

2010-2015年中国感冒药市场调研与投资策略咨询 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《2010-2015年中国感冒药市场调研与投资策略咨询报告》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/8855688556.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

摘要

感冒的治疗旨在解除鼻黏膜充血，缓解鼻腔中毛细血管的肿

胀而减轻鼻塞感，减少鼻分泌物。此外还有助于保持咽鼓管和窦口畅通，从而防止继发感染。由于感冒发病急促，症状复杂多样，因而至今没有一种药物能解决所有这些问题，因此，治疗感冒药多采用复方制剂。

常用的组方搭配有：

a、解热镇痛药：退热和缓解头痛、关节痛等症状，例如阿司匹林、对乙酰氨基酚、双氯芬酸等。

b、鼻黏膜血管收缩药：减轻鼻窦、鼻腔黏膜血管充血，解除鼻塞症状，例如苯丙醇胺、伪麻黄碱。

c、组胺拮抗剂：使上呼吸道的分泌物干燥和变稠，减少打喷嚏和鼻溢液，同时具有轻微的镇静作用，例如氯苯那敏（扑尔敏）和苯海拉明等。

d、中枢兴奋药：有些制剂中含有咖啡因，一是为了加强解热镇痛药的疗效，二是抵消抗组胺药所引起的嗜睡作用。

e、抗病毒药：抑制病毒合成核酸和蛋白质，并抑制病毒从细胞中释放，如金刚烷胺、吗啉胍。

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 2009-2010年中国感冒药行业运行环境分析

2.1 2009-2010年中国宏观经济环境分析

2.1.1 GDP历史变动轨迹分析

2.1.2 固定资产投资历史变动轨迹分析

2.1.3 2010年中国宏观经济发展预测分析

2.2 2009-2010年中国感冒药行业政策环境分析

2.2.1 中国医药政策分析

2.2.2 感冒药行业政策分析

2.2.3 进出口政策分析

2.3 2009-2010年中国感冒药行业社会环境分析

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 教育环境分析

2.3.3 文化环境分析

2.3.4 生态环境分析

2.4 2009-2010年中国感冒药行业技术环境分析

第三章 2009-2010年中国感冒药市场总体剖析

3.1 2009-2010年中国感冒药市场的概况

3.1.1 中国感冒药市场的发展环境

3.1.2 中国感冒药市场规模及成长性

3.1.3 中国感冒药的市场容量

3.1.4 中国感冒药市场的定位策略

3.2 2009-2010年中国感冒药市场危机的剖析

3.2.1 全球感冒药危机的起因

3.2.2 中国感冒药主要成分的安全性

3.2.3 对中国感冒药市场造成的影响

3.2.4 中国感冒药企业的应对策略

3.3 2009-2010年中国感冒药行业发展存在问题分析

第四章 2009-2010年中国感冒药行业市场特征及动态分析

4.1 2009年中国感冒药的市场特征

4.1.1 知名品牌占大部分市场份额

4.1.2 国产品牌与合资品牌的市场表现

4.1.3 感冒药竞争集中在终端

4.1.4 中国药品零售市场的发展空间

4.2 2009-2010年度感冒药品牌网络口碑监测分析

4.2.1 感冒药品牌网络KPI排行榜

4.2.2 感冒药行业网络口碑KPI分析

4.2.1 感冒药品牌网络口碑优劣势分析

4.2.4 品牌关联性分析

第五章 2009-2010年中国感冒药市场消费及购买行为分析

5.1 中国感冒药市场消费分析

5.1.1 消费者对各种感冒药的认可度

5.1.2 中低价位感冒药受消费者青睐

5.1.3 中国感冒药市场的消费特征

5.2 感冒药市场购买行为分析

5.2.1 影响消费者购买行为的因素

5.2.2 消费者治疗感冒的方法

5.2.3 消费者治疗感冒的花费

5.2.4 消费者青睐主流感冒药品牌

5.2.5 主流感冒药品牌形象特色鲜明

第六章 2009-2010年中国主要地区感冒药市场格局探析

6.1 2009-2010年中国主要地区感冒药市场分析

6.1.1 中国各地区感冒药市场总体概况

6.1.2 中国不同地区感冒药市场的表现

6.1.3 感冒药具体产品的销售情况

6.1.4 感冒药市场的品牌集中度

6.1.5 感冒药市场的零售主体

6.1.6 感冒药市场主要品牌的铺货率

6.1.7 儿童感冒药的市场空间

6.1.8 中国各地店员销售感冒药的影响因素

6.2 2009-2010年中国主要城市感冒药市场销售分析

6.2.1 北京感冒药市场的销售情况

6.2.2 上海小儿感冒药的市场销售分析

6.2.3 宁波感冒药零售市场的容量分析

6.2.4 2010年2月广州热销感冒药的市场行情分析

第七章 2008-2010年中国医药制造行业主要数据监测分析

7.1 2008-2010年中国医药制造行业总体数据分析

7.1.1 2008年中国医药制造行业全部企业数据分析

7.1.2 2009年中国医药制造行业全部企业数据分析

7.1.3 2010年中国医药制造行业全部企业数据分析

7.2 2008-2010年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

7.2.1 2008年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

7.2.2 2009年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

7.2.3 2010年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

7.3 2008-2010年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

7.3.1 2008年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

7.3.2 2009年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

7.3.3 2010年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2009-2010年中国感冒药市场营销策略探讨

8.1 感冒药市场的营销原则

8.1.1 差异性原则

8.1.2 大类市场定位原则

8.1.3 模糊真相原则

8.2 感冒药生产企业的营销策略

8.2.1 感冒药生产企业的发展须以顾客为中心

8.2.2 感冒药生产企业需选准目标顾客

8.2.3 感冒药生产企业需了解目标顾客

8.2.4 感冒药生产企业的品牌制胜

8.2.5 感冒药生产企业的广告传播

8.2.6 感冒药生产企业的产品制胜

8.3 OTC类感冒药广告策略

8.3.1 特征表现需明显

8.3.2 卡通形象能讨好

8.3.3 差异化的广告策略

8.3.4 情感策略表演需到位

8.3.5 群体效应可做普药新主张

8.3.6 不能忽略购买理由

第九章 2009-2010年中国感冒药行业市场竞争格局分析

9.1 医药行业竞争概况

9.1.1 我国医药市场迈入全面竞争阶段

9.1.2 我国医药行业竞争激烈

9.1.3 渠道拦截成为医药市场竞争的主要手段

9.2 中国感冒药市场的竞争分析

9.2.1 外资品牌占感冒药市场主导地位

9.2.2 中国感冒药市场的品牌竞争格局

9.2.3 中国感冒药市场份额向知名品牌集中

9.2.4 甲流使感冒药市场扩容竞争加剧

9.2.5 感冒药市场出现将产品细分的竞争手段

第十章 2009-2010年中国感冒药优势品牌企业竞争力分析

10.1 白加黑(东盛科技启东盖天力制药股份有限公司)

- 10.1.1 企业概况
- 10.1.2 企业主要经济指标分析
- 10.1.3 企业盈利能力分析
- 10.1.4 企业偿债能力分析
- 10.1.5 企业运营能力分析
- 10.1.6 企业成长能力分析
- 10.1.7 白加黑在感冒药市场的发展策略
- 10.1.8 白加黑感冒药的市场竞争分析
- 10.2 新康泰克(中美天津史克制药有限公司)
- 10.2.1 企业概况
- 10.2.2 企业主要经济指标分析
- 10.2.3 企业盈利能力分析
- 10.2.4 企业偿债能力分析
- 10.2.5 企业运营能力分析
- 10.2.6 企业成长能力分析
- 10.2.7 新康泰克化解品牌危机的对策
- 10.3 999感冒灵(华润三九医药股份有限公司)
- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业主要经济指标分析
- 10.3.3 企业盈利能力分析
- 10.3.4 企业偿债能力分析
- 10.3.5 企业运营能力分析
- 10.3.6 企业成长能力分析
- 10.3.7 999感冒灵的发展现状
- 10.4 日夜百服宁(上海百时美施贵宝公司)
- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 日夜百服宁的市场份额回顾
- 10.5 泰诺感冒药(上海强生制药有限公司)
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业主要经济指标分析
- 10.5.3 企业盈利能力分析
- 10.5.4 企业偿债能力分析
- 10.5.5 企业运营能力分析
- 10.5.6 企业成长能力分析
- 10.5.6 泰诺感冒片的市场份额回顾

10.6 快克感冒药(海南亚洲制药集团)

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业主要经济指标分析

10.6.3 企业盈利能力分析

10.6.4 企业偿债能力分析

10.6.5 企业运营能力分析

10.6.6 企业成长能力分析

10.6.7 海南快克的 brand 发展战略综述

10.6.8 快克赢得市场的策略

10.7 感叹号(长春海外制药集团有限公司)

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业主要经济指标分析

10.7.3 企业盈利能力分析

10.7.4 企业偿债能力分析

10.7.5 企业运营能力分析

10.7.6 企业成长能力分析

10.7.7 感叹号感冒药的发展概况

10.8 康必得(河北恒利集团制药股份有限公司)

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业主要经济指标分析

10.8.3 企业盈利能力分析

10.8.4 企业偿债能力分析

10.8.5 企业运营能力分析

10.8.6 企业成长能力分析

10.8.7 康必得领先感冒药市场的发展历程

10.8.8 康必得感冒药的发展概况

10.9 其他优势品牌

10.9.1 吴太感康(吉林市吴太感康药业有限公司)

10.9.2 海王银得菲(深圳市海王药业有限公司)

第十一章 2011-2015年中国感冒药行业发展前景展望及投资战略分析

11.1 2011-2015年中国医药行业的前景趋势分析

11.1.1 2010年我国医药行业前景展望

11.1.2 2010年医药工业营销变局分析

11.1.3 2010年我国医药行业对外贸易趋势

11.1.4 2010-2015年中国医药行业预测分析

11.1.5 2020年前中国或将成为全球第一医药大国

11.1.6 中国医药行业并购整合的主要趋势

11.1.7 中国医药物流未来发展趋势

11.2 2011-2015年中国感冒药市场的发展前景预测

11.2.1 中国感冒药市场发展前景看好

11.2.2 中国感冒药市场未来的发展方向

11.2.3 中国农村感冒药市场发展前景广阔

11.3 2011-2015年中国感冒药市场投资机会与风险分析

图表目录：（部分）

图表：常见疾病

图表：常服药品类别

图表：2009-2010年中国感冒药品牌网络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

图表：城市居民对西药感冒药品牌的知晓率

图表：中国主要地区样本药店代表性配额标准

图表：中国主要城市感冒药零售总额与零售数量比较

图表：中国主要城市感冒药零售金额占比（城市合计100%）

图表：中国主要城市感冒药零售数量占比（城市合计100%）

图表：中国主要城市中销售金额和销售数量排名分别占前10位的产品

图表：北京感冒药销售排名

图表：上海感冒药销售排名

图表：广州感冒药销售排名

图表：中国主要城市感冒药零售金额集中度情况

- 图表：中国主要城市感冒药零售数量集中度情况
- 图表：杭州感冒药销售金额及数量排名
- 图表：武汉感冒药销售排名
- 图表：成都感冒药销售排名
- 图表：南京感冒药销售排名
- 图表：沈阳感冒药销售排名
- 图表：中国主要城市感冒药类别销售金额比例
- 图表：中国主要城市感冒药类别销售数量比例
- 图表：中国主要城市感冒药类别销售渠道金额比例
- 图表：中国主要城市感冒药类别销售渠道数量比例
- 图表：中国主要城市不同剂型的感冒药销售金额比例
- 图表：中国主要城市不同剂型的感冒药销售数量比例
- 图表：中国主要城市城市铺货率前十名的感冒药品牌
- 图表：中国主要城市销售较好的排名前十名的感冒药
- 图表：中国主要城市药店中不同成分感冒药分布比例
- 图表：店员对排名前十位儿童感冒药的认知途径
- 图表：店员对10个品牌感冒药广告语的认知情况
- 图表：区别大人和儿童服用不同感冒药的必要性
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业企业数量及增长率分析 单位：个
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造企业总资产分析 单位：亿元
- 图表：2010年中国医药制造行业不同类型企业数量 单位：个
- 图表：2010年中国医药制造行业不同所有制企业数量 单位：个
- 图表：2010年中国医药制造行业不同类型销售收入 单位：千元
- 图表：2010年中国医药制造行业不同所有制销售收入 单位：千元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造产成品及增长分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造工业销售产值分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造出口交货值分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业销售成本分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业费用分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元
- 图表：2006-2010年5月中国医药制造行业主要盈利能力指标分析
- 图表：店员所知道的儿童感冒药前十位排名
- 图表：影响店员销售和评价感冒药的主要因素

- 图表：影响店员销售的主要因素评价情况
- 图表：六个销售较好的感冒药评价因素比较
- 图表：店员获取感冒药知识最主要的途径
- 图表：店员所接触的消费者购买前是否确定欲购品牌
- 图表：店员推荐感冒药产品的个数情况
- 图表：店员推荐一个感冒药产品而消费者没有接受，店员下一步的推荐举动
- 图表：店员最常推荐的十个感冒药品牌
- 图表：店员推荐感冒药的原因
- 图表：店员在何种情况下推荐感冒药
- 图表：对店员推荐影响较大的情况
- 图表：销售较好的感冒药出现断货的原因
- 图表：销售较好的感冒药断货后恢复供货的时间
- 图表：销售较好的感冒药是否出现过断货情况
- 图表：北京感冒药市场销售排名前十强
- 图表：2009年9月上海地区小儿感冒药销售所占份额排序
- 图表：宁波感冒药市场占比
- 图表：宁波感冒药市场价格情况
- 图表：宁波感冒药各剂型占比
- 图表：宁波感冒用中西药占比
- 图表：宁波感冒药市场产品排名
- 图表：宁波感冒药市场企业排名
- 图表：宁波感冒药市场泰诺家族市场份额走势
- 图表：宁波感冒药市场双黄连系列市场份额走势
- 图表：2010年2月广州各大药店幸福科达琳的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店999感冒灵颗粒价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店999感冒灵胶囊价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店日夜百服宁的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店白加黑的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店新康泰克（复方盐酸伪麻黄碱缓释胶囊）的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店新康泰克（美扑伪麻片）的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店泰诺（酚麻美敏片）的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店泰诺林的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店快克的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店仁和可立克的价格情况
- 图表：2010年2月广州各大药店必理通的价格情况

图表：2010年2月广州各大药店芬必得（布洛芬缓释胶囊）的价格情况

图表：2010年2月广州各大药店芬必得（布洛芬缓释片）的价格情况

图表：2010年2月广州各大药店维C银翘片的价格情况

图表：消费者的行为角色

图表：感冒药市场的主要细分变量

图表：感冒药的市场消费模式

图表：消费者选择感冒药时所考虑的因素

图表：以顾客为中心的营销策略图

图表：感冒药生产企业广告传播需发挥的功能

图表：中国主要感冒药用数量变化趋势

图表：中国主要省市感冒药用金额份额情况

图表：三种感冒药在主要城市用药情况

图表：主要城市感冒药用金额份额情况

图表：日夜百服宁市场份额走势

图表：泰诺感冒片市场份额走势

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司经营收入走势图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司负债情况图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司负债指标走势图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：东盛科技启东盖天力制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中美天津史克制药有限公司主要经济指标走势图

图表：中美天津史克制药有限公司经营收入走势图

图表：中美天津史克制药有限公司盈利指标走势图

图表：中美天津史克制药有限公司负债情况图

图表：中美天津史克制药有限公司负债指标走势图

图表：中美天津史克制药有限公司运营能力指标走势图

图表：中美天津史克制药有限公司成长能力指标走势图

图表：华润三九医药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：华润三九医药股份有限公司经营收入走势图

图表：华润三九医药股份有限公司盈利指标走势图

图表：华润三九医药股份有限公司负债情况图

图表：华润三九医药股份有限公司负债指标走势图

图表：华润三九医药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：华润三九医药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海强生制药有限公司主要经济指标走势图

图表：上海强生制药有限公司经营收入走势图

图表：上海强生制药有限公司盈利指标走势图

图表：上海强生制药有限公司负债情况图

图表：上海强生制药有限公司负债指标走势图

图表：上海强生制药有限公司运营能力指标走势图

图表：上海强生制药有限公司成长能力指标走势图

图表：海南亚洲制药集团主要经济指标走势图

图表：海南亚洲制药集团经营收入走势图

图表：海南亚洲制药集团盈利指标走势图

图表：海南亚洲制药集团负债情况图

图表：海南亚洲制药集团负债指标走势图

图表：海南亚洲制药集团运营能力指标走势图

图表：海南亚洲制药集团成长能力指标走势图

图表：长春海外制药集团有限公司主要经济指标走势图

图表：长春海外制药集团有限公司经营收入走势图

图表：长春海外制药集团有限公司盈利指标走势图

图表：长春海外制药集团有限公司负债情况图

图表：长春海外制药集团有限公司负债指标走势图

图表：长春海外制药集团有限公司运营能力指标走势图

图表：长春海外制药集团有限公司成长能力指标走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司经营收入走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司负债情况图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司负债指标走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：河北恒利集团制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司主要经济指标走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司经营收入走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司盈利指标走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司负债情况图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司负债指标走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司运营能力指标走势图

图表：吉林市吴太感康药业有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市海王药业有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市海王药业有限公司经营收入走势图

图表：深圳市海王药业有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市海王药业有限公司负债情况图

图表：深圳市海王药业有限公司负债指标走势图

图表：深圳市海王药业有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市海王药业有限公司成长能力指标走势图

图表：略

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/8855688556.html>