

中国品牌胃药市场营销现状深度分析与未来发展 趋势预测报告

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《中国品牌胃药市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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/zhongxiyao/225588225588.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

当前，胃肠道疾病的发病率居高不下。据不完全统计，胃肠道疾病患者约占患者总数的20%，约占消化道系统就诊人数的15%；胃药约占医院药品销量的18%，约占OTC药品销售额的25%。面对如此巨大的市场，各种类型的厂家都想分一杯羹，多年来在这一领域激烈竞争，相关的品种数量达600个，厂家数量超700家。来自米内网的监测数据显示：在各种剂型中，片剂最受热捧；在各小品类中，溃疡及抗酸类占比最高；中成药走俏凸显地方优势的特点；化学药则由外资品牌领舞。

片剂最受热捧，溃疡及抗酸类占比最高

2013年两城市销售额合计，以片剂和胶囊的销售业绩为最佳，其中片剂合计占据超过40%的市场份额；以销售量合计，销量最好的依然是片剂。片剂可细分为咀嚼片、肠溶片和普通片，其中咀嚼片和肠溶片占大多数且多为化学药，近年来由于洛赛克片等强势品牌的带动，肠溶片的市场份额呈现持续增长的态势。而胶囊剂、颗粒、口服液、丸剂这类剂型多为中成药，口服液的产品以保济口服液、小儿健脾口服液等为代表，是传统中药方剂的衍生剂型。

在具体品类占比方面，溃疡及抗酸类约占近一半的市场份额，其次是助消化类和止泻类，上述三类合计瓜分了近8成的市场。

中成药走俏凸显地方优势

胃药在我国发展历史悠久，消费者普遍对中成药在理气和胃、止痛舒缓、调理等方面的特性比较认可。一方面，以猴头菌片、保济丸为代表的老牌中成药经久不衰；另一方面，以三九等品牌为代表的国产品牌药也长期致力于产品的深入研发、剂型的改良以及产品宣传，不断稳固市场地位。不过，由于消费者对中成药的接受及认可程度不同，中成药在各地所占市场份额存在较大的差异。如2013年深圳的胃药零售市场，中成药占55%，化学药占45%，而哈尔滨则相反，化学药占64.58%，中成药占35.42%。这显然与广东消费者长期以来对中医药的认可不无关系。

根据2013年两城市的品种销售排名，还可以发现其地域性优势特点。如排名进入前五的，深圳有999胃泰颗粒和广州王老吉药业的保济丸，哈尔滨则有黑龙江五常葵花的胃康灵胶囊和哈尔滨世一堂的牛黄清胃丸。前述国产品牌药，有的在其他城市销售一般，前十排名难觅身影，但在本土却有不错的销售业绩，在不同城市的表现存在较大的差异。

两城市中成药均进入前五排名的是999胃泰颗粒和江中的健胃消食片。999胃泰目前有颗粒和胶囊两种剂型，是药品市场上的长青树，已畅销了20多年，其以三桠苦、九里香等为原料，共奏清热燥湿、行气活血、柔肝止痛之效，虽经历岁月的变迁，却一直广受胃病患者欢

迎，有着“胃药之王”的美誉。江中健胃消食片，该产品作为助消化类药品，经广告传播之后可谓一夜成名，“家中常备江中牌健胃消食片”被大众所熟知，目前在市场上比其他同类产品成熟，有500mg和800mg两种规格，没有明显的服药年龄限制，市场渗透率高，消费者的忠诚度也很高。

外资品牌领舞化学药

从化学药的市场销售情况来看，国产药数量虽多却无领军品牌，排名前三均被外资品牌药收入囊中，相对而言外企拥有较先进的市场推广方法及完善的销售体系，尽管品牌数量少，但在胃药市场中却占了较大的市场份额。与国产品牌区域性特征形成对比的是，进口或合资品牌药在主要城市呈均衡发展的态势，以阿斯利康制药的洛赛克片为例，在两城市的化学药排名中均位列第一。西安杨森的吗丁啉在两城市则均位列第7位，修正的斯达舒在哈尔滨位列化学药排名第9，在深圳则未能进入前10位。

角逐市场，品牌竞争激烈

999胃泰颗粒、江中健胃消食片、洛赛克片、耐信（埃索美拉唑镁肠溶片）、达喜片5大品牌药在两城市均有不俗表现。999胃泰颗粒作为国家基本药物，销量不断提高，尤其是在深圳零售市场，其占有率不断攀升，位列中成药排名第一位，在哈尔滨2013年的销售额则略有下滑但不明显。江中健胃消食片在两城市的销售额均呈增长态势，尤其在哈尔滨位列总排名的第一位，销售喜人。洛赛克片（奥美拉唑）作为质子泵抑制剂，在2000年进入中国后被广泛运用，一直有很不错的市场表现，在深圳市场2013年销售额上涨明显，但在哈尔滨则稍有下滑。

总之，在胃药这一庞大的市场中，有传统药的坚守，国产品牌药的推陈出新，进口药的强势占有，各厂家角逐激烈，要想真正站稳脚跟着实不易

中国报告网发布的《中国品牌胃药市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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、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研究分析。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。

第一章 2013-2014年中国胃药行业整体运行状况分析

第一节 2013-2014年中国胃药行业运行总况

- 一、我国胃药医院市场规模分析
- 二、我国胃药零售市场规模分析
- 三、肠胃药行业分地区市场状况

第二节 2013-2014年中国胃动力药及助消化药主要产品市场分析

一、胃动力药及助消化药概况

二、胃动力药物市场分析

三、助消化药及其主要产品市场现状

第三节 2013-2014年中国胃药市场销售状况浅析

一、市场概述

二、市场特点

三、品牌品种

第四节 2013-2014年世界胃药企业对中国市场的影响

一、液体胃药兰达在中国市场上市情况

二、洛赛克OTC进入中国胃药市场

1、媒体投放和品牌收购

2、对两个群体的影响

3、投资回报率分析

第二章 中国胃药相关制造所属行业数据监测

第一节 中国行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国行业产值分析

第三节 中国行业成本费用分析

第四节 中国行业运营效益分析

第三章 2013-2014年中国质子泵抑制剂市场分析

第一节 2013-2014年中国质子泵抑制剂市场发展状况

一、质子泵抑制剂阐述

二、质子泵抑制剂研究进展

三、质子泵抑制剂逼抗溃疡药市场升级情况

四、质子泵抑制剂国内医院用药情况

第二节 2013-2014年中国质子泵抑制剂研发情况

一、泰妥拉唑

二、奥美拉唑

三、兰索拉唑

四、埃索拉唑

第三节 2013-2014年中国质子泵抑制剂品牌市场分析

一、洛赛克

二、兰索拉唑

三、泮托拉唑

四、雷贝拉唑

五、奥美拉唑

第四章 2013-2014年中国H受体拮抗剂市场分析

第一节 2013-2014年中国H受体拮抗剂市场发展状况

一、H受体拮抗剂定义

二、H受体拮抗剂市场分析

三、H受体拮抗剂市场份额变动分析

第二节 2013-2014年中国H受体拮抗剂应用状况

一、H受体拮抗剂的合理使用

二、H受体拮抗剂的不合理应用

三、H受体拮抗剂的不恰当联用

四、新一代长效H-受体拮抗剂分析

第三节 2013-2014年中国替丁类药物主要产品种类市场分析

一、西咪替丁

二、雷尼替丁

三、法莫替丁

第五章 2013-2014年中国胃粘膜保护剂市场运行分析

第一节 我国胃粘膜保护剂概述

一、胃粘膜保护剂特点

二、胃粘膜保护剂分类

第二节 2013-2014年中国胃粘膜保护剂市场发展状况

一、胶体铋制剂

二、蒙脱石制剂

三、胃粘膜保护剂新产品

第三节 2013-2014年中国胃粘膜保护剂研发状况分析

一、替普瑞酮（施维舒）作用的临床研究

二、施维舒治疗慢性胃炎的研究

三、巴派特临床研究分析

四、胃粘膜保护剂在胃溃疡治疗中的研究进展

五、新型胃粘膜保护剂分析

六、胃粘膜保护剂临床应用进展

第六章 2013-2014年中国胃药行业竞争格局分析

第一节 2013-2014年中国胃药行业竞争态势分析

一、胃药研发技术竞争

二、土洋胃药市场竞争

三、胃药价格竞争

四、胃药品牌竞争力分析

第二节 2013-2014年中国胃药行业竞争集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2013-2014年中国胃药产业竞争力提升战略研究

第四节 2015-2020年中国胃药竞争趋势探析

第七章 2013-2014年中国胃药消费市场调查分析

第一节 2013-2014年中国胃药消费者特征分析

一、胃药消费者性别特征

二、胃药消费者年龄分析

三、胃药消费者收入分析

四、胃药消费者胃病类型分析

第二节 2013-2014年中国胃药消费行为分析

一、主要城市胃药市场调查

二、消费者治疗胃病的方法

三、消费者治疗胃病的花费

四、消费者信任胃药品牌

第三节 2013-2014年中国胃药消费者购买渠道分析

一、普通药店

二、连锁药店

三、网上购物

第八章 2013-2014年中国胃药老品牌和新品种市场运行分析

第一节 2013-2014年中国胃药老品牌和新品种市场对比分析

一、不同种类胃药市场情况

二、老品牌胃药市场分析

三、新品种胃药市场分析

第二节 2013-2014年中国胃药不同阶段研发情况分析

一、中国胃药品种市场更替情况分析

二、胃动力药研究发展分析

第九章 中国胃药上市企业竞争力对比及关键性财务数据分析

第一节 海南海药（000566）

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 珠海丽珠医药集团股份有限公司（丽珠得乐）

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 哈药股份（胃必治）

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 三九药业（三九胃泰）

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 中国胃药行业非上市企业竞争性指标分析

第一节 江西中兴汉方药业有限公司

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 吉林修正药业集团（斯达舒）

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 西安杨森制药有限公司（吗丁啉）

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 江苏江中集团（江中健胃消食片）

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

第十一章 2013-2014年中国胃药行业投资环境分析

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、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013-2014年中国医药卫生体制改革分析

一、深化医药卫生体制改革任务及目标

二、关于深化医药卫生体制改革的意见

三、医改方案投资规划分析

四、医药卫生体制改革近期重点实施方案

第三节 2013-2014年中国胃药社会环境分析

一、人们身体健康状况

二、人们生活节奏加快

三、都市上班族饮食习惯

四、中国人口规模及结构

第十二章 2015-2020年中国胃药行业投资商机预测分析

第一节 2013-2014年中国医药行业的投资特征

- 一、医药行业前景
- 二、高技术性
- 三、高投入性
- 四、高风险性
- 五、高收益性
- 六、市场进入壁垒
- 七、集中程度

第二节 2015-2020年中国胃药行业投资机会与形势

- 一、7000亿元新医改带来的投资机会
- 二、医药发展速度及其带来的投资机会

第十三章 2015-2020年中国胃药行业投资风险预警

第一节 2015-2020年中国胃药市场投资机遇与风险分析

- 一、胃药市场投资机遇分析
- 二、H受体拮抗剂（替丁）类药物市场投资风险分析

第二节 2015-2020年中国胃药市场招商投资策略

- 一、招商目标定位
- 二、建立样板市场
- 三、组建厂商战略联盟

第十四章 2015-2020年中国胃药产业新趋势探析

第一节 2015-2020年中国胃病发展趋势

- 一、我国胃病发病率趋势
- 二、我国胃癌发病率趋势
- 三、我国胃癌患者年轻化趋势

第二节 2015-2020年中国胃药市场趋势分析

- 一、中草药治疗胃癌癌前病变前景分析
- 二、中国胃药市场发展趋势分析

第三节 2015-2020年中国胃药企业管理策略建议

- 一、胃药企业发展战略研究
- 二、胃药企业品牌战略分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/225588225588.html>