

2020-2025年中国感冒药行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国感冒药行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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/605429.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

感冒是一种常见的临床疾病,主要临床症状包括头痛、咳嗽、恶寒发热、鼻塞等。将感冒类分为普通性感冒和流行性感冒。流行性感冒又可分为A、B、C三型。普通性感冒下面有风寒、风热、体虚、虚实、寒热往来型等5个功能组。

据不完全统计,我国每年有75%的人至少患一次感冒,也就是说,每年有近10亿人至少需用一次感冒药物。根据中国疾病预防控制中心数据显示,2020年1月,我国流行性感冒发病数达986543例,死亡病例达108例。

2012-2020年1月中国流行性感冒发病人数统计图

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

1.1感冒药的介绍

1.1.1感冒药的定义

1.1.2感冒病症基本特征及分类

1.2感冒的治疗

1.2.1对症疗法

1.2.2中药治疗

1.2.3自愈治疗

1.2.4控制感染

1.2.5锻炼

1.2.6医生咨询

第二章 2015-2019年我国感冒药市场总体分析

2.1 2015-2019年我国感冒药市场的概况

2.1.1我国感冒药市场的发展环境

2.1.2我国感冒药市场规模及成长性

2.1.3我国感冒药的市场容量

目前在零售药店中,抗感冒药销售额约占药品零售总额的15%,是继保健品类(31.3%)之后销售额最大的一类药品,可谓举足轻重。数据显示,感冒每次平均用药25元,我国感冒药市场销售规模从2012年的310亿元增至2018年的568亿元,预计到2022年市场规模将达到950亿元。

2012-2018年我国感冒药市场销售规模

2.1.4我国感冒药市场的定位策略

2.2我国感冒药市场危机的剖析

2.2.1全球感冒药危机的起因

2.2.2我国感冒药主要成分的安全性

2.2.3对我国感冒药市场造成的影响

2.2.4我国感冒药企业的应对策略

2.3 2015-2019年我国感冒药的市场特征

2.3.1知名品牌占大部分市场份额

2.3.2国产品牌与合资品牌的市场表现

2.3.3感冒药竞争集中在终端

2.3.4我国药品零售市场的发展空间

2.4 2015-2019年感冒药品牌网络口碑监测分析

2.4.1感冒药品牌网络KPI排行榜

2.4.2感冒药行业网络口碑KPI分析

2.4.3感冒药品牌网络口碑优劣势分析

2.4.4品牌关联性分析

2.5.1外资品牌占感冒药市场主导地位

2.5.2我国感冒药市场的品牌竞争格局

2.5.3我国感冒药市场份额向知名品牌集中

2.5.4甲流使感冒药市场扩容竞争加剧

2.5.5感冒药市场出现将产品细分的竞争手段

2.6感冒药市场的发展前景预测分析

2.6.1我国感冒药市场发展前景看好

2.6.2我国感冒药市场未来的发展方向

2.6.3我国农村感冒药市场发展前景广阔

第三章 2015-2019年我国感冒药市场消费及购买行为分析

3.1 2015-2019年我国感冒药市场消费分析

3.1.1消费者对各种感冒药的认可度

3.1.2中低价位感冒药受消费者青睐

3.1.3我国感冒药市场的消费特征

3.2 2015-2019年感冒药市场购买行为分析

3.2.1影响消费都购买行为的因素

3.2.2消费者治疗感冒的方法

3.2.3消费者治疗感冒的花费

3.2.4消费者青睐主流感冒药品牌

3.2.5主流感冒药品牌形象特色鲜明

第四章 2015-2019年我国主要地区感冒药市场发展分析

4.1 2015-2019年我国主要地区感冒药市场分析

4.1.1我国各地区感冒药市场总体概况

4.1.2我国不同地区感冒药市场的表现

4.1.3感冒药具体产品的销售状况分析

4.1.4感冒药市场的品牌集中度

4.1.5感冒药市场的零售主体

4.1.6感冒药市场主要品牌的铺货率

4.1.7儿童感冒药的市场空间

4.1.8我国各地店员销售感冒药的影响因素

4.2 2015-2019年我国主要城市感冒药市场销售分析

4.2.1北京感冒药市场的销售状况分析

4.2.2上海小儿感冒药的市场销售分析

4.2.3宁波感冒药零售市场的容量分析

4.2.4广州热销感冒药的市场行情分析

第五章 2015-2019年我国感冒药市场营销分析

5.1感冒药市场的营销原则

5.1.1差异性原则

5.1.2大类市场定位原则

5.1.3模糊真相原则

5.2感冒药生产企业的营销策略

5.2.1感冒药生产企业的发展须以顾客为中心

5.2.2感冒药生产企业需选准目标顾客

5.2.3感冒药生产企业需了解目标顾客

5.2.4感冒药生产企业的品牌制胜

5.2.5感冒药生产企业的广告传播

5.2.6感冒药生产企业的产品制胜

5.3 OTC类感冒药广告策略 (AKLCY)

5.3.1特征表现需明显

5.3.2卡通形象能讨好

5.3.3差异化的广告策略

5.3.4情感策略表演需到位

5.3.5群体效应可做普药新主张

5.3.6不能忽略购买理由

第六章 2015-2019年我国感冒药优势品牌企业分析

6.1白加黑（西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司）

6.1.1企业概况

6.1.2白加黑在感冒药市场的发展策略

6.1.3白加黑感冒药的市场竞争分析

6.2新康泰克（中美天津史克制药有限公司）

6.2.1企业概况

6.2.2新康泰克化解品牌危机的对策

6.3 999感冒灵（华润三九医药股份有限公司）

6.3.1企业概况

6.3.2华润三九经营状况分析

6.3.3 999感冒灵的发展现状调研

6.4日夜百服宁（上海百时美施贵宝公司）

6.4.1企业概况

6.4.2日夜百服宁的市场份额回顾

6.5泰诺感冒药（上海强生制药有限公司）

6.5.1企业概况

6.5.2泰诺感冒片的市场份额回顾

6.6快克感冒药（海南亚洲制药集团）

6.6.1企业概况

6.6.2海南快克的品牌发展战略综述

6.6.3快克赢得市场的策略

6.7感叹号（长春海外制药集团有限公司）

6.7.1企业概况

6.7.2感叹号感冒药的发展概况

6.8康必得（河北恒利集团制药股份有限公司）

6.8.1企业概况

6.8.2康必得领先感冒药市场的发展历程

6.8.3康必得感冒药的发展概况

6.9其他优势品牌

6.9.1吴太感康（吉林市吴太感康药业有限公司）

6.9.2海王银得菲（深圳海王药业有限公司）

图表目录：

图表 常见疾病

图表 常服药品类别

图表 消费者感冒后治疗方式的选择

图表 消费者了解并选购感冒药的途径

图表 消费者对感冒药成分的购买倾向

图表 消费者出现症状后开始服药的比例

图表 消费者对感冒药的关注方面

图表 消费者对抗生素类制剂的认识

图表 消费者家中常备的感冒药所占比重

图表 消费者是否经常更换感冒药的比例

图表 消费者对感冒药形态的选择倾向

图表 消费者对所服感冒药的总体评价

图表 消费者服感冒药后出现副作用所占比例

图表 消费者服用感冒药的习惯比例

图表 城市居民对中药感冒药品牌的知晓率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicines/605429.html>