

2016-2022年中国通气鼻贴行业发展态势及投资价值评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国通气鼻贴行业发展态势及投资价值评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/236865236865.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

通气鼻贴（透明型）主要由弹性物（聚酯）、压力敏感胶粘剂、弹性物（聚酯）、基本材料组成，无药用成分，无副作用。实际上，通气鼻贴属于医疗器械行业。通气鼻贴不依赖任何药物，而是采用专利弹性胶片，使得通气鼻贴可以拉开鼻腔及呼吸道，在瞬间有效降低通过鼻腔气流的阻力，从而达到扩张鼻腔通道的效果。因此，通气鼻贴可有效改善鼻通气，改善或加强呼吸，暂缓由感冒、鼻炎、鼻中隔偏曲引起的鼻塞、鼻充血，不仅可以使呼吸更顺畅，同时还可以改善鼻腔阻塞引起的睡眠障碍，减轻打鼾等等。

渠道方面，从国内通气鼻贴行业近五年线上渠道销量情况看，该渠道销量基本呈现逐年增长的趋势，但增幅较为平稳，主要是受到一系列医疗用品网销政策影响。与线上渠道相比，线下渠道销量增速则趋于放缓，增速从2011年前后的20%左右的增长率放缓到2014年的7.39%。以中美天津史克制药有限公司、三九集团、海氏海诺为代表的大型通气鼻贴生产企业，近几年在渠道布局方面逐步增加线上渠道的投入，特别是在京东、1号店等B2C、C2C平台布局方面。与大型企业相比，中小型企业更加重视线下市场的推广，相对在渠道格局方面较为保守。

目前行业内的竞争主要体现在大型企业的竞争。数据显示，截止2014年底，国内通气鼻贴行业规模以上企业规模达到102家。其中年产量在1000万贴的企业仅12家，而年产量超过2000万贴的企业仅5家。而大型企业的竞争主要体现在品质和广告宣传方面，其次是价格方面。随着国内通气鼻贴市场逐渐被激活，越来越多的潜在竞争者相继加入。经过市场调研发现，目前市场上不少于200家大中型企业欲加入通气鼻贴市场。

中国报告网发布的《2016-2022年中国通气鼻贴行业发展态势及投资价值评估报告》首先介绍了通气鼻贴行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 通气鼻贴行业运行环境

第一章 通气鼻贴行业现状

第一节 行业介绍

一、通气鼻贴行业的描述及定义

二、通气鼻贴行业特点及主要问题

第二节 国家产业经济环境

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

1、公共财政收入情况

2、公共财政支出情况

3、全国政府性基金收支情况

八、中国汇率调整

1、贬值风险

2、主导因素

3、汇率波动影响

4、人民币持有价值

九、对外贸易&进出口

第三节 国家产业政策环境

一、主要法律法规

1、药品生产许可、新药研发

2、药品生产质量管理

3、中药品种保护

4、药品注册管理

5、药品定价

6、处方药和非处方药分类管理

7、对中药注射剂安全性监管方面的有关政策

8、药品技术转让注册管理

9、药物临床试验质量管理

二、行业主要政策

1、《关于深化医药卫生体制改革的意见》

2、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》

3、《“十二五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案》

4、《医药工业“十二五”发展规划》

三、2014年政策走势及其影响

第四节 通气鼻贴产品产业链现状及分析

一、产业链上游市场发展情况

1、聚酯

2、无纺布

二、产业链下游市场发展情况

第五节 相关产业“十二五”规划解读

- 一、形势与需求
- 二、指导思想和发展原则
- 三、发展目标
- 四、发展重点
- 五、“十二五”重点任务布局
- 六、保障措施

第二部分 通气鼻贴产业深度调研

第二章 行业生产调查分析

第一节 2013-2014年国内通气鼻贴行业产能统计

第二节 2013-2014年国内通气鼻贴行业产量统计

- 一、产品构成
- 二、产量统计数据

第三节 产品生产成本

第三章 通气鼻贴产品消费调查分析

第一节 产品消费量调查

第二节 产品价格调查

- 一、不同层次产品价格区间
- 二、不同区域市场价格区间

第三节 消费群体调查

- 一、消费群体构成
- 二、不同消费群体偏好以及对产品的关注要素

- 1、男性群体消费偏好及侧重点
- 2、女性群体消费偏好及侧重点
- 3、儿童群体消费偏好及侧重点

三、下游消费市场需求规模调查

第四节 品牌市场份额调查

第四章 通气鼻贴销售渠道分析

第一节 行业产品销售的主要渠道

- 一、线上渠道分析
- 二、线下渠道分析

第二节 不同企业群体的渠道方式分析

- 一、大型企业群体渠道分析
- 二、中小型企业群体渠道分析

第五章 通气鼻贴行业经济运行情况

第一节 2013-2014年通气鼻贴行业产值规模分析

第二节 2013-2014年通气鼻贴行业销售收入分析

第三节 2013-2014年通气鼻贴行业市场规模分析

第四节 2013-2014年通气鼻贴行业财务监测分析

一、2013-2014年通气鼻贴行业盈利能力分析

二、2013-2014年通气鼻贴行业偿债能力分析

三、2013-2014年通气鼻贴行业成长能力分析

四、2013-2014年通气鼻贴行业运营能力分析

第三部分 通气鼻贴行业竞争格局分析

第六章 通气鼻贴竞争调查分析

第一节 竞争结构

一、现有企业间竞争调研

二、潜在进入者调研

三、替代品调研

四、供应商议价能力调研

五、客户议价能力调研

第二节 行业集中度调研

一、市场集中度调研

二、企业集中度调研

三、区域集中度调研

第三节 通气鼻贴行业主要企业竞争调研

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业净利润对比分析

第七章 2013-2014年通气鼻贴进出口市场调研

第一节 通气鼻贴进口市场分析

一、进口量分析

二、进口地域格局

第二节 通气鼻贴出口市场分析

一、出口量分析

二、出口地域格局

第八章 通气鼻贴重点企业与品牌分析

第一节 重点企业分析

一、福建汤臣倍健医疗器械公司

- 1、企业简介
- 2、产销量统计
- 3、公司主要财务指标分析
- 4、产品线构成以及各产品市场定位
- 5、近期发展规划

二、四川大众医药有限公司

- 1、企业简介
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产销量统计
- 4、公司主要财务指标分析

三、中美天津史克制药有限公司

- 1、企业简介
- 2、组织架构及销售系统
- 3、产销量统计
- 4、公司主要财务指标分析
- 5、产品线构成以及各产品市场定位
- 6、渠道策略

四、四川瑞正医药科技有限公司

- 1、企业简介
- 2、产销量统计
- 3、公司主要财务指标分析

五、浙江省东阳市银达生物有限公司

- 1、企业简介
- 2、产销量统计
- 3、公司主要财务指标分析
- 4、产品线构成以及各产品市场定位

六、三九集团

- 1、企业简介
- 2、产销量统计
- 3、公司主要财务指标分析
- 4、产品线构成以及各产品市场定位
- 5、近期发展规划

七、青岛海诺生物工程有限公司

- 1、企业简介

- 2、产销量统计
- 3、公司主要财务指标分析
- 4、产品线构成以及各产品市场定位
- 5、近期发展规划

八、石药集团

- 1、企业简介
- 2、公司主要财务指标分析

九、万通药业

- 1、企业简介
- 2、公司销售网络布局
- 3、公司主要财务指标分析

第二节 强势品牌调研

一、新康泰克

- 2、品牌定位
- 3、品牌影响力
- 4、品牌价值评估

二、海氏海诺

- 2、品牌定位
- 3、品牌影响力
- 4、品牌价值评估

三、汤臣倍健

- 2、品牌定位
- 3、品牌影响力
- 4、品牌价值评估

第九章 通气鼻贴行业上下游市场调研

第一节 2013-2014年通气鼻贴原材料市场分析

- 一、通气鼻贴上游原材料构成
- 二、通气鼻贴上游原材料最新市场动态
 - 1、产业动态
 - 2、技术动态
 - 3、产品动态
- 三、国内产销量
 - 1、全球产销分析
 - 2、国内产销分析
- 四、原材料价格走势

五、主要供应企业供应量

六、产业政策

第二节 通气鼻贴行业下游市场经济运行情况

一、2014中国医疗器械市场销售规模分析

二、医疗器械市场集中度分析

三、2014中国医疗器械终端销售渠道分析

第十章 通气鼻贴细分市场调研

第一节 儿童通气鼻贴

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

四、消费者需求发展趋势

第二节 成人通气鼻贴

一、产品特性

二、消费模式

1、价格型购买

2、理智型购买

3、冲动型购买

4、习惯型购买

5、随意型购买

三、消费者需求发展趋势

1、市场增长放缓

2、市场主力转移

3、市场盈利增加

第三节 多功能治疗型鼻贴

一、产品特性

二、市场前景

三、消费模式

第四部分 通气鼻贴行业投资战略

第十一章 通气鼻贴行业投资风险与战略分析

第一节 通气鼻贴行业市场风险及控制策略

一、2016-2022年通气鼻贴行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年通气鼻贴行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年通气鼻贴行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年通气鼻贴行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年通气鼻贴同业竞争风险及控制策略

第二节 通气鼻贴行业投资战略分析

- 一、发展型投资战略
- 二、稳定型投资战略
- 三、退却型投资战略
- 四、稳定性投资战略
- 五、扩张性投资战略
- 六、紧缩性投资战略
- 七、混合性投资战略

第五部分 通气鼻贴行业发展战略研究

第十二章 行业发展战略研究

第一节 行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 品牌战略

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 四、重点客户管理功能

第十三章 行业发展策略建议

第一节 企业竞争策略分析

- 一、提高企业核心竞争力的对策
- 二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径
- 1、影响企业核心竞争力的因素

2、提升企业核心竞争力的有效途径

三、提高企业竞争力的策略

第二节 行业发展策略

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

第三节 中国行业经营策略分析

一、中国行业市场细分策略

二、中国行业市场创新策略

三、品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、中国行业新产品差异化战略

图表目录

图表 2014年-2014年国内生产总值增长速度

图表 2013-2014年社会零售总额增长率

图表 2013-2014年居民消费价格月增长速度

图表 2013-2014Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表 2002-2014年中国居民恩格尔系数

图表 2013-2014Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/236865236865.html>