

2018-2024年中国药品行业 深度研究与市场前景预测报告

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

《2018-2024年中国药品行业深度研究与市场前景预测报告》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/qita/P289412QZU.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

伴随国际临床多中心数据获得认证（更多早期临床项目有望进入中国），以及国内仿制药一致性评价的推进，CRO 需求井喷。53 号征求意见稿中临床试验机构改为备案制（要求：PI 具备高级职称且参加过 3 个以上临床试验），可预见三甲医院及社会资本将积极参与，缓解临床资源瓶颈（目前仅 500 家左右），推动 CRO 企业业绩持续快速增长。

药审中心接受化药 IND 申请（2016）资料来源：公开资料，智研数据研究中心整理

国际多中心临床申请治疗领域分布（2016）资料来源：公开资料，智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国药品行业深度研究与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国药品行业市场发展环境、药品整体运行态势等，接着分析了中国药品行业市场运行的现状，然后介绍了药品市场竞争格局。随后，报告对药品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国药品行业发展趋势与投资预测。您若想对药品产业有个系统的了解或者想投资中国药品行业，本报告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 国内药品行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、产品/行业定义

1、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、药品行业相关政策分析

第四节 药品行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析
- 第五节 药品行业技术环境特征

第二章 国内药品行业品牌产品市场规模分析

- 第一节2014-2017年药品市场规模分析
- 第二节2017年我国药品区域结构分析
- 第三节药品区域市场规模分析
 - 一、东北地区市场规模分析
 - 二、华北地区市场规模分析
 - 三、华东地区市场规模分析
 - 四、华中地区市场规模分析
 - 五、华南地区市场规模分析
 - 六、西部地区市场规模分析
- 第四节2018-2024年药品市场规模预测

第三章 国内药品行业品牌需求与消费者偏好调查

- 第一节2014-2017年药品产量统计分析
- 第二节2014-2017年药品历年消费量统计分析
- 第二节2014-2017年国内药品行业品牌产品平均价格走势分析
- 第三节药品产品目标客户群体调查
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查
 - 三、不同地区的消费者偏好调查
- 第四节药品产品的品牌市场调查
 - 一、消费者对药品品牌认知度宏观调查
 - 二、消费者对药品产品的品牌偏好调查
 - 三、消费者对药品品牌的首要认知渠道
 - 四、消费者经常购买的品牌调查
 - 五、药品品牌忠诚度调查

六、药品品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内药品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对药品行业品牌发展的重要性

第三节药品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节2014-2017年中国药品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节2017年国内药品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章 国内药品行业进出口市场情况分析

第一节2014-2017年国内药品行业进出口量分析

- 一、2014-2017年国内药品行业进口分析
- 二、2014-2017年国内药品行业出口分析

第二节2018-2024年国内药品行业进出口市场预测分析

- 一、2018-2024年国内药品行业进口预测
- 二、2018-2024年国内药品行业出口预测

第六章 国内药品行业优势品牌企业分析

第一节 国药控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第二节 中国海王星辰连锁药店有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第三节 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第四节 上海医药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第五节 重庆桐君阁股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第六节 广东大参林连锁药店有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第七章 国内药品行业品牌竞争格局分析

第一节 药品行业历史竞争格局概况

一、药品行业集中度分析

二、药品行业竞争程度分析

第二节 药品行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2018-2024年国内药品行业品牌竞争格局展望

第八章 2018-2024年国内药品行业品牌发展预测

第一节2018-2024年药品行业品牌市场财务数据预测

一、2018-2024年药品行业品牌市场规模预测

二、2018-2024年药品行业总产值预测

三、2018-2024年药品行业利润总额预测

四、2018-2024年药品行业总资产预测

第二节2018-2024年药品行业供需预测

一、2018-2024年药品产量预测

二、2018-2024年药品需求预测

三、2018-2024年药品供需平衡预测

五、2018-2024年主要药品产品进出口预测

第三节2018-2024年药品行业投资机会

一、2018-2024年药品行业主要领域投资机会

二、2018-2024年药品行业出口市场投资机会

三、2018-2024年药品行业企业的多元化投资机会

第四节影响药品行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响药品行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响药品行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响药品行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国药品行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国药品行业发展面临的机遇分析

第五节药品行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2024年药品行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年药品行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年药品行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年药品行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年药品行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年药品行业其他风险及控制策略

第九章 2018-2024年国内药品行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节药品行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节药品行业投资价值分析

一、2018-2024年药品市场趋势总结

二、2018-2024年药品发展趋势分析

三、2018-2024年药品市场发展空间

四、2018-2024年药品产业政策趋向

五、2018-2024年药品技术革新趋势

六、2018-2024年药品价格走势分析

第四节药品行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节药品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十章 业内专家对国内药品行业总结及企业经营战略建议 (ZY GXH)

第一节药品行业问题总结

第二节2018-2024年药品行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2018-2024年药品行业企业的资本运作模式

一、药品行业企业国内资本市场的运作建议

1、药品行业企业的兼并及收购建议

2、药品行业企业的融资方式选择建议

二、药品行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2018-2024年药品行业企业营销模式建议

一、药品行业企业的国内营销模式建议

1、药品行业企业的渠道建设

2、药品行业企业的品牌建设

二、药品行业企业海外营销模式建议

1、药品行业企业的海外细分市场选择

2、药品行业企业的海外经销商选择

第五节药品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略（ZY GXH）

部分图表目录：

图表2014-2017年药品市场规模变化

图表2014-2017年药品市场规模变化图

图表2017年药品市场产量区域分布图

图表2017年药品市场产量区域分布图

图表2014-2017年东北地区药品销售收入变化

图表2014-2017年东北地区药品销售收入变化图

图表2014-2017年华北地区药品销售收入变化

图表2014-2017年华北地区药品销售收入变化图

图表2014-2017年华东地区药品销售收入变化

图表2014-2017年华东地区药品销售收入变化图

图表2014-2017年华中地区药品销售收入变化

图表2014-2017年华中地区药品销售收入变化图

图表2014-2017年华南地区药品销售收入变化
图表2014-2017年华南地区药品销售收入变化图
图表2014-2017年西部地区药品销售收入变化
图表2014-2017年西部地区药品销售收入变化图
图表2018-2024年药品市场规模预测图
图表2014-2017年药品产量变化 -
图表2014-2017年药品产量变化图
图表2014-2017年药品消费量变化
图表2014-2017年药品消费量变化图
图表调研样本说明
图表药品产品采购人员年龄调查
图表2017年不同地区客户消费特征调查
图表2017年消费者对药品品牌认知度调查
图表2017年消费者对药品的品牌偏好调查
图表2017年消费者对药品的品牌偏好调查
图表2017年消费者对药品品牌的首要认知渠道调查
图表2017年份消费者经常买的药品品牌调查
图表2017年份消费者经常买的品牌调查
图表2017年消费者品牌忠诚度调查
图表2017年消费者品牌忠诚度调查 -
图表2017年药品牌市场占有率
图表2017年药品消费者性别比例调查分析
图表消费者升级药品的频率分析
图表药品消费者产品价格认同情况调查分析
图表药品产品包装影响程度分析
图表药品产品品牌的影响程度分析
图表药品产品购买场所分布图
图表药品产品广告影响程度分析
图表药品产品包装影响程度分析
图表药品行业成本构成
图表2014-2017年药品进口统计表
图表2014-2017年药品进口分析

图表2014-2017年药品出口统计表

图表2014-2017年药品出口分析

图表2018-2024年药品进口预测图

图表2018-2024年药品出口预测图

图表2014-2017年公司一效益指标分

图表2014-2017年公司一在药品的市场占有率分析

图表2017年我国药品市场集中度分析

图表2018-2024年药品产量预测图-

图表2018-2024年我国药品行业总资产预测图

图表2018-2024年我国药品产值预测图

图表2018-2024年我国药品行业销售收入预测图

图表2017年我国药品行业盈利能力情况

图表2017年我国药品行业偿债能力情况

图表2017年我国药品行业发展能力情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/P289412QZU.html>