

# 2019-2025年中国感冒药市场供需格局及未来发展 趋势报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国感冒药市场供需格局及未来发展趋势报告》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/397147.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 2018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 2018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 2018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

## 第三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

## 第四章我国主要地区感冒药市场

### 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、2018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

## 第六章我国感冒药优势品牌企业分析

## 第一节白加黑(西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司)

### 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

## 第二节新康泰克(中美天津史克制药有限公司)

### 一、企业概况

### 二、新康泰克化解品牌危机的对策

## 第三节 999感冒灵(华润三九医药股份有限公司)

### 一、企业概况

### 二、华润三九经营状况分析

### 三、999感冒灵的发展现状

## 第四节日夜百服宁(上海百时美施贵宝公司)

### 一、企业概况

### 二、日夜百服宁的市场份额回顾

## 第五节泰诺感冒药(上海强生制药有限公司)

### 一、企业概况

### 二、泰诺感冒片的市场份额回顾

## 第六节快克感冒药(海南亚洲制药集团)

### 一、企业概况

### 二、海南快克的 brand 发展战略综述

### 三、快克赢得市场的策略

## 图表目录：

图表：常见疾病

图表：常服药品类别

图表：2016-2018年我国感冒药品牌网络KPI排行榜

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：消费者对抗后素类制剂的认识

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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/397147.html>