

# 2017-2022年中国头痛药行业市场竞争格局及投资 方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国头痛药行业市场竞争格局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/detail/295953.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

关于疼痛的论述最早见于《黄帝内经》，尤其是《素问·举痛论》中所述明确。《素问·举痛论篇》曰：“经络流行不止，环周不休，寒气入经而稽迟，泣而不行，客于脉外则血少，客于脉中则气不通，故卒然而痛”。在《内经》疼痛理论的基础上，金元时期李东垣首次提出“痛则不通”的病机理论学说，并确立了“痛随利减，当通其络，则疼痛去矣”的以通止痛的原则。清代叶天士在《临证指南医案》中提出“久痛入络”的病机理论。王清任在《医林改错》、唐容川在《血证论》中均进一步阐述了瘀血致痛之病机。后世医家又根据疼痛病机概括出虚实两个方面，确立了实证疼痛病机为“不通则痛”，虚证疼痛病机为“不荣而痛”。无论外感六淫，内伤七情，均可使气血、经络、五脏、六腑不通而发生各种疼痛，当经络遇到外邪侵袭、导致气血运行不畅通时，疼痛就产生了。

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 中国头痛药市场主要经济特性 8

#### 一、产品概述 8

##### 1.头痛药产品界定及分类 8

##### 2.头痛药产品发展背景 10

##### 3.产业链概述 10

#### 二、产品生命周期分析 14

#### 三、市场进入/退出壁垒 14

##### 1.市场进入壁垒 14

##### 2.退出壁垒 15

### 第二章头痛药产品生产分析16

#### 一、2010-2016年头痛药行业生产规模及增长速度16

#### 二、2017-2022年头痛药行业产量变化趋势17

#### 三、头痛药行业生产中存在的问题18

#### 四、行业领导者的生产现状及产品策略18

#### 五、地区分布情况21

### 第三章头痛药行业市场规模分析23

- 一、2010-2016年中国头痛药市场规模及增长速度23
- 二、影响市场规模的因素23
- 三、头痛药市场发展潜力分析27
- 四、2017-2022年头痛药市场规模及增速预测28
- 五、2010-2016年重点企业销售收入及市场规模占比29

### 第四章头痛药行业区域市场分析31

- 一、2016年各省市市场规模及占比31
- 二、细分区域分布31
  - 1、华东地区31
  - 2、华南地区32
  - 3、东北地区33
  - 4、华北地区34
  - 5、华中地区35
  - 6、西部地区36
- 三、重点省市市场状况深度分析37

### 第五章头痛药产品价格分析38

- 一、头痛药产品的价格弹性38
- 二、价格与成本的关系38
- 三、价格在头痛药市场竞争中的作用40
- 四、2017-2022年头痛药产品价格变化趋势40
- 五、主要企业价位及价格策略41

### 第六章头痛药产品竞争分析43

- 一、竞争分析理论基础43
  - 1.供应商的讨价还价能力43
  - 2.经销商、渠道商讨价还价能力43
  - 3.新进入者威胁43
  - 4.替代品威胁44
  - 5.行业内竞争现状44
- 二、行业竞争格局44
- 三、头痛药行业市场集中度分析45
- 四、竞争的关键因素46

- 1.各竞争品牌的市场价格差异46
- 2.各竞争品牌的渠道差异46
- 3.各竞争品牌的产品/服务质量差异46
- 4.各竞争品牌的品牌产品主要消费群目标差异47

## 五、竞争组群分析48

## 第七章头痛药上游行业分析49

- 一、上游行业发展状况以及对头痛药行业的影响49
- 二、上游行业发展趋势50

## 第八章头痛药下游行业分析51

- 一、下游行业发展状况以及对头痛药行业的影响51
- 二、下游行业发展趋势52

## 第九章头痛药市场渠道分析53

- 一、渠道形式的对比与选择53
- 二、头痛药行业典型渠道的组成环节分析54
- 三、渠道建设与管理的关键因素55
  - 1.渠道的建设55
  - 2.渠道的管理56

## 第十章头痛药替代品分析57

- 一、替代品对头痛药产品的影响57
- 二、替代品发展现状及趋势57
- 三、当前经济形势对替代品的影响58

## 第十一章头痛药互补品分析59

- 一、互补品对头痛药产品的影响59
- 二、互补品发展现状及趋势59
- 三、当前经济形势对互补品的影响59

## 第十二章头痛药行业主导驱动因素分析60

- 一、国家政策导向60
- 二、相关行业发展75
- 三、社会需求变化76

### 第十三章头痛药行业政策环境分析78

#### 一、宏观经济政策78

#### 二、行业政策79

### 第十四章重点头痛药企业分析81

#### 第一节中美天津史克制药有限公司81

##### 一、产品分析81

##### 二、渠道分析84

##### 三、产品价格分析85

##### 四、销售状况分析85

#### 第二节三九医药股份有限公司86

##### 一、产品分析86

##### 二、渠道分析87

##### 三、产品价格分析88

##### 四、销售状况分析88

#### 第三节太极集团89

##### 一、产品分析89

##### 二、渠道分析90

##### 三、产品价格分析90

##### 四、销售状况分析91

#### 第四节天津天士力制药股份有限公司91

##### 一、产品分析91

##### 二、渠道分析92

##### 三、产品价格分析93

##### 四、销售状况分析93

#### 第五节贵州益康医药集团94

##### 一、产品分析94

##### 二、渠道分析95

##### 三、产品价格分析95

##### 四、销售状况分析95

### 图表目录：

图表12010-2016年1-3月我国头痛药行业产值及增长情况18

图表22010-2016年1-3月我国头痛药行业产值及增长对比18

图表32016年1-3月我国头痛药行业市场地区分布21

图表42010-2016年1-3月我国头疼药行业市场规模及增长情况23

图表52010-2016年1-3月我国头疼药行业市场规模及增长对比23

图表62017-2022年我国头疼药行业市场规模预测图28

图表72010-2016年1-3月我国头痛药行业销售额及增长情况29

图表82010-2016年1-3月我国头痛药行业销售额及增长对比29

图表92016年1-3月我国头痛药行业市场地区分布31

图表102010-2016年华东地区头痛药市场规模及增长情况31

图表112010-2016年华东地区头痛药市场规模及增长对比32

图表122010-2016年华南地区头痛药市场规模及增长情况32

图表132010-2016年华南地区头痛药市场规模及增长对比32

图表142010-2016年东北地区头痛药市场规模及增长情况33

图表152010-2016年东北地区头痛药市场规模及增长对比33

图表162010-2016年华北地区头痛药市场规模及增长情况34

图表172010-2016年华北地区头痛药市场规模及增长对比34

图表182010-2016年华中地区头痛药市场规模及增长情况35

图表192010-2016年华中地区头痛药市场规模及增长对比35

图表202010-2016年西南地区头痛药市场规模及增长情况36

图表212010-2016年西南地区头痛药市场规模及增长对比36

图表22中药和西药、国产药和进口药的备货率44

图表23药店头痛药顾客提及率调查45

图表24芬必得产品分析83

图表252016年中美天津史克头痛药产品占公司业务比例86

图表262016年三九医药头痛药产品占公司业务比例88

图表27太极集团散列通产品介绍90

图表282016年太极集团散列通产品占集团业务比例91

图表29天士力集团养血清脑颗粒产品介绍92

图表302016年天士力制药头痛药产品占公司业务比例93

图表31益康医药集团全天麻胶囊产品介绍94

图表322016年益康医药头痛药产品占集团业务比例96

图表33海外制药产品价格表97

图表342016年海外制药头痛药产品占集团业务比例98

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295953.html>