



艾凯咨询
ICAN Consulting

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

一、调研说明

《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》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/146305.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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：<https://www.icandata.com/view/146305.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。