



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年感冒药终端市场专项调研及投资方向研究报告

一、调研说明

《2012-2016年感冒药终端市场专项调研及投资方向研究报告》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/209002.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

目前全国6000多家制药企业中，起码有20%在做感冒药，市面上感冒药品种高达百种以上。据调查：我国每年约有75%的人至少患一次感冒。也就是说，每年有近10亿人至少需用一次感冒药，按每次平均用药15元~20元推算，治疗感冒的药物，至少每年有150亿~200亿元的市场空间。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年感冒药终端市场专项调研及投资方向研究报告》共十五章。首先介绍了感冒药行业相关概述、中国感冒药行业运行环境等，接着分析了中国感冒药市场发展现状，然后介绍了中国感冒药细分市场运行、中国感冒药生产企业的营销状况。随后，报告对中国感冒药重点企业竞争性财务数据做了分析，最后分析了中国感冒药行业发展趋势及投资前景。您若想对感冒药产业有个系统的了解或者想投资感冒药行业，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家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。

第一章 感冒药行业相关概述

第一节 对症疗法

- 一、解热镇痛药
- 二、鼻黏膜血管收缩药
- 三、组胺拮抗剂
- 四、中枢兴奋药
- 五、抗病毒药
- 六、提高机体免疫力药

第二节 中药治疗

- 一、风寒型感冒
- 二、风热型感冒
- 三、暑热型感冒

第三节 其它治疗原则分析

- 一、自愈治疗
- 二、控制感染

三、加强体育锻炼，增加身体的抵抗力

四、感冒用药在连续服用1周后症状仍未消失者应向医生咨询

第二章2012年中国感冒药行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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2012年中国感冒药行业政策环境分析

一、感冒药政策分析

二、中国医药卫生体制改革

三、新医改对感冒药行业的影响

九、中国医药产业在国民经济中的地位

第三节2012年中国感冒药行业社会环境分析

一、人们自我保健防患意识加强

二、居民的各种消费观念和习惯

三、人口环境分析

四、医疗环境分析

五、中国居民医疗消费水平

第三章 2012年中国感冒药市场发展现状分析

第一节2012年中国感冒药市场现状分析

一、感冒药市场规模

二、市场容量

三、政策分析

四、感冒药市场的品牌集中度

五、感冒药市场的零售主体

六、感冒药市场主要品牌的铺货率

第二节2012年中国感冒药市场成长性

一、拉动力量

二、推动力量

三、行业利润率和进入障碍

第三节2012年中国感冒药零售市场分析

一、中低价位感冒药市场分析

二、感冒药剂型市场分析

三、感冒药化学药市场分析

四、感冒药品种分析

第四节 我国感冒药市场危机的剖析

一、感冒药危机的起因

二、我国感冒药主要成分的安全性

三、对我国感冒药市场造成的影响

四、我国感冒药企业的应对策略

第四章 2009-2011年中国医药制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国医药制造行业总体数据分析

一、2009年中国医药制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国医药制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国医药制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

第五章2009-2011年中国医药市场产量数据统计分析

第一节 2009年中国医药市场产量数据分析

一、2009年全国医药市场产量数据分析

二、2009年医药市场重点省市数据分析

第二节 2010年中国医药市场产量数据分析

一、2010年全国医药市场产量数据分析

二、2010年医药市场重点省市数据分析

第三节 2011年中国医药市场产量数据分析

一、2011年全国医药市场产量数据分析

二、2011年医药市场重点省市数据分析

第六章2012年中国感冒药消费者分析

第一节 感冒药消费者购买行为分析

一、我国感冒药市场的消费特征

二、消费者对各种感冒药的认可度

三、消费者对感冒药品牌关注

四、消费者对感冒药忠诚度分析

五、消费者对感冒药的价格敏感度分析

六、感冒药广告对消费者影响分析

第二节 感冒药市场购买行为分析

一、影响消费者购买行为的因素

二、消费者治疗感冒的方法

三、消费者治疗感冒的花费

四、消费者青睐主流感冒药品牌

五、主流感冒药品牌形象特色鲜明

第七章2012年中国感冒药细分市场运行分析

第一节 解热镇痛药

一、中国解热镇痛药现状分析

二、中国解热镇痛药发展存在的问题分析

三、解热镇痛药原料药生产情况

四、解热镇痛药发展走势及策略

五、2012年阿司匹林市场分析

六、扑热息痛市场分析

七、萘普生市场分析

八、布洛芬市场分析

第二节 抗组胺药

一、氯雷他市场分析

二、市场规模走向

- 三、开瑞坦市场份额分析
- 四、新生代产品加入竞争行列
- 五、2015年全球抗组胺药物市场预测

第三节 头孢类药物

- 一、头孢菌素类发展历程
- 二、头孢曲松市场现状
- 三、头孢类抗生素中间体市场分析
- 四、头孢类抗生素"风云诡变"
- 五、头孢类药物成本走向分析
- 六、头孢匹胺钠用药市场的前景分析

第四节 止咳祛痰药

- 一、中国止咳祛痰药市场现状分析
- 二、中国止咳祛痰药发展存在的问题分析
- 三、止咳药主要产品品牌基本市场状况
- 四、止咳祛痰药零售市场分析
- 五、中国止咳类中成药市场分析

第五节 中药类感冒药

- 一、中药类感冒药的地位
- 二、中药类感冒药市场现状
- 三、中药、西药感冒药市场走势比较
- 四、中药类感冒药零售市场分析
- 五、中国中药类感冒药发展前景分析

第八章 2012年中国品牌感冒药市场运行分析

第一节 2012年中国品牌感冒药市场亮点分析

- 一、消费者青睐主流感冒药品牌
- 二、企业营销手段风格各异
- 三、主流感冒药品牌形象特色分析

第二节 2012年中国品牌感冒药市场动态分析

- 一、外资品牌占感冒药市场大半江山
- 二、国内三大热点品牌感冒药市场分析
- 1、真白加黑医院、零售途径销售冰火两重天

2、泰诺

3、新康泰克

第九章 2012年中国感冒药优势品牌市场销售情况分析

第一节 白加黑

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、营销策略分析

第二节 新康泰克

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

第三节 999感冒灵

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

第四节 日夜百服宁

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、日夜百服宁的市场份额回顾

第五节 泰诺感冒药

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、新康泰克化解品牌危机的对策

六、泰诺感冒片的市场份额回顾

第六节 快克感冒药

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

五、海南快克的品牌发展战略综述

六、快克赢得市场的策略

第七节 感叹号(长春海外制药集团有限公司)

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第八节 康必得(河北恒利集团制药股份有限公司)

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第九节 感康

一、成分、药效及副作用

二、产品市场定位

三、品牌铺货情况分析

四、产品定价及市场销售情况

第十章 2012年中国儿童感冒药市场运行分析

第一节 2012年中国儿童感冒药市场运行综述

一、儿童感冒药市场特点

二、儿童感冒药市场变化的方向

三、儿童感冒药市场产销情况分析

四、儿童感冒药市场价格

五、中国儿童感冒药产业发展的新思路

第二节2012年中国儿童感冒药剂型构成分析

一、儿童感冒药颗粒剂

二、儿童感冒药口服液

三、儿童感冒药片剂

四、儿童感冒药滴剂

第十一章 2012年中国感冒药市场营销解析

第一节 2012年中国感冒药市场营销特点分析

第二节 感冒药市场的营销原则

一、差异性原则

二、大类市场定位原则

三、模糊真相原则

第三节 2012年中国感冒药市场营销渠道分析

一、医院

二、各大连锁药房

三、门诊

四、网购

第四节 2012年中国感冒药生产企业的营销策略

一、感冒药生产企业的发展须以顾客为中心

二、感冒药生产企业需选准目标顾客

三、感冒药生产企业需了解目标顾客

四、感冒药生产企业的品牌制胜

五、感冒药生产企业的广告传播

六、感冒药生产企业的产品制胜

第五节 OTC类感冒药广告策略

一、感冒药的市场定位与广告策划

二、特征表现需明显

三、卡通形象能讨好

四、差异化的广告策略

五、情感策略表演需到位

六、群体效应可做普药新主张

七、不能忽略购买理由

八、感冒药市场"亲民路线"

第十二章 2012年中国感冒药产业市场竞争态势分析

第一节 2012年中国感冒药市场竞争现状分析

一、医药企业感冒药竞争激烈

二、感冒药凸现品牌竞争新乐章

三、感冒药市场价格竞争分析

四、感冒药营销渠道竞争分析

五、感冒用药市场竞争空白点分析

第二节 2012年中国感冒药集中度分析

一、感冒药生产企业集中分布

二、感冒药市场集中度分析

第三节 2012-2016年中国感冒药竞争趋势分析

第十三章 2012年中国感冒药重点企业竞争性财务数据分析

第一节 哈药集团股份有限公司

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 重庆桐君阁股份有限公司

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

第三节 西南药业股份有限公司

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

第四节 三九医药股份有限公司

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

第五节 重庆太极实业（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

第六节 东盛科技启东盖天力制药股份有限公司

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

第七节 中美天津史克制药有限公司

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

第八节 西安杨森制药有限公司

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

第九节 上海强生制药有限公司

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

第十节 中美上海施贵宝制药有限公司

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

第十四章 2012-2016年中国感冒药前景预测分析

第一节 2012-2016年中国感冒药前景展望

一、中国医药产业前景预测

二、中外儿童感冒药研发投入和运作分析

第二节 2012-2016年中国感冒药发展趋势分析

一、中西结合感冒药发展趋势

二、儿科感冒药前景分析

三、农村感冒药市场前景分析

四、医药市场运作区域化趋势

第三节 2012-2016年中国感冒药市场前景预测分析

一、感冒药市场供需预测分析

二、感冒药市场盈利预测分析

第十五章 2012-2016年中国感冒药行业投资战略研究

第一节 2012-2016年中国感冒药行业投资概况

一、支持医药行业发展的利好因素

二、外资进入中国医药产业仍会部分受限

三、在医药外资并购新贸易环境下利益的博弈分析

四、中国医药产业融资机遇逐渐清晰

第二节 2012-2016年中国感冒药行业投资机会分析

一、医药行业巨变迎来投资时期

二、医药经济面临市场扩容的机遇

三、城市医保给医药行业带来的扩容

第三节 2012-2016年中国感冒药行业投资风险分析

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、药品安全风险

四、进退入风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

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：……

跟多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国感冒药终端市场专项调研及投资前景分析报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2012-2016年中国瓷砖市场运营态势研究及市场销售规模预测报告

由于国内房地产业近几年17173的空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大，目前市场上有近3000家本土企业生产的建筑墙、地瓷砖产品在市场上销售，竞争趋于白热化。和其他行业相比，中国的建筑瓷砖市场品牌林立，市场集中度极低，没有一个品牌的绝对市场份额超过5%，这和家电、汽车、快速消费品等行业市场份额高度集中于少数几个领导品牌形成鲜明对比，反映建材行业整体营销水平偏低，企业普遍缺乏经济规模，缺少能引领左右市场的强势企业与领导品牌。也表明建筑陶瓷市场还没有形成稳定的市场格局，市场的变数还很大。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国瓷砖市场运营态势研究及市场销售规模预测报告》共十五章。首先介绍了瓷砖相关概述、中国瓷砖行业投资环境等，接着分析了中国瓷砖关联行业运行状况，然后介绍了中国装修行业运营态势、世界瓷砖市场运行态势。随后，报告对中国瓷砖行业典型企业运营财务指标做了重点况分析，最后分析了中国瓷砖行业发展趋势及投资前景。您若想对瓷砖产业有个系统的了解或者想投资瓷砖行业，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家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。

第一章 瓷砖相关概述

第一节 建筑材料与建筑陶瓷

第二节 瓷砖相关概述

一、瓷砖的分类

二、市场常见瓷砖阐述

第三节 瓷砖特性简介

一、瓷砖的性能

二、瓷砖的硬度划分

三、瓷砖的性能比较

第二章 2012年中国瓷砖行业投资环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

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 2012年中国瓷砖政策法规环境分析

一、《陶瓷砖国家标准》

二、陶瓷砖质监实施新规范颁布

三、建筑陶瓷砖外观缺陷有了检验标准

四、建筑陶瓷产品规范化分析

第三节 2012年中国瓷砖社会发展环境分析

一、居民消费价格分类指数分析

二、全国居民收入情况分析

三、全国社会消费品零售总额

四、全国居民消费价格分析

五、全国城镇投资情况

第三章 2012年中国瓷砖关联行业运行分析

第一节 中国建材行业发展分析

一、建材行业运行特点

二、建材行业运行数据分析

三、影响我国建材行业发展的因素

四、影响建材业价格的因素

五、新型建材发展及市场推广分析

六、发展新型建材及制品是可持续发展战略的要求

第二节 中国陶瓷行业发展分析

一、陶瓷行业经济运行情况

二、国内陶瓷行业增长点分析

三、陶瓷畅销产品和新技术走向

四、中国陶瓷行业发展趋势

第三节 中国建陶行业发展分析

一、建陶行业发展特点

二、国内建陶业经济运行状况

三、中国建陶业发展的挑战与机遇

四、中国建陶卫浴行业发展方向

五、建筑装饰材料产业前景预测分析

第四章 2012年中国装修行业运营态势分析

第一节 2012年中国装修行业特点分析

一、季节性

二、环保与家装污染对产业影响

第二节 2012年中国装修行业发展现状分析

一、中国装修行业格局的变化

二、中国装修业的节能情况分析

三、装修业里品牌企业的特色

第三节 2012年中国装修市场透析

一、中国装修业品牌消费的来临

二、中国装修市场电子商务迅猛发展

三、家居市场细分带动高端竞争加剧

第四节 2012年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第五章 2012年世界瓷砖市场运行态势分析

第一节 2012年世界瓷砖市场运行综述

一、世界瓷砖的设计特色分析

二、世界瓷砖市场产销分析

三、国际瓷砖市场流行趋势

第二节 2012年世界主要国家瓷砖市场运行分析

一、巴西瓷砖行业发展现状分析

二、意大利瓷砖市场发展情况

三、俄罗斯瓷砖市场发展现状

四、日本瓷砖技术进展情况

五、美国瓷砖需求分析

第三节 2012-2018年世界瓷砖新趋势探析

第六章 2012年中国瓷砖市场运行态势分析

第一节 2012年国内瓷砖市场消费情况分析

一、国内瓷砖消费特征

二、国内瓷砖销售渠道分析

三、进口瓷砖品牌的消费情况

四、瓷砖品牌消费主流分析

第二节 2012年我国瓷砖市场动态分析

一、中国陶瓷砖合格率分析

二、瓷砖品牌销量排行榜

三、家居瓷砖市场品牌调查情况

第三节 2012年中国瓷砖市场运行情况

一、瓷砖市场流行产品分析

二、文字瓷砖市场及价格分析

三、抛晶砖市场增长情况

第七章 2009-2011年中国建筑陶瓷制品制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国建筑陶瓷制品制造行业总体数据分析

一、2009年中国建筑陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国建筑陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国建筑陶瓷制品制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国建筑陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国建筑陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国建筑陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国建筑陶瓷制品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国建筑陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国建筑陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国建筑陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国建筑陶瓷制品制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2009-2011年中国瓷砖细分产品产量数据统计分析

第一节 2009年中国瓷砖细分产品产量数据分析

一、2009年全国瓷砖细分产品产量数据分析

二、2009年瓷砖细分产品重点省市数据分析

第二节 2010年中国瓷砖细分产品产量数据分析

一、2010年全国瓷砖细分产品产量数据分析

二、2010年瓷砖细分产品重点省市数据分析

第三节 2011年中国瓷砖细分产品产量数据分析

一、2011年全国瓷砖细分产品产量数据分析

二、2011年瓷砖细分产品重点省市数据分析

第九章 2012年瓷砖市场分类研究

第一节 2012年中国内墙砖市场研究

一、内墙砖特点分析

二、内墙砖市场情况分析

三、内墙砖十大品牌分析

第二节 2012年中国地面砖市场研究

一、地面砖特点

二、地面砖购买注意事项

三、地面砖施工中的问题及处理

第三节 2012年中国外墙砖市场研究

一、外墙砖特点分析

二、外墙砖的发展僵局

三、外墙砖功能化的市场潜力分析

四、当前外墙砖营销发展趋势

第四节 2012年中国腰线脚线砖市场研究

一、腰线脚线砖产品特点

二、腰线脚线砖品牌市场动态

二、腰线砖市场监测

三、脚线砖市场监测

第五节 2012年中国马赛克砖市场研究

一、马赛克砖产品特点

二、马赛克砖应用状况

三、消费者关注度分析

四、市场销售情况分析

五、马赛克市场前景分析

第十章 2012年瓷砖行业的营销策略分析

第一节 2012年国内瓷砖企业的营销策略

一、招商策略

二、竞争策略

三、推广策略

四、店面策略

五、营销战略

六、"全员营销"策略

第二节 马可波罗瓷砖IMC策略规划

一、IMC内部推广

二、制定IMC策略

第十一章 2012年中国瓷砖市场竞争态势分析

第一节 2012年中国瓷砖市场竞争总况

一、瓷砖业竞争新焦点

二、瓷砖品牌竞争力分析

三、国产与进口瓷砖竞争力对比分析

四、中国瓷砖市场已形成三大阵营竞争格局

五、中国瓷砖市场比拼高端产品

第二节 2012年中国瓷砖产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2012-2016年中国瓷砖产业竞争趋势分析

第十二章 2012年中国瓷砖替代品运行分析

第一节 木地板

一、中国木地板行业运行数据分析

二、木地板消费情况分析

三、木地板市场规范分析

四、地板业发展趋势预测

五、木地板流行趋势

第二节 天然石材

一、天然石材进出口贸易分析

二、建筑装饰用材之天然石材产品应用概述

三、天然石材业运行状况

四、天然石材市场竞争力分析

五 我国石材标准化规划情况

第三节 人造石材行业

一、人造石材进出口贸易情况

二、人造石材市场发展分析

三、发展人造石材产业面临的问题

四、中低端人造石企业发展情况

五、人造石材装修流行趋势

第四节 铝塑板行业分析

一、我国铝塑复合板行业发展概况

二、铝塑板企业经营情况分析

三、我国铝塑板的生产及消费现状

四、我国铝塑板市场发展前景分析

五、中国铝塑板行业发展策略分析

第五节 玻璃幕墙行业分析

一、玻璃幕墙发展新要求

二、玻璃幕墙的生态化技术研究

三、建造节能型玻璃幕墙发展的关键

四、我国玻璃幕墙上市企业发展前景

五、建筑玻璃幕墙产业发展趋势

第六节 壁纸行业分析

一、壁纸消费情况分析

二、壁纸在中国建材市场的发展

三、壁纸行业存在的问题

四、我国壁纸市场发展前景分析

五、壁纸流行趋势

第七节 涂料

一、我国涂料行业发展形势

二、涂料业关键数据分析

三、涂料三大品牌企业盈利分析

四、品牌涂料市场运营的关键

五、涂料行业发展前景预测

六、未来绿色涂料市场预测

第十三章 2012年中国瓷砖行业典型企业运营财务指标分析

第一节 福建华泰集团有限公司

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 广东强辉陶瓷有限公司

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

第三节 广东金牌陶瓷有限公司

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

第四节 清远市南方建材卫浴有限公司

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

第五节 佛山市南海区莱利陶瓷有限公司

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

第六节 淄博狮王陶瓷有限公司

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

第七节 淄博飞龙建筑陶瓷有限公司

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

第八节 罗马瓷砖有限公司

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

第九节 厦门三荣陶瓷开发有限公司

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

第十节 河源市恒福陶瓷有限公司

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

第十四章 2012-2016年中国瓷砖产业趋势探析

第一节 2012-2016年中国瓷砖消费趋势分析

一、大规格瓷砖受欢迎

二、釉面砖占据半壁江山

三、高价位瓷砖市场空间大

第二节 2012-2016年中国瓷砖行业的发展趋势

一、家庭装修瓷砖流行趋势

二、瓷砖发展技术趋势

三、瓷砖发展个性化趋势

四、瓷砖市场设计潮流

第三节 2012-2016年中国瓷砖行业市场预测分析

一、瓷砖产量预测分析

二、瓷砖市场消费情况预测分析

三、瓷砖进出口贸易预测分析

第十五章 2012-2016年中国瓷砖产业投资战略研究

第一节 2012-2016年中国瓷砖行业投资概况

一、瓷砖行业投资特性

二、瓷砖具有良好的投资价值

第二节 2012-2016年中国瓷砖投资机会分析

一、瓷砖产业区域投资潜力分析

二、瓷砖投资吸引力分析

第三节 2012-2016年中国瓷砖投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 专家投资观

图表目录：

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：……

跟多图表详见正文……

通过《2012-2016年感冒药终端市场专项调研及投资方向研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/209002.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。