

2010-2015年中国防暑降温药品行业深度调研及投资前景分析报告

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年中国防暑降温药品行业深度调研及投资前景分析报告》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/baojianpin/7874378743.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

第一章 防暑降温药品的定义及分类

第一节 防暑降温药品的定义

- 一、医学定义
- 二、药理功用

第二节 防暑降温药品分类

- 一、按药理学分类
- 二、按制剂类型分类

第三节 市场上主要的防暑降温药品

第二章 2009-2010年中国防暑降温药品行业发展现状

第一节 中国防暑降温药品发展历史回顾

- 一、五千年中华医药文明史
- 二、传统中药医中暑

第二节 科技发展带来防暑降温药品行业革新

- 一、品种增多
- 二、科技含量增加
- 三、中西结合

第三节 国际市场发展掣肘多

- 一、现代化水平不高
- 二、国际化水平低
- 三、知识产权束缚
- 四、药品监管严格

第四节 中国防暑降温药品行业的发展周期分析

- 一、生命周期分析
- 二、成熟度分析
- 三、增长性与波动性

第三章 2009-2010年中国防暑降温药品行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、中国宏观经济环境走势良好
- 二、企业景气指数分析
- 三、居民消费者指数及其预期

第二节 国家政策环境分析

- 一、政府价格管制
- 二、药品招标采购集中、统一、透明、公开公正

三、国家鼓励自主创新与技术跟进

四、出口限制

第三节 医药行业认证分析

一、GMP认证

二、GAP认证

三、GLP认证

四、GSP认证

五、GCP认证

第四节 国外政策对中国防暑降温药品行业的影响

一、美国FDA认证

二、欧盟EDQM检验许可

第五节 技术环境分析

一、中国药企技术应用阶段

二、与国外差距分析

第六节 特殊环境分析

一、气候与天气----气候变暖、暑热难耐

二、人口---老龄人口增加、患病人群增大

三、健康意识----家中小药箱、有备无患

第四章 2009-2010年中国防暑降温药品行业供给分析

第一节 中国防暑降温药品市场现状

一、市场供给总体规模

二、市场供给产品结构

三、企业投资规模

四、企业地域分布

第二节 中国防暑降温药品市场主要产品及企业

一、主要产品

二、重点企业

第三节 政府价格管制对防暑降温药品市场供给的影响

一、小企业生存空间狭小

二、企业并购、寻求出路

第五章 2009-2010年中国防暑降温药品行业需求分析

第一节 影响中国防暑降温药品需求的因素

一、医生处方建议

二、非处方防暑降温药品

(一) 患者偏好

(二) 患者收入水平

(三) 产品价格与心理效应

(四) 广告、购物环境

(五) 药品特殊功用

第二节 市场上防暑降温药品的价格分析

一、不同种类产品价格

二、同种类不同品牌产品价格

第三节 2009-2010年中国防暑降温药品需求总量分析与预测

一、中国防暑降温药品五大热销品种

二、中国防暑降温药品十大热销品牌

三、中国防暑降温药品需求总量及市场容量

四、中国防暑降温药品市场需求结构

第四节 中国防暑降温药品重点需求人群分析

一、儿童

二、老人

三、室外工作者

第五节 中国防暑降温药品重点需求区域分析

一、城市地区

(一) 长江流域“七大火炉”-----重庆、武汉、南京、长沙、杭州、南昌、上海

(二) 黄河纬度区域-----北京、天津、石家庄、西安

二、农村地区

第六章 防暑降温药品营销策略分析

第一节 医药市场营销的十大黄金法则

一、需求创造原则

二、目标诉求原则

三、非价格竞争原则

四、流通网络化原则

五、企业主体性原则

六、科学认识市场原则

七、全面营销原则

八、推拉结合原则

九、社会责任原则

十、创新原则

第二节 中国防暑降温药品行业营销策略

一、广告策略-----赚钱不忘吆喝

- 二、价格策略-----谋利不在价位高低
- 三、营销渠道策略----找到源头水自来
- 四、品牌战略-----名声大身价也高

第三节 营销策略建议

- 一、塑造产品概念
- 二、注重终端展示
- 三、合理投放广告
- 四、加强科普炒作
- 五、选择优势渠道

第七章 2009-2010年中国防暑降温药品行业主要财务指标

第一节 中国防暑降温药品行业厂商基本情况

第二节 营运能力分析

- 一、2006---2009年防暑降温药品行业流动比率指标
- 二、2006---2009年防暑降温药品行业固定资产周转率指标
- 三、2006---2009年防暑降温药品行业流动资产周转率指标
- 四、2006---2009年防暑降温药品行业存货周转率指标

第三节 盈利能力分析

- 一、2006---2009年防暑降温药品行业资产报酬率指标
- 二、2006---2009年防暑降温药品行业股东权益报酬率指标
- 三、2006---2009年防暑降温药品行业销售净利率指标
- 四、2006---2009年防暑降温药品行业成本费用净利率指标

第四节 偿债能力分析

- 一、2006---2009年防暑降温药品行业资产负债率指标
- 二、2006---2009年防暑降温药品行业现金流量比率指标
- 三、2006---2009年防暑降温药品行业到期债务本息偿付比例指标
- 四、2006---2009年防暑降温药品行业负债股权比例指标

第五节 发展能力分析

- 一、2006---2009年防暑降温药品行业营业增长率指标
- 二、2006---2009年防暑降温药品行业资本积累率指标
- 三、2006---2009年防暑降温药品行业总资产增长率指标
- 四、2006---2009年防暑降温药品行业固定资产成新率指标

第八章 中国防暑降温药品市场重点产品推介

第一节 藿香正气水（胶囊）

- 一、市场份额
- 二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第二节 清凉油

一、市场份额

二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第三节 金银花

一、市场份额

二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第九章 中国防暑降温药品重点企业解读

第一节 三精制药

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

三、2009-2010年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 同仁堂集团

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

三、2009-2010年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 石家庄神威药业股份有限公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

三、2009-2010年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十章 2008---2010年防暑降温药品趋势预测及投资建议

第一节 2008---2010年防暑降温药品趋势预测

一、药品价格将下降

二、政府管理更加规范

三、企业的竞争将趋向于核心竞争能力的竞争

四、小医药企业将大量被收购、重组

五、新药和科技含量高的药品将占据市场制高点

六、医药市场的容量将有很大增加

第二节 权威专家建议

一、加快推进企业技术创新

二、加大产品开发力度

三、实施品牌发展战略

四、完善药品销售网络

图表目录：

图表：2007--2010国际经济总体态势及预测表

图表：2006--2009年中国GDP总量及其走势图

图表：2006--2009年中国企业景气指数走势图

图表：2006--2009年中国居民消费指数及其预期

图表：“十一五”期间城镇居民人均可支配收入增长表

图表：“十一五”期间城镇居民人均消费性支出

图表：“十一五”期间城镇居民家庭恩格尔系数走势（%）

图表：近年中药行业工业总产值增长状况

图表：近年中药工业利润增长状况

图表：2000—2009年全国夏季平均温度走势图

图表：四大火炉与七大火炉一览表

图表：2009年中国防暑降温药品产能表

图表：2007---2009年中国防暑降温药品五大热销品种

图表：2007---2009年中国防暑降温药品十大热销品牌

图表：2006---2009年防暑降温药品行业营运能力表

图表：2006---2009年防暑降温药品行业盈利能力表

图表：2006---2009年防暑降温药品行业偿债能力表

图表：2006---2009年防暑降温药品行业发展能力表

图表：2009-2010年三精制药主要财务数据和指标

图表：2009-2010年三精制药扣除的非经常性损益项目和涉及金额

图表：2009-2010年三精制药经营成果及财务状况

图表：2009-2010年三精制药占公司销售收入10%以上主营行业或产品的情况

图表：2009-2010年三精制药净资产收益率及每股收益

图表：2009-2010年三精制药主要会计数据及财务指标

图表：2009-2010年三精制药净资产收益率及每股收益

图表：2009-2010年三精制药非经常性损益项目

图表：2009-2010年三精制药合并利润

图表：2009-2010年同仁堂主要财务数据和指标

图表：2009-2010年同仁堂扣除的非经常性损益项目和涉及金额

图表：2009-2010年同仁堂经营成果及财务状况

图表：2009-2010年同仁堂占公司销售收入10%以上主营行业或产品的情况

图表：2009-2010年同仁堂净资产收益率及每股收益

图表：2009-2010年同仁堂主要会计数据及财务指标

图表：2009-2010年同仁堂净资产收益率及每股收益

图表：2009-2010年同仁堂非经常性损益项目

略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/7874378743.html>