

2013-2018年中国防暑降温 药品市场深度调研及投资盈利分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2018年中国防暑降温药品市场深度调研及投资盈利分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201308/97794.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

我国防暑降温药品市场潜在需求巨大。现如今，该类廉价药物停产应引起有关方面的足够重视。对于同一种原料药，应该积极引入多家生产企业，形成竞争机制，还要研究保持供求平衡；同时，应建立市场灵敏度高的成品药价格机制。

中企顾问发布的《2013-2018年中国防暑降温药品市场深度调研及投资盈利分析报告》共九章，对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合，并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

第一章 防暑降温药品概述

第一节 防暑降温药品简述

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 2013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

第三章中国防暑降温药品行业发展环境分析

第一节国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节中国防暑降温药品行业政策环境分析

第四章2013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2013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2013年中国防暑降温药品需求总量分析与预测

一、2013年中国防暑降温药品五大热销品种

二、2013年中国防暑降温药品十大热销品牌

三、2013年中国防暑降温药品需求总量及市场容量

四、2013年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

第三节专家营销策略建议

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

第八章中国防暑降温药品重点企业解读

第一节三精制药-----依托广告，强势出击

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节同仁堂集团----老牌名店，以质取胜

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节石家庄神威药业股份有限公司-----因为专注，所以成功

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章2013-2018年防暑降温药品趋势预测及投资建议

第一节2013-2018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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201308/97794.html>