html>

报告价格：电子版: 7200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

医药广告是指凡利用各种媒介或者形式发布药品广告，包括药品生产、经营企业的产品宣传材料。

医药广告违法率居高不下的势头得不到有效的遏制。其直接后果是一方面扰乱了医药广告市场正常的出证、发布和管理秩序；另一方面，扰乱了正常的医疗和药品市场秩序。医疗机构不惜巨资，千方百计打“擦边球”，甚至公然做违法广告，误导患者。

中国报告网发布的《2017-2022年中国医药广告市场发展现状及十三五投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分 医药广告行业发展综述

第一章 中国医药产业整体运行态势分析

第一节 中国医药行业发展总体概况

一、改革开放三十年我国医药行业发展历程

二、中国医药产业处于调整升级关键期

三、跨国药企中国医药市场的发展

四、中国医药产业转型期政府的监管作用

五、中西药合用现状分析

第二节 中国医药产业现状综述

一、医药企业

1、跨国药企加速在华布局

2、国内医药类企业收益情况

3、中国医药企业区域集群分布

二、中国医药市场流通

三、我国医药市场患者医药费用涨幅缩减

四、中国医药零售市场分析

第三节 中国医药商品主要对外贸易市场分析

一、中印医药贸易市场分析

二、中德医药贸易分析

三、中英医药贸易分析

四、中法医药贸易状况分析

五、中俄医药贸易状况分析

第二章 2015年中国医药广告产业运行环境解析

第一节 2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节 2015年中国医药广告行业发展的政治环境分析

一、中华人民共和国广告法

二、广告管理条例

三、广播电视广告播出管理办法

四、医疗器械广告审查办法

五、药品广告审查办法

六、药品广告审查发布标准

第三节 2015年中国医药广告行业发展的社会环境分析

一、中国的人口规模分析

二、中国的年龄结构分析

三、中国家庭电视普及率分析

四、中国网民数量分析

第四节 2015年中国医药广告行业发展的技术环境分析

一、网络技术

二、无线传播技术

第二部分 医药广告行业市场分析

第三章 2015年中国医药广告市场运行新形势透析

第一节 中国医药广告业动态分析

一、"虚假医药广告"竞价排名再次将百度推上风口浪尖

二、谷歌起诉非法医药广告主称将加大打击力度

三、国家药监局曝光最新一期9种违法发布医药广告产品

四、六家媒体因发布严重违法医药广告被集中曝光

五、铜陵数字系统24小时监测医药广告

第二节 2015年中国医药广告市场现状综述

一、中国医药广告市场规模

二、中国医药广告媒介及投放情况分析

三、医药广告纳入监管重点药品安全专项整治显成效

第三节 2015年中国医药广告市场热点问题聚焦

一、葛兰素史克中国行贿事件

二、医药行业营销五大趋势

第四章 2015年中国医药广告行业需求分析

第一节 2015年中国医药广告行业需求规模分析

第二节 2015年中国医药广告行业需求主体分析

第三节 2015年中国医药广告行业需求结构分析

第五章 2015年中国医药广告行业细分市场分析

第一节 中国互联网医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第二节 中国户外医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第三节 中国电视医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第四节 中国广播医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第五节 中国报纸医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第六节 中国杂志医药广告行业分析

一、市场表现形式分析

二、市场规模分析

三、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

第六章 2015年中国医药广告行业细分区域市场分析

第一节 2015年中国医药广告行业东北区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第二节 2015年中国医药广告行业华北区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第三节 2015年中国医药广告行业华东区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第四节 2015年中国医药广告行业华中区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第五节 2015年中国医药广告行业华南区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第六节 2015年中国医药广告行业西部区域市场分析

一、发展环境分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第三部分 医药广告行业竞争格局分析

第七章 2015年中国医药广告行业市场主体分析

第一节 分众传媒控股有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第二节 世纪凯络国际广告有限公司

一、企业概况

二、企业综合竞争力分析

第三节 江苏大贺国际广告有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第四节 中视金桥国际传媒有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第五节 海南白马广告媒体投资有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第六节 北京电通广告有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第七节 上海广告有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第八节 广东省广告股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业营销策略分析

四、企业综合竞争力分析

五、企业未来发展战略分析

第八章 2017-2022年中国医药广告行业投融资机会与风险优劣势分析

第一节 2012-2013年中国医药广告产业投资概况

一、医药广告投资特点

二、医药广告投资周期

三、医药广告投资准入情况

第二节 2017-2022年中国医药广告投资机会分析

一、中国医药广告媒介投资潜力分析

二、中国医药广告投资潜力分析

三、与产业链及产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2017-2022年中国医药广告投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资指导

第四部分 医药广告行业投资价值分析

第九章 2017-2022年中国医药广告市场营销战略分析

第一节 理性的观念回归

一、广告的局限性

二、广告的诱惑性

三、市场的幼稚性

四、观念的理性回归

第二节 严谨的市场调研

一、媒体接触习惯研究

二、购买决策影响因素研究

三、理性消费程度变化研究

四、用药结构（习惯）发展研究

第三节 精准的诉求定位

一、挖掘卖点

二、单一诉求

三、诚实诉求

第四节 独到的媒体运做

一、针对性强

二、善于组合

三、集中优势

四、智在创新

第五节 扎实的终端广告

一、生动化建设

二、店员培训

三、终端促销

四、制度建设

第六节 创新的广告战略

一、观念创新

二、形式创新

三、内容创新

第七节 实效的广告代理

一、分块代理型

二、综合代理型

三、捆绑协作型

四、全面转嫁型

第八节 高效的广告管理

一、精研资讯，科学计划

二、细化分解，重于执行

三、严格监督，奖惩分明

四、及时调整，速度制胜

五、务实评估，勇于改进

第九节 睿智的广告投资

一、目的、意义

二、投资形式

第十节 长远的品牌塑造

一、挖掘优势资源

二、运用整合传播

三、深化品牌形象

第十章 2017-2022年中国医药广告行业研究成果与发展战略建议

第一节 中国医药广告行业研究成果

第二节 中国医药广告行业战略建议

图表目录：

图表：各类药品销售收入

图表：中国医药企业区域集群分布

图表：2010-2015年药店销售商品比例

图表：2010-2015年百强销售额变动趋势

图表：2010-2015年零售规模变动趋势

图表：2012-2015年百强企业净利率分析

图表：2015年我国国内生产总值情况表

图表：2011-2015年各季度我国GDP环比增长表

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2012-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2011-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2011-2015年公共财政收入及其增长速度

图表：2015年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2011-2015年我国存款准备金率调整一览表

图表：2011-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2011-2015年我国货物进出口总额

图表：2011-2015年中国医药广告投入

图表：2011-2015年同期广告刊例花费增幅

图表：2011-2015年同期传统广告刊例收入变化

图表：2011-2015年同期各媒体广告资源量的变化

图表：2015年传统媒介TOP5行业的广告刊例花费增幅

图表：2015年广告刊例花费增长最快的TOP5行业

图表：2015年广告刊例花费增长最慢的TOP5行业

图表：2015年增长贡献率最大5个行业

图表：2015年增长贡献率最低5个行业

图表：2015年广告刊例花费TOP20厂商占市场投放比重

图表：2012-2015年广告花费前20位广告主的投放集中度

图表：三大日化巨头增投传统户外，减投杂志和电台

图表：2015年广告刊例花费TOP20品牌占市场投放比重

图表：2015年我国医药新闻传播媒体类型分布

图表：2015年我国医药新闻传播区域分布

图表：2015年我国平面新闻传播重点城市TOP20

图表：2015年平面新闻传播重点媒体TOP20

图表：2015年医药行业平面新闻传播品牌声量TOP15

图表：2015年网络新闻传播重点媒体TOP20

图表：2015年医药行业网络新闻传播品牌声量TOP15

图表：2015年我国医药行业新闻传播文章 内容分布

图表：2015年医药行业新闻传播疾病领域TOP10

图表：2012-2015年制药企业互联网广告投放规模

图表：2012-2015年制药企业广告投放TOP10

图表：2012-2015年制药企业互联网广告投放天次及广告主数量情况

图表：2015年制药企业广告投放天次市场份额TOP10

图表：2015年制药企业网络展示广告投放金额TOP30

图表：2011-2015年制药企业网络展示广告不同媒体投放比例

图表：2011-2015年制药企业网络展示广告投放网站费用TOP10

图表：2015年我国传统户外广告（含地铁）刊例花费逐月增长率

图表：2015年传统户外（含地铁）增长贡献率最大5个行业

图表：2015年传统户外（含地铁）增长贡献率最小5个行业

图表：2015年传统户外（含地铁）广告行业刊例花费增长率

图表：2015年传统广告（含地铁）投放前20厂商增长情况

图表：2015年传统户外（含地铁）广告投放TOP20品牌

图表：2015年传统户外广告（含地铁）投放TOP20品牌媒介投放份额（按广告刊例花费）

图表：2015年传统户外（含地铁）广告前10类型占比情况

图表：2015年传统户外广告刊例收入TOP5行业增幅

图表：2015年户外广告花费TOP10品牌增幅

图表：2015年主要城市传统户外广告面积增幅

图表：2012-2015年各级频道广告刊例收入增幅

图表：2015年各级频道广告总时长变化

图表：2015年广告时长分时段变化情况

图表：2015年中央级6大节目类型花费时长变化情况

图表：2015年省级卫视6大节目类型花费时长变化情况

图表：2015对比2014年电视各时段广告刊例增幅

图表：2015对比2014年15秒广告刊例增幅

图表：2015年电视广告刊例花费TOP5行业增幅

图表：四大行业不同级别电视媒体投放份额变化

图表：2015年电视广告花费TOP10品牌增幅

图表：2011-2015年上市药企广告花费情况

图表：2015年药品广告月度刊例花费同比增幅

图表：2015年不同级别电视广告医药行业占比情况

图表：2015年不同省级卫视电视广告医药行业刊例花费占比情况

图表：2015年电台广告刊例收入TOP5行业增幅

图表：经济电台晚上黄金时间段的一个月价格（从西到东）

图表：经济电台晚上黄金时间段的一个月价格（从北到南）

图表：经济电台晚上黄金时间段的一个月价格（几个典型二级城市）

图表：2015年电台广告花费TOP10品牌增幅

图表：2015年平面媒体广告投放

图表：2015年报纸广告刊例收入TOP5行业增幅

图表：2012-2015年传统媒体广告投放份额变化

图表：2015年报纸广告花费TOP10品牌增幅

图表：2015年杂志广告刊例收入TOP5行业增幅

图表：2015年杂志广告花费TOP10品牌增幅

图表：2011-2015年东北市场医药广告投入

图表：2017-2022年东北市场医药广告投入预测

图表：2011-2015年华北市场医药广告投入

图表：2017-2022年华北市场医药广告投入预测

图表：2011-2015年华东市场医药广告投入

图表：2017-2022年华东市场医药广告投入预测

图表：2011年武汉市采取行政强制措施违法药品广告品种名单

图表：2011-2015年华中市场医药广告投入

图表：2017-2022年华中市场医药广告投入预测

图表：2011-2015年华南市场医药广告投入

图表：2017-2022年华南市场医药广告投入预测

图表：2011-2015年西部市场医药广告投入

图表：2017-2022年西部市场医药广告投入预测

图表：2015年大贺传媒股份有限公司经营数据

图表：2015年中视金桥国际传媒有限公司综合损益表

图表：广东省广告股份有限公司盈利能力情况

图表：广东省广告股份有限公司运营能力情况

图表：广东省广告股份有限公司偿债能力情况

图表：广东省广告股份有限公司发展能力情况

图表：2017-2022年全国市场医药广告投入预测

图表：科学有效广告投入曲线

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/274083274083.html>