

2020-2025年中国感冒药行业市场深度分析及行业 发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国感冒药行业市场深度分析及行业发展趋势报告》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/494159.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

感冒药泛指用于治疗感冒的各种药，包括中成药，汤剂，西药，冲剂等等，目前大多数感冒药都是复方制剂常用的组方搭配有：解热镇痛药、鼻黏膜血管收缩药、组胺拮抗剂、中枢兴奋药、抗病毒药。

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 感冒药行业相关概述

第一节 对症疗法

一、解热镇痛药

二、鼻黏膜血管收缩药

三、组胺拮抗剂

四、中枢兴奋药

五、抗病毒药

六、提高机体免疫力药

第二节 中药治疗

一、风寒型感冒

二、风热型感冒

三、暑热型感冒

第三节 其它治疗原则分析

一、自愈治疗

二、控制感染

三、加强体育锻炼，增加身体的抵抗力

四、感冒用药在连续服用1周后症状仍未消失者应向医生咨询

第二章 2015-2019年中国感冒药行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济运行中的主要问题

三、未来经济运行分析与政策展望

第二节 2015-2019年中国感冒药行业政策环境分析

- 一、感冒药政策分析
- 二、中国医药卫生体制改革
- 三、新医改对感冒药行业的影响

第三节 2015-2019年中国感冒药行业社会环境分析

第三章 2015-2019年中国感冒药所属市场发展现状分析

第一节 2015-2019年中国感冒药市场现状分析

- 一、感冒药市场规模
- 二、市场容量
- 三、政策分析
- 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

第二节 2015-2019年中国感冒药市场成长性

- 一、拉动力量
- 二、推动力量
- 三、行业利润率和进入障碍

第三节 2015-2019年中国感冒药零售市场分析

- 一、中低价位感冒药市场分析
- 二、感冒药剂型市场分析
- 三、感冒药化学药市场分析
- 四、感冒药品种分析

第四节 我国感冒药市场危机的剖析

- 一、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

第四章 2015-2019年中国医药制造所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国医药制造所属行业总体数据分析

第二节 2015-2019年中国医药制造所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2015-2019年中国医药制造所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2019年中国医药制造所属行业不同所有制企业数据分析

第五章 2015-2019年中国医药所属行业市场产量数据统计分析

第一节 2015-2019年中国化学药品原药产量数据统计分析

- 一、2015-2019年中国化学药品原药产量数据分析
- 二、2019年中国化学药品原药产量数据分析
- 三、2019年中国化学药品原药产量增长性分析

第二节 2015-2019年中国中成药产量数据统计分析

- 一、2015-2019年中国中成药产量数据分析
- 二、2019年中国中成药产量数据分析
- 三、2019年中国中成药产量增长性分析

第六章 2015-2019年中国感冒药消费者分析

第一节 感冒药消费者购买行为分析

- 一、我国感冒药市场的消费特征
- 二、消费者对各种感冒药的认可度
- 三、消费者对感冒药品牌关注
- 四、消费者对感冒药忠诚度分析
- 五、消费者对感冒药的价格敏感度分析
- 六、感冒药广告对消费者影响分析

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 2015-2019年中国感冒药细分所属行业市场运行分析

第一节 解热镇痛药

- 一、中国解热镇痛药现状分析
- 二、中国解热镇痛药发展存在的问题分析
- 三、解热镇痛药原料药生产情况
- 四、解热镇痛药发展走势及策略
- 五、2015-2019年阿司匹林市场分析
- 六、扑热息痛市场分析
- 七、萘普生市场分析
- 八、布洛芬市场分析

- 1、外贸形势严峻
- 2、国内发展空间仍大
- 3、产业发展建议

第二节 抗组胺药

- 一、氯雷他市场分析
- 二、市场规模走向
- 三、开瑞坦市场份额分析
- 四、新生代产品加入竞争行列
- 五、2019年全球抗组胺药物市场预测

第三节 头孢类药物

- 一、头孢菌素类发展历程
- 二、头孢曲松市场现状
- 三、头孢类抗生素中间体市场分析
- 四、头孢类药物成本走向分析
- 六、头孢匹胺钠用药市场的前景分析

第四节 止咳祛痰药

- 一、中国止咳祛痰药市场现状分析
- 二、止咳药主要产品品牌基本市场状况
- 三、止咳祛痰药零售市场分析
- 四、中国止咳类中成药市场分析

第五节 中药类感冒药

- 一、中药类感冒药的地位
- 二、中药类感冒药市场现状
- 三、中药、西药感冒药市场走势比较
- 四、中药类感冒药零售市场分析
- 五、中国中药类感冒药发展前景分析

第八章 2015-2019年中国品牌感冒药所属行业市场运行分析

第一节 2015-2019年中国品牌感冒药市场亮点分析

- 一、消费者青睐主流感冒药品牌
- 二、企业营销手段风格各异

第二节 2015-2019年中国品牌感冒药市场动态分析

- 一、外资品牌占感冒药市场大半江山
- 二、国内三大热点品牌感冒药市场分析
- 1、真白加黑医院、零售途径销售冰火两重天

2、新康泰克

第九章 2015-2019年中国感冒药优势品牌市场销售情况分析

第一节 白加黑

- 一、成分、药效及副作用
- 二、产品市场定位
- 三、品牌铺货情况分析
- 四、产品定价及市场销售情况
- 五、营销策略分析

第二节 新康泰克

- 一、成分、药效及副作用
- 二、产品市场定位
- 三、品牌铺货情况分析
- 四、产品定价及市场销售情况
- 五、新康泰克化解品牌危机的对策
 - 1、差异化战略
 - 2、集中战略
 - 3、保护及提高市场占有率

第三节 999感冒灵

- 一、成分、药效及副作用
- 二、产品市场定位
- 三、品牌铺货情况分析
- 四、产品定价及市场销售情况
- 五、999感冒灵化解品牌危机的对策
 - 1、广告投放策略
 - 2、配套宣传品的设计
 - 3、终端维护

第四节 日夜百服宁

- 一、成分、药效及副作用
- 二、产品市场定位
- 三、品牌铺货情况分析
- 四、产品定价及市场销售情况
- 五、日夜百服宁化解品牌危机的对策

第五节 泰诺感冒药

- 一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

第六节 快克感冒药

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、海南快克的品牌发展战略综述

六、快克赢得市场的策略

1、广告投放策略

2、配套宣传品的设计

3、终端维护

第七节 康必得（河北恒利集团制药股份有限公司）

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、市场的策略

第八节 感康

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

第十章 2015-2019年中国儿童感冒药所属行业市场运行分析

第一节 2015-2019年中国儿童感冒药市场运行综述

一、儿童感冒药市场特点

二、儿童感冒药市场产销情况分析

三、儿童感冒药市场竞争

第二节 2015-2019年中国儿童感冒药剂型构成分析

第十一章 2015-2019年中国感冒药市场营销解析

第一节 2015-2019年中国感冒药市场营销特点分析

第二节 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

第三节 现代感冒药品零售业的四种竞争手段和发展趋势

一、规模竞争

二、服务竞争

三、价格竞争

四、产品竞争

五、发展趋势

第四节 2015-2019年中国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

1、目标营销是如此必要

2、感冒药市场已经进入目标营销阶段

3、感冒药市场的细分变量

4、感冒药市场的细分现状

三、感冒药生产企业需了解目标顾客

1、消费模式

2、影响感冒药购买的主要因素

3、营销策略

四、感冒药生产企业的品牌制胜

1、品牌的永恒竞争力

2、感冒药市场的竞争已进入品牌竞争阶段

3、感冒药市场品牌营销中所遇到的问题

4、实施品牌营销策略

五、感冒药生产企业的广告传播

1、感冒药广告中的问题及对策

2、按照受众的购买准备程度进行广告决策

六、感冒药生产企业的产品制胜

第五节 otc类感冒药广告策略

一、感冒药的市场定位与广告策划

二、特征表现需明显

三、卡通形象能讨好

四、差异化的广告策略

五、情感策略表演需到位

六、群体效应可做普药新主张

七、不能忽略购买理由

八、感冒药市场“亲民路线”

第十二章 2015-2019年中国感冒药产业市场竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国感冒药市场竞争现状分析

- 一、医药企业感冒药竞争激烈
- 二、感冒药凸现品牌竞争新乐章
- 三、感冒药市场价格竞争分析
- 四、感冒药营销渠道竞争分析
- 第二节 2015-2019年中国感冒药集中度分析
- 第三节 2020-2025年中国感冒药竞争趋势分析

第十三章中国感冒药优势企业竞争力分析

第一节 哈药集团股份有限公司

- 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 重庆桐君阁股份有限公司

- 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

第三节 西南药业股份有限公司

- 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

第四节 三九医药股份有限公司

- 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

第五节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

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

第六节 东盛科技启东盖天力制药股份有限公司

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

第七节 中美天津史克制药有限公司

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

第八节 西安杨森制药有限公司

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

第九节 上海强生制药有限公司

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

第十节 中美上海施贵宝制药有限公司

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

第十四章 2020-2025年中国感冒药发展前景预测分析

第一节 2020-2025年中国感冒药前景展望

一、中国医药产业前景预测

二、中外儿童感冒药研发投入和运作分析

第二节 2020-2025年中国感冒药发展趋势分析

一、中西结合感冒药发展趋势

二、儿科感冒药前景分析

三、医药市场运作区域化趋势

第十五章 2020-2025年中国感冒药行业投资战略研究

第一节 2020-2025年中国感冒药行业投资概况

一、支持医药行业发展的利好因素

二、医药行业对外直接投资的特点及现状

三、全球仿制药市场形势及竞争对手分析

四、以优质仿制药抢滩国际市场

五、中国药企海外并购策略

第二节 2020-2025年中国感冒药行业投资机会分析

一、医药行业巨变迎来投资时期

二、医药经济面临市场扩容的机遇

三、城市医保给医药行业带来的扩容

第三节 2020-2025年中国感冒药行业投资风险分析

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、药品安全风险

四、进退入风险

第四节 建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/494159.html>