

2017-2022年中国咽喉用药 产业深度调研与投资风险预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国咽喉用药产业深度调研与投资风险预测报告》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.abaogao.com/b/huaxue/G35327SLY5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

咽喉炎是由细菌引起的一种疾病，由于咽喉疾病属常见病和多发病，发病人群广，且慢性咽喉炎等疾病尚难彻底根治，这就使咽喉用药拥有庞大的消费群体与广阔的市场发展空间。作为OTC中的一个主流类别品种，咽喉用药的市场规模逐年上升。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国咽喉用药产业深度调研与投资风险预测报告》共九章。首先介绍了咽喉用药相关概念及发展环境，接着分析了中国咽喉用药规模及消费需求，然后对中国咽喉用药市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国咽喉用药面临的机遇及发展前景。您若想对中国咽喉用药有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 世界咽喉用药市场概况	16
第一节 咽概述	16
第二节 世界呼吸系统用药市场概况	17
第三节 世界咽喉用药otc市场情况	17
第四节 呼吸系统类药物市场预测	19
一、全球药品市场趋势分析	19
二、呼吸系统类药物市场预测	21
第二章 我国咽喉用药市场现状	23
第一节 2016年我国呼吸系统用药情况	23
第二节 2016年我国咽喉用药市场容量	25
第三节 2016年市场现状分析	26
一、咽喉口腔用药零售市场分析	26
二、用药地区市场	28
三、呼吸系统中成药市场分析	29
四、口含片市场分析	29

五、镇咳类药品市场浅析 29

六、平喘药物市场分析 30

七、枇杷膏市场分析 31

八、呼吸道用吸入剂市场 31

第四节 我国咽喉用药市场格局分析 32

一、我国咽喉用药主要竞争者市场份额 32

咽喉用药零售市场主要品牌排名 品名 OTC 国家医保 生产厂家 金嗓子喉片 √ , 甲类 山东、青海乙类 广西金嗓子药业 慢严舒柠颗粒 √ , 甲类 - 山西桂龙医药 复方草珊瑚含片 √ , 乙类 山东、青海乙类 江中药业 西瓜霜喷剂 √ , 甲类 山东乙类 桂林三金 西地碘含片(华素片) √ , 乙类 部分省区乙类 北京华素制药 黄氏响声丸 √ , 甲类 甲类 江苏无锡山禾药业 西瓜霜清咽含片 √ , 甲类 - 桂林三金 京都念慈庵枇杷糖 保健食品 - 香港京都念慈庵总厂 醋酸地塞米松粘贴片(意可贴) √ , 甲类 - 广东深圳太太药业 咽立爽口含滴丸 √ , 甲类 乙类 贵州黄果树立爽药业

二、市场增长性分析 32

三、各类别咽喉产品市场构成 33

四、重点城市市场竞争格局 34

五、主要品牌分析 35

第三章 2016年医院用药咽喉药分析 37

第一节 2016年我国医院市场整体经济及用药情况分析 37

一、2016年我国医院市场整体经济及用药情况 37

二、2016年我国医院用药销售排名情况分析 38

三、2016年呼吸系统药医院使用状况分析 38

第二节 2016年我国医院市场整体经济及用药情况分析 38

第四章 咽喉用药otc市场销售情况 39

第一节 2016年我国otc市场现状与发展前景 39

第二节 全国咽喉用药零售概况分析 41

一、我国药品零售企业现状分析 41

二、2016年咽喉用药零售情况分析 46

三、儿童用镇咳用药市场情况分析 47

第三节 各城市咽喉药中成药零售排行 48

一、深圳 48

二、长沙 48

三、广东 49

四、宁波 49

五、成都 49

六、武汉 50

第四节 2016年咽喉用药广告投放情况分析 50

第五章 咽喉用药消费者店员调查 51

第一节 咽喉用药消费者调查 51

一、对、咽、等常见病的态度 51

二、人们的医疗保健观念 53

三、购买药品的特点 54

四、影响选择购买咽喉用药的因素分析 55

五、对咽喉用药的认知程度调查 55

六、消费者了解咽喉用药的信息途径 56

七、广告印象最深的几种咽喉用药 56

第二节 销售店员调查 57

第六章 2016年主要咽喉用药产品及厂家竞争分析 59

第一节 金嗓子喉宝和广西金嗓子 59

一、咽喉用药的霸主——金嗓子喉宝 59

二、广西金嗓子有限责任公司 60

（一）企业偿债能力分析 62

（二）企业运营能力分析 64

（三）企业盈利能力分析 67

第二节 西瓜霜润喉片喷剂和桂林三金制药 68

一、三金西瓜霜——百年造化的喉口良药 68

二、三金药业——品牌造就强 71

（一）企业偿债能力分析 74

- (二) 企业运营能力分析 76
- (三) 企业盈利能力分析 79
- 第三节 复方草珊瑚含片和江中制药 80
 - 一、复方草珊瑚含片 80
 - 二、江中制药集团 82
 - 三、江西江中药业股份有限公司经营状况 85
 - (一) 企业偿债能力分析 85
 - (二) 企业运营能力分析 87
 - (三) 企业盈利能力分析 90
- 第四节 亿利甘草良咽和亿利集团 92
 - 一、亿利甘草良咽 92
 - 二、经营状况 93
 - (一) 企业偿债能力分析 93
 - (二) 企业运营能力分析 95
 - (三) 企业盈利能力分析 98
- 第五节 华素片和北京四环医药 99
 - 一、老牌化学咽喉用药——华素片 99
 - 二、北京华素制药 101
 - (一) 企业偿债能力分析 102
 - (二) 企业运营能力分析 104
 - (三) 企业盈利能力分析 107
- 第六节 咽立爽口含滴丸和贵州黄果树立爽药业 108
 - 一、咽立爽口含滴丸 108
 - 二、贵州黄果树立爽药业 110
 - (一) 企业偿债能力分析 111
 - (二) 企业运营能力分析 113
 - (三) 企业盈利能力分析 116
- 第七节 健民咽喉片和武汉健民药业 117
 - 一、健民咽喉片 117
 - 二、武汉健民药业集团 119
 - 三、经营状况 120
 - (一) 企业偿债能力分析 120

(二) 企业运营能力分析 122

(三) 企业盈利能力分析 124

第八节 银黄含片和地奥集团 126

(一) 企业偿债能力分析 127

(二) 企业运营能力分析 129

(三) 企业盈利能力分析 132

第九节 吴太片与桂龙慢咽舒宁市场争夺战 133

(一) 企业偿债能力分析 136

(二) 企业运营能力分析 138

(三) 企业盈利能力分析 141

(一) 企业偿债能力分析 142

(二) 企业运营能力分析 144

(三) 企业盈利能力分析 147

第七章 消费者分析 149

第一节 城乡otc市场消费心理对比 149

第二节 企业诱发消费者消费需求的几种途径 151

第三节 社区药品营销深度开发浅析 157

第八章 咽喉用药营销模式和渠道管理分析 160

第一节 外资在国内医药流通领域现状分析 160

第二节 2016年我国医药物流业现状及趋势分析 161

第三节 连锁药店的经营策略分析 164

一、经营环境 164

二、顾客需求 165

三、竞争策略 165

四、品牌差异化 166

五、扩张模式 167

六、平价药房的战略发展趋势 169

七、后营销时代otc市场如何动作 174

八、未来市场营销发展新趋势 176

第四节 品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析 180

第五节 精选案例 181

一、“金嗓子喉宝”的整合营销传播与推广 181

二、老品牌黄氏响声丸的迅速崛起的秘密 187

第九章 咽喉用药发展趋势与策略分析 194(ZY WZY)

第一节 otc药品市场的十大趋势 194

第二节 珍稀彝药咽舒欣终结咽喉顽疾 203

第三节 青霉素咽喉痛长疗程效果好 204

第四节 咽喉用药发展策略分析 205

一、品牌力 205

二、产品力 205

部分图表目录：

图表 1 Golbal Asthma/COPD Growth to 2015(Bn) 17

图表 2 2016年.呼吸系统用药中各亚类的市场份额 25

图表 3 2011-2016年我国咽喉用药行业市场规模及增长情况 25

图表 4 2011-2016年我国咽喉用药行业市场规模及增长对比 26

图表 5 中国咽喉用药十大品牌 26

图表 6 咽喉用制剂中成药畅销产品TOP10 27

图表 7 呼吸系统用药中各亚类终端分布情况 28

图表 8 我国止咳化痰类中成药前十大品牌 30

图表 9 鼻用制剂中成药畅销产品TOP10 31

图表 10 品类比较 33

图表 11 呼吸系统用药中各亚类终端分布情况 37

图表 12 OTC品牌企业的销售费用占营业收入的比例增加 40

图表 13 近3年广西金嗓子有限责任公司资产负债率变化情况 62

图表 14 近3年广西金嗓子有限责任公司产权比率变化情况 63

图表 15 近3年广西金嗓子有限责任公司固定资产周转次数情况 64

图表 16 近3年广西金嗓子有限责任公司流动资产周转次数变化情况 65

图表 17 近3年广西金嗓子有限责任公司总资产周转次数变化情况 66

图表 18 近3年广西金嗓子有限责任公司销售毛利率变化情况 67

图表 19 近3年桂林三金药业股份有限公司资产负债率变化情况 74

图表 20 近3年桂林三金药业股份有限公司产权比率变化情况 75
图表 21 近3年桂林三金药业股份有限公司固定资产周转次数情况 76
图表 22 近3年桂林三金药业股份有限公司流动资产周转次数变化情况 77
图表 23 近3年桂林三金药业股份有限公司总资产周转次数变化情况 78
图表 24 近3年桂林三金药业股份有限公司销售毛利率变化情况 79
图表 25 近3年江西江中药业股份有限公司资产负债率变化情况 86
图表 26 近3年江西江中药业股份有限公司产权比率变化情况 87
图表 27 近3年江西江中药业股份有限公司固定资产周转次数情况 88
图表 28 近3年江西江中药业股份有限公司流动资产周转次数变化情况 89
图表 29 近3年江西江中药业股份有限公司总资产周转次数变化情况 90
图表 30 近3年江西江中药业股份有限公司销售毛利率变化情况 91
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/G35327SLY5.html>