

2016-2022年中国咽喉用药 市场研究与未来前景预测报告

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

《2016-2022年中国咽喉用药市场研究与未来前景预测报告》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/zhongyao/R43802PVH0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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。

咽喉用药零售市场以中成药品牌为主导，金嗓子喉片居首位，金嗓子喉片最大的成功在于剂型的改善。在金嗓子喉片上市之前，市面上的咽喉含片均为药粉压制而成，一含即溶，很难在咽喉部保持较长时间药效，而润喉糖则无治疗作用，金嗓子药业则刚好结合了二者的优点，推出了中间型产品。另外，“金嗓子”这一名字很容易让患者联想到它是用来治疗咽喉疾病的。上述两大优势使得金嗓子喉片在咽喉用药零售市场脱颖而出，成为第一大品牌。

《2016-2022年中国咽喉用药市场研究与未来前景预测报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了咽喉用药行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国咽喉用药行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国咽喉用药行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 2015年世界咽喉用药市场运行透析

第一节 2015年世界咽喉用药市场运行环境

一、世界经济景气度分析

二、世界医药产业运行分析

三、世界咽喉疾病及发病率分析

第二节 2015年世界咽喉用药市场走势分析

一、世界呼吸系统用药市场规模及容量分析

二、世界咽喉用药OTC市场情况

三、世界咽喉用药新药研发进展

四、世界咽喉用药市场销售情况分析

第四节 2016-2022年世界咽喉用药发展趋势预测

第二章 2015年中国咽喉用药行业市场发展环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国医药产业运行状况
- 三、咽喉用药在产业链中的地位
- 四、消费价格指数分析
- 五、城乡居民收入分析
- 六、社会消费品零售总额
- 七、全社会固定资产投资分析
- 八、进出口总额及增长率分析

第二节 2015年中国咽喉用药市场政策环境分析

- 一、新医疗改革政策点解读
- 二、咽喉用药等市场管理
- 三、其综相关法律、法规

第三章 2015年中国咽喉用药疾病及发病率分析

第一节 咽喉口腔疾病特点

- 一、急性咽喉炎
- 二、慢性咽喉炎
- 三、口腔溃疡

第三节 咽喉用药患者病因分析

- 一、感冒、咽喉炎
- 二、烟酒过度
- 三、用嗓过度
- 四、其它

第四节 咽喉疾病的患病率呈逐年上升势头及影响因素

- 一、人们生活（空调）、工作环境、饮食环境
- 二、人们饮食习惯、气候变化
- 三、环境污染

第四章 2015年中国咽喉用药市场深度剖析

第一节 2015年中国咽喉用药市场总况

- 一、咽喉用药市场规模分析
- 二、咽喉用药市场容量及增长情况
- 三、春冬两季高发咽喉炎 直接作用剂型咽喉用药受宠
- 四、治疗咽喉疾病处方用药浅谈

第二节 2015年中国咽喉用药热点产品市场透析

- 一、咽喉口腔用药零售市场分析
- 二、口腔溃疡用药地区市场
- 三、呼吸系统中成药市场分析
- 四、口含片市场分析
- 五、镇咳类药品市场浅析
- 六、平喘药物市场分析
- 七、枇杷膏市场分析
- 八、呼吸道用吸入剂市场

第三节 2015年中国咽喉药市份额

- 一、广西“金嗓子”
- 二、西瓜霜含片及喷剂
- 三、江中草珊瑚
- 四、华素片
- 五、黄氏响声丸
- 六、健民咽喉片
- 七、咽利爽滴丸

第五章 2015年中国咽喉用药细分终端市场深度聚焦

第一节 2015年我国呼吸系统用药情况及关联度分析

第二节 2015年中国咽喉用药OTC市场销售情况

- 一、我国OTC市场现状与发展前景
- 二、全国咽喉用药零售情况分析
- 三、咽喉用药化学药零售市场销售情况
- 四、咽喉用药中成药零售情况分析
- 五、主要城市药品零售情况
- 六、儿童用镇咳用药市场情况分析

第三节 2015年医院用药咽喉药分析

一、2015年我国医院市场整体经济及用药情况分析

二、2015年我国医院用药销售排名情况分析

二、2015年呼吸系统药医院使用状况分析

第六章 2015年中国咽喉用药市场营销解析

第一节 2015年中国咽喉用药营销模式和渠道管理分析

一、咽喉用药的网络营销效果分析

二、全国及主要城市咽喉用药广告监测情况

1、北京

2、南京

3、广州

4、重庆

5、青岛

第二节 咽喉药新秀产品

一、亿利甘草良咽营销案例解析

1、细分市场

2、特有的营销策略——“吸烟引起的喉部不适”

二、江中草珊瑚含片的同门兄弟——江中亮嗓也主打烟民市场

三、桂龙药业的慢咽舒宁

四、华素片

第三节 咽喉用药市场营销策略分析

一、“新境界”的品牌传播策略

二、如何开发OTC市场

第七章 2015年中国咽喉用药市场消费调研

第一节 消费者基本概况

一、对感冒、咽喉炎、扁桃体炎等常见病的治疗态度

二、人们的医疗保健观念及医疗消费与支出

三、对咽喉用药的认知程度

四、消费者了解咽喉用药的信息途径

五、广告印象对消费者的影响

第二节 消费者消费心理及需求分析

- 一、城乡OTC市场消费心理对比
- 二、企业诱发消费者消费需求的几种途径
- 三、社区药品营销深度开发浅析

第三节 消费者购买倾向

- 一、非疾病式咽部不适消费者倾向于购买保健型的咽喉药
- 二、疾病式咽部不适

第四节 影响消费者选购利咽药的因素分析

- 一、疗效
- 二、产品知名度
- 三、药店店员的推荐和口碑传播
- 四、价格——高价策略优势

第八章 咽喉用药营销模式和渠道管理分析

第一节 外资在国内医药流通领域现状分析

第二节 2015年度我国医药物流业现状及趋势分析

第三节 连锁药店的经营策略分析

- 一、经营环境
- 二、顾客需求
- 三、竞争策略
- 四、品牌差异化
- 五、扩张模式
- 六、平价药房的战略发展趋势
- 七、后营销时代OTC市场如何动作
- 八、未来市场营销发展新趋势

第四节 品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析

第五节 精选案例

- 一、“金嗓子喉宝”的整合营销传播与推广
- 二、老品牌黄氏响声丸的迅速崛起的秘密

第九章 2015年中国咽喉用药竞争新格局透析

第一节 2015年中国咽喉用药用市场竞争分析

一、咽喉用药市场竞争激烈

二、群雄逐鹿硝烟四起

三、突破竞争开创蓝海

四、管理到位渠道为王

五、全力以赴决胜终端

第二节 2015年中国咽喉用药市场竞争力分析

一、本土品牌企业整合，提高竞争

二、健康个性是竞争卖点

三、从包装到“内容”的惨烈市场竞争

第三节 2015年中国咽喉用药市场集中度分析

第四节 2016-2022年中国咽喉用药竞争趋势及提升竞争力策略

第十章 2015年中国咽喉用药重点品牌企业运行关键性财务指标分析（企业可自选）

第一节 武汉健民药业集团股份有限公司

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 桂林三金药业股份有限公司（西瓜霜系列）

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 江西江中药业股份有限公司（草珊瑚系列）

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

第四节 广西金嗓子有限责任公司（金嗓子喉宝）

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

第五节 桂龙药业（慢严舒柠颗粒）

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

第六节 吉林市吴太感康药业有限公司（吴太咽炎片）

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

第七节 北京华素制药股份有限公司（华素片）

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

第八节 贵州黄果树立爽药业(咽立爽口含滴丸)

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

第九节 成都地奥集团有限公司(银黄含片)

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

第十节 四川蜀中药业(玄麦甘桔颗粒)

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

第十一节 宁夏多维药业(玄麦甘桔颗粒)

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(zyyzg)

第十一章 2016-2022年中国咽喉用药前景预测分析

第一节 2016-2022年中国医药产业前景预测

第二节 2016-2022年中国咽喉用药产业新趋势探析

一、OTC药品市场营销的十大趋势分析

二、咽喉用药竞争格局预测预测分析

三、咽喉用药新药研发趋势预测分析

四、咽喉用药市场营销趋势预测分析

第三节 2016-2022年中国咽喉用药产业市场预测分析

一、咽喉用药市场规模预测

二、咽喉用药市场盈利预测分析

第十二章 2016-2022年中国咽喉用药投资价值研究

第一节 2015年中国咽喉用药投资概况

一、咽喉用药投资环境分析

二、咽喉用药投资特性分析

第二节 2016-2022年中国咽喉用药行业投资机会分析

一、中国咽喉用药市场投资热点分析

二、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2016-2022年中国咽喉用药行业投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、进退入风险

四、其它风险

第四节 投资观点分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/R43802PVH0.html>