



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年口服液市场供需预测与投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年口服液市场供需预测与投资战略研究报告》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/207520.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

口服液具有服用剂量小、吸收较快、质量稳定、携带和服用方便、易保存等优点，尤其适合工业化生产。有些品种可适于中医急症用药，如四逆汤口服液、银黄口服液，故近几年来多将片剂、颗粒剂、丸剂、汤剂、中药合剂、注射剂等改制成口服液，使之成为药物制剂中发展较快的剂型之一。但口服液的生产设备和工艺条件要求都较高，成本较昂贵。在低迷的世界经济大环境中，中国经济一枝独秀，持续保持较快的增长速度；中国民众在生活日益富裕以后，越来越关注健康，舍得为健康投资；在经济发展的同时，中国政府更加关注民生，推行新医改三年，在医药健康领域加大投入。所有这些因素，使中国的健康产业以远高于世界平均水平的速度增长。中国的OTC产业同样成为世界市场上不多的亮点之一，从2000年我国正式施行药品分类管理至今，10年间，中国OTC市场规模增长了近5倍，到2011年达到1400亿元，预计到2014年将达到1923亿元。预测到2020年，中国将成为世界最大的OTC市场，成为带动世界健康产业发展的主要力量。

抗病毒口服液对预防和治疗流行性疾病效果显著，产品供不应求，市场容量快速增加。相关资料表明：我国抗病毒口服液的市场销售规模不断增长，2011年抗病毒口服液市场规模达到6.76亿元，三年来我国抗病毒口服液市场规模复合年平均增长率为35.36%。而目前我国抗病毒口服液市场生产企业有20多家。凭着优质的产品质量及完善的营销体系，“香雪”抗病毒口服液在市场上始终占据领先地位。在2011年的抗病毒口服液的市场上，“香雪”抗病毒口服液市场份额高达52.80%，远远高出其他厂家的抗病毒口服液市场份额。前十名品牌的市场份额更是高达91.05%。未来影响我国抗病毒口服液等自我药疗产业发展的主要因素：首先是民众对于自我保健和负责任的自我药疗知识的掌握，以及有待完善的OTC法规的发展。当然，其他因素诸如药品研发能力，国家药品政策，以及疾病谱的发展等也对自我药疗产业的发展起着不同程度的作用。通过“自我药疗”知识的相关普及，公众对自身健康管理的主动权将得以增强，并对医患之间信息不对称具有一定改善意义。而随着民众对自我药疗概念的理解，对自身健康情况的重视，以及国家相应政策法规的支持，在未来的20年内，自我药疗产业将持续快速发展。研究结论看好抗病毒口服液行业的发展前景。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年口服液市场供需预测与投资战略研究报告》共十七章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家食品药品监督管理局、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国医药商业协会、中国中药协会、中国产业研究报告网、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本口服液行业报告，首先介绍口服液的定义、分类等，然后分析口服液行业的发展现状，

接着分析口服液的发展情况。随后阐述口服液行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析口服液行业的发展前景与趋势，同时研究部对口服液行业进行全面的投资分析。本报告是口服液行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

第一章 口服液行业现状分析

第一节 口服液的概述

一、口服液的定义

二、口服液的制法及工艺要求

第二节 口服液的使用

一、口服液的用途

二、口服液的用途

三、口服液使用注意

第三节 口服液产业链介绍

一、口服液上游产业链

二、口服液中、下游产业链

第二章 中国口服液行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国口服液行业政策环境分析

一、口服液行业标准

二、口服液行业相关政策

三、口服液药品类政策

第三节 2011-2012年中国口服液行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 投融资发展环境

- 一、金融开放
- 二、金融财政政策
- 三、金融货币政策
- 四、外汇政策
- 五、银行信贷政策
- 六、股权债券融资政策

第三章 全球口服液行业发展分析

第一节 2011-2012年全球口服液市场分析

- 一、全球口服液市场分析
- 二、全球口服液市场需求分析

第二节 2011-2012年全球主要国家口服液市场发展分析

- 一、全球主要国家口服液市场特点分析
- 二、全球主要国家口服液市场发展规模
- 三、全球主要国家口服液市场发展状况

第四章 中国口服液行业发展现状分析

第一节 2011-2012年口服液行业发展现状

- 一、口服液行业发展概况
- 二、口服液行业生产状况分析

第二节 2011-2012年口服液企业发展分析

- 一、口服液企业发展动态分析
- 二、口服液企业发展存在的问题
- 三、口服液企业战略发展分析

第三节 2011-2012年口服液行业经济运行分析

- 一、2011-2012年口服液行业产值分析
- 二、2011-2012年口服液行业效益分析
- 三、2011-2012年口服液行业进口分析
- 四、2011-2012年口服液行业出口分析

第四节 2011-2012年口服液市场发展分析

- 一、2011年口服液市场分析

二、2011年口服液市场变化分析

三、2012-2016年口服液市场走势分析

第五节 口服液行业面临的挑战及发展建议

一、口服液行业发展面临的难题

二、口服液行业发展建议

第五章 中国口服液消费市场分析

第一节 2011-2012年口服液消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 2011-2012年口服液消费者对口服液选择的调查

一、消费者对口服液种类的选择率调查

二、消费者对口服液品牌选择的调查

三、消费者对口服液消费满意度调查

四、消费者对口服液产品要求和建议

第三节 2011-2012年口服液行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第四节 2011-2012年口服液市场消费者费渠道分析

一、连锁药店、社区药店

二、普通商场、超市

三、医院

四、批发市场

五、其他渠道

第六章 中国口服液行业市场营销战略分析

第一节 口服液企业营销分析

- 一、口服液市场营销现状
- 二、口服液品牌成功因素分析
- 三、口服液企业营销战略研究
- 第二节 口服液营销渠道分析
 - 一、口服液销售渠道构成
 - 二、口服液营销渠道策略分析
- 第三节 口服液行业营销策略分析

第七章 中国口服液行业数据分析

- 第一节 2010-2012年中国口服液制造行业总体数据分析
 - 一、2010年中国口服液制造行业全部企业数据分析
 - 二、2011年中国口服液制造行业全部企业数据分析
 - 三、2012年1-3月中国口服液制造行业全部企业数据分析
- 第二节 2010-2012年中国口服液制造行业不同规模企业数据分析
 - 一、2010年中国口服液制造行业不同规模企业数据分析
 - 二、2011年中国口服液制造行业不同规模企业数据分析
 - 三、2012年1-3月中国口服液制造行业不同规模企业数据分析
- 第三节 2010-2012年中国口服液制造行业不同所有制企业数据分析
 - 一、2010年中国口服液制造行业不同所有制企业数据分析
 - 二、2011年中国口服液制造行业不同所有制企业数据分析
 - 三、2012年1-3月中国口服液制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国口服液药品行业发展分析

- 第一节 2011-2012年口服液行业发展现状
 - 一、口服液行业的发展史
 - 二、口服液市场变化分析
 - 三、口服液质量情况分析
 - 四、口服液市场现状分析
- 第二节 2011-2012年口服液市场供需分析
 - 一、口服液产值分析
 - 二、口服液需求分析
 - 三、影响口服液市场需求的因素

第三节 口服液行业产量分析

- 一、2000-2012年口服液产量分析
- 二、2011年产能配置与产能利用率调查
- 三、2012-2016年口服液产量预测

第九章 中国口服液行业发展分析

第一节 2011-2012年口服液市场发展分析

- 一、口服液发展分析
- 二、口服液市场发展有利因素分析
- 三、口服液市场消费特点分析

第二节 2011-2012年口服液出口状况分析

- 一、口服液出口数量及金额分析
- 二、口服液主要出口市场分析

第三节 2011-2012年口服液行业存在的问题及对策

- 一、口服液产品问题分析
- 二、口服液行业存在的问题
- 三、：针对口服液的解难
- 四、口服液行业品牌策略分析

第十章 中国口服液行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年口服液行业竞争结构分析

- 一、口服液种类品牌竞争
- 二、口服液技术创新竞争
- 三、口服液销售渠道竞争

第二节 2011-2012年口服液区域市场格局分析

第十一章 中国口服液市场竞争分析

第一节 2011-2012年口服液行业集中度分析

- 一、口服液市场集中度分析
- 二、口服液区域集中度分析
- 三、口服液企业集中度分析

第二节 2011-2012年口服液市场竞争分析

- 一、口服液市场竞争现状分析
- 二、口服液企业竞争动态分析
- 三、口服液行业竞争策略研究

第十二章 我国主要口服液行业重点企业分析

第一节 哈药集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第二节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第三节 仁和药业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第四节 河南福森药业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第五节 江苏恒瑞医药股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析

三、2011-2012年企业财务分析

四、2011-2012年经营情况分析

五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第六节 浙江仙琚制药股份有限公司

一、企业基本情况

二、2010-2012年企业发展状况分析

三、2011-2012年企业财务分析

四、2011-2012年经营情况分析

五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第七节 葵花药业集团医药有限公司

一、企业基本情况

二、2010-2012年企业发展状况分析

三、2011-2012年企业财务分析

四、2011-2012年经营情况分析

五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

第十三章 中国口服液行业发展前景分析

第一节 2012-2016年口服液市场发展前景分析

一、2012-2016年口服液市场发展潜力分析

二、2012-2016年口服液市场发展前景分析

第二节 2012-2016年口服液产品市场发展前景分析

第十四章 中国口服液行业发展趋势分析

第一节 对口服液市场发展预测

一、2012-2016年口服液市场供给预测

二、2012-2016年口服液市场销量预测

三、2012-2016年口服液市场规模预测

第二节 2012-2016年口服液市场发展趋势

一、2012-2016年口服液行业发展趋势

二、2012-2016年口服液市场发展趋势

第十五章 口服液整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年口服液行业发展规划分析

一、口服液行业发展机会分析

二、口服液行业发展机遇分析

三、口服液行业发展规划分析

第二节 2012-2016年口服液行业发展规划分析

一、口服液行业发展机会分析

二、口服液行业发展机遇分析

三、口服液行业发展规划分析

第十六章 中国口服液行业投资分析

第一节 2012-2016年口服液行业投资分析

一、口服液市场投资现状

二、口服液市场投资机会分析

三、对口服液市场投资分析

第二节 2012-2016年口服液行业投资风险分析

一、2012-2016年口服液行业市场风险预测

二、2012-2016年口服液行业政策风险预测

三、2012-2016年口服液行业经营风险预测

四、2012-2016年口服液行业竞争风险预测

五、2012-2016年口服液行业其他风险预测

第三节 2012-2016年口服液行业投资战略分析

一、口服液市场投资策略分析

二、口服液细分市场投资策略分析

三、对口服液行业的投资建议

第十七章 中国口服液行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、口服液价格策略分析

二、口服液渠道策略分析

第二节 对我国口服液品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、口服液实施品牌战略的意义

三、口服液企业品牌的现状分析

四、我国口服液企业的品牌战略

五、口服液品牌战略管理的策略

第三节 口服液企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

图表目录

图表：口服液产业链分析

图表：全球口服液市场规模

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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：2009-2012年全球预防性口服液市场规模及趋势

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司每股净资产与每股公积金

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司稀释每股收益

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司毛利润与扣非净利润

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司货币资金与应收账款

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司存货与流动资产合计

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司累计折旧

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司固定资产

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司无形资产与资产总计

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司应付账款与其他应收款

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司长期负债合计与负债合计

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司实收资本与资本公积金

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司盈余公积金

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司股东权益合计

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司流动比率

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司营业收入与营业成本

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司营业利润

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司销售费用与财务费用

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司管理费用与投资收益

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司利润总额与所得税

图表：2011-2012年哈药集团股份有限公司毛利率与净利率

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股净资产与每股公积金

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司稀释每股收益

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利润与扣非净利润

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司货币资金与应收账款

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货与流动资产合计

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司累计折旧

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司固定资产

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司无形资产与资产总计

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司应付账款与其他应收款

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司长期负债合计与负债合计

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司实收资本与资本公积金

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司盈余公积金

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司股东权益合计

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司流动比率

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业收入与营业成本

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业利润

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司销售费用与财务费用

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司管理费用与投资收益

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司利润总额与所得税

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利率与净利率

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司每股净资产与每股公积金

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司稀释每股收益

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司毛利润与扣非净利润

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司货币资金与应收账款

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司存货与流动资产合计

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司累计折旧

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司固定资产

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司无形资产与资产总计

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司应付账款与其他应收款

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司长期负债合计与负债合计

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司实收资本与资本公积金

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司盈余公积金

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司股东权益合计

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司流动比率

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司营业收入与营业成本

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司营业利润

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司销售费用与财务费用

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司管理费用与投资收益

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司利润总额与所得税

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司毛利率与净利率

略……

通过《2012-2016年口服液市场供需预测与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/207520.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提供专业投资咨询报告、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。