

2013-2018年中国感冒药市场深度分析与投资前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国感冒药市场深度分析与投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/142100.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

感冒药是我国非处方药(OTC)的一大组成部分，OTC市场近年来占据中国药品市场8%-10%的份额,有着近1000亿的规模,其中感冒药的市场总量占15%-20%。据艾凯咨询集团调查，在感冒药的剂型方面：选择胶囊的消费者突破半数，其次是冲剂、片剂，口服液的比例较低。根据目前市场消费者购买较多感冒药来看，还是集中在胶囊和冲剂上。在市场规模方面：自2005年开始，我国感冒药品市场年均复合增长率为11.94%，2011年我国感冒药市场规模为178亿元，预计2013年感冒用药市场规模接近200亿元。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国感冒药市场深度分析与投资前景预测报告》共七章。首先介绍了中国感冒药行业的概念，接着分析了中国感冒药行业发展环境，然后对中国感冒药行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国感冒药行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国感冒药行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录

第一章 感冒药的相关概述

第一节 感冒药的介绍

一、感冒药的定义

二、感冒病症基本特征及分类

第二节 感冒的治疗

一、对症疗法

二、中药治疗

三、自愈治疗

四、控制感染

五、锻炼

六、医生咨询

第二章 2013年我国感冒药行业运行环境分析

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、中国房地产业情况

五、中国制造业采购经理指数

第二节 2013年感冒药行业政策环境分析

第三节 2013年感冒药行业社会环境分析

第三章 2011-2013 年我国感冒药市场总体分析

第一节 我国感冒药市场的概况

一、我国感冒药市场的发展环境

二、我国感冒药市场规模及成长性

三、我国感冒药的市场容量

四、我国感冒药市场的定位策略

第二节 2013年我国感冒药市场剖析

一、全球感冒药危机的起因

二、我国感冒药主要成分的安全性

三、对我国感冒药市场造成的影响

四、我国感冒药企业的应对策略

第三节 2013年我国感冒药的市场特征

一、知名品牌占大部分市场份额

二、国产品牌与合资品牌的市场表现

三、感冒药竞争集中在终端

四、我国药品零售市场的发展空间

第四节 2013年度感冒药品牌网络口碑监测分析

一、感冒药品牌网络KPI排行榜

二、感冒药行业网络口碑KPI分析

三、感冒药品牌网络口碑优劣势分析

四、品牌关联性分析

第五节 我国感冒药市场的竞争分析

一、外资品牌占感冒药市场主导地位

二、我国感冒药市场的品牌竞争格局

三、我国感冒药市场份额向知名品牌集中

四、甲流使感冒药市场扩容竞争加剧

五、感冒药市场出现将产品细分的竞争手段

第六节 感冒药市场的发展前景预测

一、我国感冒药市场发展前景看好

- 二、我国感冒药市场未来的发展方向
- 三、我国农村感冒药市场发展前景广阔

第四章 2013年中国主要地区感冒药市场分析

第一节 我国主要地区感冒药市场分析

- 一、我国各地区感冒药市场总体概况
- 二、我国不同地区感冒药市场的表现
- 三、感冒药具体产品的销售情况
- 四、感冒药市场的品牌集中度
- 五、感冒药市场的零售主体
- 六、感冒药市场主要品牌的铺货率
- 七、儿童感冒药的市场空间
- 八、我国各地店员销售感冒药的影响因素

第二节 我国主要城市感冒药市场销售分析

- 一、北京感冒药市场的销售情况
- 二、上海小儿感冒药的市场销售分析
- 三、宁波感冒药零售市场的容量分析
- 四、2013年广州热销感冒药的市场行情分析

第五章 我国感冒药市场营销策略

第一节 感冒药市场的营销原则

- 一、差异性原则
- 二、大类市场定位原则
- 三、模糊真相原则

第二节 感冒药生产企业的营销策略

- 一、感冒药生产企业的发展须以顾客为中心
- 二、感冒药生产企业需选准目标顾客
- 三、感冒药生产企业需了解目标顾客
- 四、感冒药生产企业的品牌制胜
- 五、感冒药生产企业的广告传播
- 六、感冒药生产企业的产品制胜

第三节 OTC类感冒药广告策略

- 一、特征表现需明显
- 二、卡通形象能讨好
- 三、差异化的广告策略

四、情感策略表演需到位

五、群体效应可做普药新主张

六、不能忽略购买理由

第六章 我国感冒药市场消费及购买行为分析

第一节 我国感冒药市场消费分析

一、消费者对各种感冒药的认可度

二、中低价位感冒药受消费者青睐

三、我国感冒药市场的消费特征

第二节 感冒药市场购买行为分析

一、影响消费都购买行为的因素

二、消费者治疗感冒的方法

三、消费者治疗感冒的花费

四、消费者青睐主流感冒药品牌

五、主流感冒药品牌形象特色鲜明

第七章 2013年我国感冒药优势品牌企业分析

第一节 西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司——白加黑

一、企业概况

二、白加黑在感冒药市场的发展策略

三、白加黑感冒药的市场竞争分析

第二节 中美天津史克制药有限公司——新康泰克

一、企业概况

二、新康泰克化解品牌危机的对策

第三节 华润三九医药股份有限公司——999感冒灵

一、企业概况

二、2013年华润三九经营状况分析

三、999感冒灵的发展现状

第四节 上海百时美施贵宝公司——日夜百服宁

一、企业概况

二、日夜百服宁的市场份额回顾

第五节 上海强生制药有限公司——泰诺感冒药

一、企业概况

二、泰诺感冒片的市场份额回顾

第六节 海南亚洲制药集团——快克感冒药

一、企业概况

二、海南快克的品牌发展战略综述

三、快克赢得市场的策略

第七节 长春海外制药集团有限公司—感叹号

一、企业概况

二、感叹号感冒药的发展概况

第八节 河北恒利集团制药股份有限公司—康必得

一、企业概况

二、康必得领先感冒药市场的发展历程

三、康必得感冒药的发展概况

第九节 其他优势品牌

一、吉林市吴太感康药业有限公司—吴太感康

二、深圳海王药业有限公司——海王银得菲

第八章 2013-2018年我国感冒药行业发展前景预测

第一节 2013-2018年我国感冒药行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 2013-2018年行业市场规模预测、

第三节 2013-2018年行业投资前景分析

图表目录：

图表：2007-2013年中国感冒药市场规模及增长率：亿元，%

图表：2013年感冒药市场剂型比例

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年6月-2013年6月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2013年6月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年6月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年6月居民消费价格主要数据

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/142100.html>