

2018-2023年中国医药广告行业市场发展现状调查 与未来发展前景预测报告

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《2018-2023年中国医药广告行业市场发展现状调查与未来发展前景预测报告》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/305029305029.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。医药广告的违法问题已经成为社会各界广泛关注的问题，也是09年“两会”的热点话题。

中国医药的发展产业的发展，或者医药事业的发展，大概经历了三个阶段，或者是展望未来四个阶段。

第一个阶段是建国初期的保障供应的阶段。起初我国缺医少药，整个产业一片空白，没有独立的门类和产业的管理部门。建国初期卫生部设立一个监管部门药政处，下设药政科、药品供应科和中医药科三个科，建国初期共有20多人在管理药品。经多年发展，改革开放初期各地已建立很多制药企业，包括卫生部也组建了药政局，成立了药政处，到改革开放的初期。但整个管理还比较粗放，整个产业没有形成一个独立的门类。

第二个阶段大概是改革开放以后发展经济的阶段。在1978年之后如雨后春笋般的建了很多药厂，78年初的1200多家，到了97年司药局组建之前6300多家，发展非常之快。但也存在重复和管理的问题。第三个阶段是组建药监局，建立提高标准，统一管理的阶段。因为国家提高标准，GLP推行，确实对产业有很大提升，直到现在统一监管，成立食药总局，把分散在各个部门的药品监管统一起来管理。

第四个阶段就是当下的创新发展阶段。从去年国务院发了关于药品医疗器械审评审批的意见89号的44号文，到前不久国务院常务会议又提出促进医药产业创新升级推进重大的部署，从这些重要的决策，从食药部门采取的措施，都为医药产业的创新提供了很好的机遇，“不敢说是进入了创新发展的阶段，至少中国的医药产业应该进入这个创新发展的阶段。”

2010-2016年医药工业总产值

资料来源：观研天下数据中心整理

（1）中医药迎来发展机遇

《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》明确提出，要健全中医医疗保健服务体系，创新中医药服务模式，提升基层服务能力；加强中医临床研究基地和科研机构建设；发展中医药健康服务；开展中药资源普查，加强中药资源保护，建立中医古籍数据库和知识库；加快中药标准化建设，提升中药产业水平；建立大宗、道地和濒危药材种苗繁育基地，促进中药材种植业绿色发展；支持民族医药发展；推广中医药适宜技术，推动中医药服务走出去。2015年，国务院办公厅发布了《关于印发中医药健康服务发展规划（2015-2020年）的通知》，提出大力发展中医养生保健服务、加快发展中医医疗服务、支持发展中医特色康复服务、积极发展中医药健康养老服务、培育发展中医药文化和健康旅游产业、积极促进中医药健康服务相关支撑产业发展、大力推进中医药服务贸易等7个方面的任务，把中医药列入国民经济和社会发展规划之中。

（2）产业发展将愈加规范化，支持中药企业做大做强 医药产业的规范化程度已经

有了大幅度的提高，中药行业内多、小、散、乱的局面也有了一定程度的改善，未来中药产业的发展将愈加规范化。《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》指出要加快中药标准化建设，提升中药产业水平。新版《中药材生产质量管理规范（GAP）》对中药材的种植历史、规模、产地、生态环境等条件作出严格要求，这将会极大提高中药材质量品质；同时，对药品生产质量作出严格规定，这有利于行业资源向优势企业集中，淘汰落后医药企业，推进医药企业生产标准化。

江西省人民政府为加快推进地方中医药发展，提出《江西省人民政府关于加快中医药发展的若干意见》，要求提升中医医疗服务能力，发展中医养生保健服务，做大做强中药制造业，支持发行人等一批龙头中药生产企业进一步扩大规模，力争主营业务收入突破100亿元，进入全国领先行列；着力提高中医药创新能力，加强中医药人才培养和文化交流，加强中成药新药研发和二次开发，开展规模化、规范化临床试验，培育具有国际竞争力的品种。

（3）中成药产业向大健康产业领域延伸

未来我国中成药产业将更广泛地向大健康产业延伸，目前国内已有个别中成药企业在向大健康产业拓展并取得成功。在国内市场，中药企业进入大健康产业具有很大的优势。凭借多年经营，具有浓郁中医药文化特色的衍生产品更易获得消费者的接受和认可，“药食同源”的概念为国人所普遍接受。此外，中药产业向大健康产业延伸还具有研发及质量控制优势，医药制造企业的研发和质量控制水平优于普通保健品企业，且中药企业普遍涉及天然药物研发，把从动植物中提取的有益成分延伸至保健品的难度较小。中成药产业向其他产品领域拓展，对提升医药企业的经济效益及品牌效应都有很大的帮助。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国医药广告行业市场发展现状调查与未来发展前景预测报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

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 中国医药广告产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国医药广告行业政策环境分析

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

第三章 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 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 中国医药广告市场热点问题聚焦

第四章 中国医药广告行业需求分析

第一节 中国医药广告行业需求规模分析

第二节 中国医药广告行业需求主体分析

第三节 中国医药广告行业需求结构分析

第五章 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

五、发展趋势分析

第六章 中国医药广告行业细分区域市场分析

第一节 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、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、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、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、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、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、市场竞争格局分析

四、市场集中度分析

五、发展趋势分析

第七章 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 2016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、中国医药广告区域投资潜力分析
- 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

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研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/305029305029.html>