

# 2020-2025年中国壮阳药行业发展趋势预测及投资 战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国壮阳药行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/medicines/610623.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

壮阳药，是指用于促进男性性欲等促进性功能的药物，分为壮阳食物，壮阳中西成药等。其随着现在生活节奏的加快和工作压力的增加，性功能障碍患者人数日趋增多，壮阳药是药类的热门产业之一。中医认为，亏症多为积累成疾，切不可用急于求成而用大补之药进补，而应慢慢调理。

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。

报告目录：

第一部分 行业发展环境

第一章 壮阳药行业概述

第一节 壮阳药行业定义

第二节 壮阳药行业分类情况

第三节 壮阳药发展历程分析

第二章 2019年中国壮阳药行业发展环境分析

第一节 2019年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2019年中国壮阳药行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2019年中国壮阳药行业发展社会环境分析

一、居民收入水平分析

二、居民消费价格分析

第二部分 行业运行分析

第三章 2015-2019年中国壮阳药所属行业总体发展状况

第一节 2015-2019年中国壮阳药所属行业发展分析

一、中国壮阳药所属行业发展概况

二、2019年中国壮阳药所属行业发展概况

第二节 2015-2019年中国壮阳药所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

### 三、销售规模增长分析

### 四、利润规模增长分析

#### 第三节 2015-2019年中国壮阳药所属行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、资产规模结构分析

##### 三、销售规模结构分析

##### 四、利润规模结构分析

#### 第四节 2015-2019年中国壮阳药所属行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、主要费用统计

#### 第五节 2015-2019年中国壮阳药所属行业运营效益分析

##### 一、偿债能力分析

##### 二、盈利能力分析

##### 三、运营能力分析

### 第四章 中国壮阳药发展动态分析

#### 第一节 “伟哥”申报生产企业情况

#### 第二节 白云山旗下“伟哥”研制项目

#### 第三节 地奥集团四川广汉生产制备

#### 第四节 天方药业“伟哥”获临床用药资格

#### 第五节 常山股份“伟哥”有望于2019年上市

### 第五章 中国壮阳药市场供需分析

#### 第一节 壮阳药产品产量分析及预测

##### 一、我国壮阳药产量分析

##### 二、2020-2025年我国壮阳药产量预测

#### 第二节 壮阳药市场需求分析及预测

##### 一、我国壮阳药市场需求分析

##### 二、2020-2025年我国壮阳药市场需求预测

### 第三部分 市场发展形势

### 第六章 壮阳药行业发展现状分析

#### 第一节 全球壮阳药行业发展分析

##### 一、全球壮阳药行业发展历程

##### 二、全球壮阳药行业发展现状

##### 三、全球壮阳药行业发展预测

#### 第二节 中国壮阳药行业发展分析

##### 一、2020-2025年中国壮阳药行业发展态势分析

## 二、2020-2025年中国壮阳药行业发展特点分析

### 第七章 中国壮阳药区域市场规模分析

#### 第一节 2015-2019年东北地区市场规模分析

#### 第二节 2015-2019年华北地区市场规模分析

#### 第三节 2015-2019年华东地区市场规模分析

#### 第四节 2015-2019年华中地区市场规模分析

#### 第五节 2015-2019年华南地区市场规模分析

#### 第六节 2015-2019年西部地区市场规模分析

### 第八章 壮阳药国内产品价格走势及影响因素分析

#### 第一节 国内主要产品对比分析

#### 第二节 国内产品当前市场价格及评述

#### 第三节 国内产品价格影响因素分析

#### 第四节 2020-2025年国内产品未来价格走势预测

### 第九章 壮阳药及其主要上下游产品

#### 第一节 与上下游行业之间的关联性

#### 第二节 下游产品领域解析

##### 一、男性生殖器官疾病分析

##### 二、零售药店渠道分析

##### 三、壮阳药专卖店渠道

##### 四、网络销售渠道分析

#### 第三节 上下游行业影响及风险分析

### 第四部分 行业竞争策略

### 第十章 壮阳药产品竞争力分析

#### 第一节 产品竞争力评价

#### 第二节 产品竞争力评价结果分析

#### 第三节 产品竞争力市场现状分析

#### 第四节 壮阳药产业用户度分析

##### 一、壮阳药产业用户认知程度

##### 二、壮阳药产业用户关注因素

### 第十一章 壮阳药行业市场竞争策略分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

## 五、客户议价能力

### 第二节 行业国际竞争力比较

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、相关和支持性产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

### 第三节 壮阳药企业竞争策略分析

#### 一、供应链创新战略

#### 二、业务延伸及扩张策略

#### 三、品牌管理策略

#### 四、多元化经营策略

## 第十二章 国内壮阳药行业重点企业竞争分析

### 第一节 辉瑞制药有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业主要经济指标

#### 四、企业经营效益分析

### 第二节 拜耳医药保健有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业主要经济指标

#### 四、企业经营效益分析

### 第三节 礼来苏州制药有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业主要经济指标

#### 四、企业经营效益分析

### 第四节 湖北科益药业股份有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业主要经济指标

#### 四、企业经营效益分析

### 第五节 广州白云山制药股份有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

### 三、企业主要经济指标

### 四、企业经营效益分析

## 第五部分 行业前景预测

### 第十三章 壮阳药行业投资与发展前景分析

#### 第一节 壮阳药行业投资机会分析

#### 第二节 2020-2025年中国壮阳药行业发展预测分析

#### 第三节 未来市场发展趋势

##### 一、产业集中度趋势分析

##### 二、行业发展趋势

## 第六部分 行业投资策略

### 第十四章 2020-2025年壮阳药行业发展趋势及投资风险分析

#### 第一节 当前壮阳药存在的问题

#### 第二节 壮阳药未来发展预测分析

#### 第三节 2020-2025年中国壮阳药行业投资风险分析

##### 一、政策风险分析

##### 二、市场风险分析

##### 三、价格下降风险分析

##### 四、产品投资风险

### 第十五章 进入壮阳药行业的主要障碍

#### 第一节 行业准入壁垒

#### 第二节 知识产权壁垒

#### 第三节 资金和技术壁垒

#### 第四节 品牌壁垒

### 第十六章 观点与结论

#### 第一节 壮阳药行业营销策略分析及建议

##### 一、壮阳药行业营销模式

##### 二、壮阳药行业营销策略

#### 第二节 壮阳药行业企业经营发展分析及建议

##### 一、壮阳药行业经营模式

##### 二、壮阳药行业生产模式

#### 第三节 行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业发展对策

#### 第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、企业重点客户的鉴别与确定
- 三、企业重点客户的开发与培育
- 四、实施重点客户战略要需解决的问题
- 五、企业重点客户的市场营销策略分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicines/610623.html>