



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国咽喉用药市场 分析与投资前景研究报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国咽喉用药市场分析与投资前景研究报告》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/229616.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

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中的一个主流类别的品种,咽喉用药的市场规模逐年上升。2012年国内咽喉类市场规模目前约有56个亿。

咽喉用药市场相对稳定成熟,已经完全进入到品牌竞争阶段,这必然要求咽喉用药生产企业根据季节性进行产品宣传,长期精耕细作,由此来提高品牌知名度并占有市场。数据显示23城市合计咽喉用药销售排行前10企业市场集中度为75.90%,品牌的集中度很高,排名前十位的品种变化不大,广西金嗓子、山西桂龙、江西江中占据前三甲。仔细观察这些企业,均注重产品的创新,着力开发新剂型、新规格等,在沉稳运作市场的同时,不断细分市场,增加产品的使用人群,使产品的"蛋糕"越做越大。

与感冒药一样,咽喉口腔用药多属常用OTC药品,由于常用品种繁多,消费者对该类产品自主选择的空间很大,品牌的知名度往往成了消费者购买该类药品的标准。由表1可以看出,目前的咽喉口腔用药中,风头最劲的仍属广西的金嗓子喉宝,金嗓子喉宝长期以来占据着同类产品榜首之位,但2012年上半年的市场份额同比有所下滑,在市场集中度有所提高的同时,金嗓子喉宝的份额下滑,其他产品的份额在上升,说明市场正在被更多品牌所瓜分。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国咽喉用药市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国咽喉用药行业全球现状,接着分析了中国咽喉用药行业发展环境,然后对中国咽喉用药行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国咽喉用药行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国咽喉用药行业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将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。

### 第一章2011-2012年世界咽喉用药市场发展状况综述

#### 第一节 2011-2012年世界医药市场运行情况分析

##### 一、全球药品市场销售情况分析

##### 二、全球医药市场格局

##### 三、全球医药处方药市场

#### 第二节2011-2012年世界咽喉用药市场现状分析

一、咽喉炎概述

二、世界咽喉用药市场概况

三、世界咽喉用药OTC市场情况

第三节2013-2018年世界咽喉用药市场走势预测

第二章 2012-2013年中国咽喉用药市场运行环境分析

第一节 2012-2013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、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国咽喉用药市场运行政策环境分析

一、咽喉用药行业标准

二、医疗改革政策解读

三、新医改方案对咽喉用药的影响

第三节 2012-2013年中国咽喉用药市场运行社会环境分析

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

第三章 2012-2013年中国咽喉用药市场发展现状分析

第一节2012-2013年中国咽喉用药市场现状分析

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、枇杷膏市场分析

五、呼吸道用吸入剂市场

第二节 2012-2013年中国咽喉用药市场格局分析

一、中国咽喉用药主要竞争者市场份额

二、市场增长性分析

三、各类别咽喉产品市场构成

四、重点城市市场竞争格局

第三节 2012-2013年中国咽喉用药发展存在问题及策略分析

第四章 2012-2013年中国咽喉用药产业运行走势分析

第一节 2012-2013年中国咽喉用药品牌市场分析

一、金嗓子喉宝

二、西瓜霜含片

三、复方草珊瑚含片

第一节 2012-2013年中国咽喉用药市场走势分析

一、镇咳类药品市场浅析

二、平喘药物市场分析

三、口含片市场分析

第五章 2012-2013年中国咽喉用药OTC市场销售情况分析

第一节 2012-2013年中国OTC市场现状分析

一、OTC市场特征分析

二、城乡OTC市场消费特征对比综述

三、OTC细分市场浅析和操作建议

四、我国的OTC市场发展对策

第二节 2012-2013年中国咽喉用药零售概况分析

一、中国药品零售企业现状分析

二、化学药中呼吸系统用药零售情况分析

三、儿童用镇咳用药市场情况分析

第三节 2012-2013年中国各城市咽喉药零售情况分析

一、深圳零售市场

二、沈阳零售市场

三、上海零售市场

四、重庆零售市场

第四节 2012-2013年中国主要城市咽喉用药广告监测情况分析

一、全国态势

二、广州

三、北京

四、上海

第五节 2012-2013年中国咽喉用药广告市场发展状况分析

一、咽喉疾病用药报刊广告市场投入稳定

二、中南地区成为咽喉疾病用药消费者争夺终端之地

三、北京、广州两城市咽喉用药广告竞争趋于白热化

四、咽喉用药报刊广告市场一家独秀

第六章 2012-2013年中国咽喉用药消费者调查分析

第一节 2012-2013年中国咽喉用药消费者特质分析

一、病因分析

二、购买用途分析

三、品牌选择原因分析

四、消费者关注因素分析

五、片剂是咽喉用药市场中最为常用的剂型之一

第二节 2012-2013年中国咽喉用药消费者分析

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 2012-2013年中国咽喉用药消费者认知调查分析

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

三、购买药品的特点

四、影响选择购买咽喉用药的因素分析

五、对咽喉用药的认知程度调查

六、消费者了解咽喉用药的信息途径

七、广告印象最深的几种咽喉用药

第四节 2012-2013年中国咽喉用药用户实际购买行为分析

一、所买品牌较为集中

二、较高的品牌忠诚度

三、几大品牌的市场覆盖率及其消费者的总体疗效主观评价

第五节 2011-2012年中国咽喉用药用户消费者了解咽喉用药的信息途径分析

- 一、电视广告
- 二、亲朋介绍
- 三、医生推荐

## 第七章 2011-2013年中国医药制造行业数据监测分析

### 第一节 2011-2013年中国医药制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国医药制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国医药制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国医药制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2011-2013年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国医药制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国医药制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2011-2013年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

## 第八章 2011-2012年中国咽喉用药市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国咽喉用药竞争现状分析

- 一、咽喉用药行业竞争力分析
- 二、咽喉用药价格竞争分析
- 三、咽喉用药品牌竞争分析

### 第二节 2011-2012年中国咽喉用药行业集中度分析

- 一、咽喉用药市场集中度分析
- 二、咽喉用药区域集中度分析

### 第三节 2011-2012年中国咽喉用药提升竞争力策略分析

## 第九章 2011-2013年中国主要咽喉用药厂家竞争力分析

### 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

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

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 成都地奥集团有限公司

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

## 第五节 广西金嗓子有限责任公司

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 贵州黄果树立爽药业

### 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 略&hellip;&hellip;&hellip;

## 第十章 2011-2012年吴太咽炎片与桂龙慢严舒柠市场争夺战分析

### 第一节 2011-2012年吴太咽炎片与桂龙慢严舒柠的竞争状况分析

#### 一、2002年以来，两产品竞争逐渐进入白热化阶段

#### 二、产品上&mdash;&mdash;针对的症状、广告创意、媒介传播策略、包装相似

#### 三、价格上&mdash;&mdash;吴太咽炎片单盒零售价格要比桂龙的慢严舒柠便宜一些

#### 四、双方的厮杀非常激烈

### 第二节 2011-2012年桂龙慢严舒柠的优势分析

#### 一、健全的销售网络

#### 二、先入为主的市场优势地位

#### 三、成功的电视广告投放

### 第三节 2011-2012年桂龙慢严舒柠的劣势分析

#### 一、资金实力的差距

#### 二、产品缺乏核心概念的天然屏障

#### 三、价位劣势

#### 四、品牌影响力较小

### 第四节 2011-2012年吴太咽炎片的优势分析

#### 一、资金实力

#### 二、大力度的终端推广

#### 三、品牌优势

### 第五节 2011-2012年吴太咽炎片的劣势分析

#### 一、渠道建设较差

#### 二、产品同样缺乏核心概念的天然屏障

#### 三、广告方面缺乏创新

## 第十一章 2011-2012年中国咽喉用药营销模式和渠道管理分析

### 第一节 2011-2012年外资在中国医药流通领域现状分析

- 一、对中国的医药流通体制不适应
- 二、对中国医药市场和消费者的特点、消费习惯不了解

### 第二节 2011-2012年中国医药物流业现状分析

- 一、中国医药流通领域问题分析
- 二、现行医药流通企业商业运作模式不符合现代流通企业的要求

### 第三节 2011-2012年中国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分析
- 七、后营销时代OTC市场运作分析

### 第四节 2011-2012年中国品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析

## 第十二章 2013-2018年中国咽喉用药行业发展趋势预测分析

### 第一节 2013-2018年中国咽喉用药产业发展前景分析

- 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分析
- 三、医药制造行业预测分析

### 第二节 2013-2018年中国咽喉用药产业市场预测分析

- 一、咽喉用药市场供给预测分析
- 二、咽喉用药需求预测分析
- 三、咽喉用药进出口预测分析

### 第三节 2013-2018年中国咽喉用药产业市场盈利预测分析

## 第十三章 2013-2018年中国咽喉用药行业投资机会与风险分析

### 第一节 2013-2018年中国咽喉用药行业投资机会分析

- 一、中国咽喉用药行业吸引力分析
- 二、中国咽喉用药行业区域投资潜力分析

## 第二节 2013-2018年中国咽喉用药行业投资风险分析

### 一、市场竞争风险

### 二、技术风险

### 三、其它风险

## 第三节 2013-2018年中国咽喉用药行业投资策略分析

### 图表目录：（部分）

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年下半年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：2010-2012年中国呼吸系统用药注册产品比例分布表类别

图表：2013年一季度全国23个城市咽喉用药市场分析

图表：深圳、重庆、宁波2005年口腔溃疡用药市场容量比较

图表：深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药中西药占比

图表：深圳、重庆、宁波2005年口腔溃疡用药各剂型占比

图表：深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药前三位品牌份额变化

图表：2012年深圳、重庆、宁波意可贴市场份额走势图

图表：2012年深圳、重庆、宁波西瓜霜喷剂市场份额走势图

图表：深圳、重庆、宁波05年口腔溃疡用药市场容量比较

图表：2011-2012年四城市医院呼吸系统用中

图表：武汉健民药业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司负债情况图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：武汉健民药业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司经营收入走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司负债情况图

图表：桂林三金药业股份有限公司负债指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：桂林三金药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司经营收入走势图

图表：江西江中药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司负债情况图

图表：江西江中药业股份有限公司负债指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司主要经济指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司经营收入走势图

图表：成都地奥集团有限公司盈利指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司负债情况图

图表：成都地奥集团有限公司负债指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司运营能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司成长能力指标走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司主要经济指标走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司经营收入走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司盈利指标走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司负债情况图

图表：广西金嗓子有限责任公司负债指标走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司运营能力指标走势图

图表：广西金嗓子有限责任公司成长能力指标走势图

图表：贵州黄果树立爽药业主要经济指标走势图

图表：贵州黄果树立爽药业经营收入走势图

图表：贵州黄果树立爽药业盈利指标走势图

图表：贵州黄果树立爽药业负债情况图

图表：贵州黄果树立爽药业负债指标走势图

图表：贵州黄果树立爽药业运营能力指标走势图

图表：贵州黄果树立爽药业成长能力指标走势图

通过《2013-2018年中国咽喉用药市场分析与投资前景研究报告》，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/229616.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](http://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。