



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国创可贴市场运行态势及投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国创可贴市场运行态势及投资前景预测报告》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/249252.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](mailto: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 创可贴行业概述9
第一节 创可贴行业定义9
第二节 创可贴行业发展历程9
一、国外发展历程9
二、国内市场发展历程11
第三节 创可贴行业分类情况12
第四节 创可贴产业链分析 12
第二章 2014年中国创可贴行业发展环境分析 13
一、2014年中国宏观经济发展环境 13
第二节 2014年中国创可贴行业发展政策环境分析 20
一、行业政策影响分析20
二、相关行业标准分析22
第三节 2014年中国创可贴行业发展社会环境分析 24
一、居民消费水平分析24
二、工业发展形势分析26
第三章 2014年中国创可贴行业总体发展状况 29
第一节 中国创可贴行业规模情况分析29
一、行业单位规模情况分析29
二、行业人员规模状况分析29
三、行业资产规模状况分析29
四、行业市场规模状况分析30
第二节 中国创可贴行业产销情况分析30
一、行业生产情况分析30
二、行业销售情况分析31
三、行业产销情况分析31
第三节 中国创可贴行业财务能力分析32
一、行业盈利能力分析与预测32
二、行业偿债能力分析32
三、行业营运能力分析33
四、行业发展能力分析33

第四章 中国创可贴市场供需分析	35
第一节 创可贴市场现状分析及预测	35
一、2009-2014年我国创可贴行业总产值分析	35
二、2015-2020年我国创可贴行业总产值预测	35
第二节 创可贴产品产量分析及预测	36
一、2009-2014年我国创可贴产量分析	36
二、2015-2020年我国创可贴产量预测	36
第三节 创可贴市场需求分析及预测	37
一、2009-2014年我国创可贴市场需求分析	37
二、2015-2020年我国创可贴市场需求预测	37
第四节 创可贴进出口数据分析	38
一、我国创可贴出口数据分析	38
1、出口总量分析	38
2、出口金额分析	38
3、出口市场分析	38
4、出口价格分析	39
二、我国创可贴进口数据分析	39
1、进口总量分析	39
2、进口金额分析	40
3、进口市场分析	40
4、进口价格分析	41
三、我国创可贴进出口数据预测	41
第五章 创可贴行业发展现状分析	42
第一节 中国创可贴行业发展分析	42
一、2014年中国创可贴行业发展态势分析	42
二、2014年中国创可贴行业发展特点分析	42
三、2014年中国创可贴行业市场供需分析	44
第二节 中国创可贴产业周期性分析	44
第三节 创可贴行业特性分析	45
第六章 中国创可贴市场规模分析	49
第一节 2014年中国创可贴市场规模分析	49
第二节 2014年中国创可贴区域市场规模分析	49

一、2014年东北地区市场规模分析	49
二、2014年华北地区市场规模分析	49
三、2014年华东地区市场规模分析	49
四、2014年华中地区市场规模分析	50
五、2014年华南地区市场规模分析	50
六、2014年西部地区市场规模分析	50
第三节 2015-2020年中国创可贴市场规模预测	50
第七章 创可贴国内产品价格走势及影响因素分析	52
第一节 国内产品2009-2014年价格回顾	52
第二节 国内产品当前市场价格及评述	52
第三节 国内产品价格影响因素分析	52
第四节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测	53
第八章 创可贴及其主要上下游产品	54
第一节 创可贴上下游分析	54
一、与行业上下游之间的关联性	54
二、上游原材料供应形势分析	54
三、下游产品解析	67
第二节 创可贴行业产业链分析	69
一、行业上游影响及风险分析	69
二、行业下游风险分析及提示	71
三、关联行业风险分析及提示	72
第九章 创可贴产品竞争力优势分析	73
一、整体产品竞争力评价	73
二、产品竞争力评价结果分析	73
三、竞争优势评价及构建建议	73
第十章 创可贴行业市场竞争策略分析	75
第一节 行业竞争结构分析	75
一、现有企业间竞争	75
二、潜在进入者分析	75
三、替代品威胁分析	75
四、供应商议价能力	76
五、客户议价能力	76

## 第二节 行业国际竞争力比较76

### 一、生产要素76

### 二、需求条件76

### 三、相关和支持性产业77

### 四、企业战略、结构与竞争状态77

## 第三节 创可贴企业竞争策略分析77

### 一、提高创可贴企业核心竞争力的对策77

### 二、影响创可贴企业核心竞争力的因素及提升途径79

### 三、提高创可贴企业竞争力的策略80

## 第十一章 创可贴行业重点企业竞争分析（企业可自选）84

### 第一节 云南白药集团股份有限公司（云南白药）84

#### 一、企业基本情况84

#### 二、2014年企业经营与财务状况分析 84

#### 三、2014年企业竞争优势分析 92

#### 四、企业未来发展战略与规划92

### 第二节 上海强生制药有限公司（邦迪）93

#### 一、企业基本情况93

#### 二、2014年企业经营与财务状况分析 93

#### 三、2014年企业竞争优势分析 94

#### 四、企业未来发展战略与规划95

### 第三节 青岛海诺生物工程有限公司（海诺）95

#### 一、企业基本情况95

#### 二、2014年企业经营与财务状况分析 95

#### 三、2014年企业竞争优势分析 96

#### 四、企业未来发展战略与规划97

### 第四节 浙江红雨医药用品有限公司（开颜）97

#### 一、企业基本情况97

#### 二、2014年企业经营与财务状况分析 97

#### 三、2014年企业竞争优势分析 98

#### 四、企业未来发展战略与规划99

### 第五节 江门市恒健药业有限公司（恒健）99

#### 一、企业基本情况99

二、2014年企业经营与财务状况分析	100
三、2014年企业竞争优势分析	101
四、企业未来发展战略与规划	101
第十二章 创可贴行业投资与发展前景分析	102
第一节 创可贴行业投资机会分析	102
一、创可贴投资项目分析	102
二、可以投资的创可贴模式	103
三、2014年创可贴投资机会	103
第二节 2015-2020年中国创可贴行业发展预测分析	104
一、未来创可贴发展分析	104
二、未来创可贴行业技术开发方向	104
三、总体行业"十二五"整体规划及预测	104
第三节 未来市场发展趋势	105
一、产业集中度趋势分析	105
二、十二五行业发展趋势	105
第十三章 创可贴产业用户度分析	106
第一节 创可贴产业用户认知程度	106
第二节 创可贴产业用户关注因素	107
一、功能	107
二、质量	108
三、价格	108
四、外观	109
五、服务	109
第十四章 2015-2020年创可贴行业发展趋势及投资风险分析	111
第一节 当前创可贴存在的问题	111
第二节 创可贴未来发展预测分析	111
一、中国创可贴发展方向分析	111
二、2015-2020年中国创可贴行业发展规模预测	111
三、2015-2020年中国创可贴行业发展趋势预测	112
第三节 2015-2020年中国创可贴行业投资风险分析	112
一、出口风险分析	112
二、市场风险分析	112

三、管理风险分析	112
四、产品投资风险	112
第十五章 专家观点与结论	113
第一节 创可贴行业营销策略分析及建议	113
一、创可贴行业营销模式	113
二、创可贴行业营销策略	113
第二节 创可贴行业企业经营发展分析及建议	114
一、创可贴行业经营模式	114
二、创可贴行业生产模式	115
第三节 行业应对策略	115
一、把握国家投资的契机	115
二、竞争性战略联盟的实施	115
三、企业自身应对策略	116
第四节 市场的重点客户战略实施	116
一、实施重点客户战略的必要性	116
二、合理确立重点客户	116
三、重点客户战略管理	117
四、重点客户管理功能	117

图表目录：

图表 1：创可贴产品结构示意图	12
图表 2：创可贴产业链分析	16
图表 3：2014年1~3季度国内生产总值增速（%）	16
图表 4：2014年1~3季度规模以上工业增加值增速月度对比（%）	17
图表 5：2014年1~3季度固定资产投资（不含农户）增速同比（%）	18
图表 6：2014年1~3季度房地产开发投资增速（%）	19
图表 7：2014年1~3季度社会消费品零售总额名义增速（%）	20
图表 8：2014年1~3季度居民消费价格上涨增速（%）	21
图表 9：2014年1~3季度工业生产者出厂价格涨幅同比（%）	21
图表 10：2014年1~3季度城镇居民人均可支配收入实际增速（%）	22
图表 11：2014年1~3季度农村居民人均收入实际增速（%）	22
图表 12：2014年1~3季度城镇居民人均可支配收入实际增速（%）	28

- 图表 13：2014年1~3季度农村居民人均收入实际增速（%） 29
- 图表 14：2014年1~3季度居民消费价格上涨增速（%） 29
- 图表 15：2014年1~3季度工业生产者出厂价格涨幅同比（%） 30
- 图表 16：2014年1~3季度规模以上工业增加值增速月度对比（%） 30
- 图表 17：2014年不同性质的创可贴加工企业数量比较 32
- 图表 18：2009-2014年中国创可贴加工企业从业人员统计 32
- 图表 19：2014年不同性质的创可贴加工企业总资产所占比例 32
- 图表 20：2014年我国创可贴行业中不同类型企业销售利润率 33
- 图表 21：2009-2014年我国创可贴行业产量增长情况 33
- 图表 22：2009-2014年我国创可贴行业消费量增长情况 34
- 图表 23：2009-2014年我国创可贴行业产销增长情况对比 34
- 图表 24：2009-2014年中国盈利能力变化情况 35
- 图表 25：2009-2014年中国创可贴行业偿债能力分析 35
- 图表 26：2009-2014年中国创可贴行业营运能力分析 36
- 图表 27：2009-2017年中国创可贴行业发展能力分析与预测 36
- 图表 28：2009-2014年我国创可贴行业总产值 38
- 图表 29：2015-2020年我国创可贴行业总产值预测 38
- 图表 30：2009-2014年我国创可贴行业产量 39
- 图表 31：2015-2020年我国创可贴产量预测 39
- 图表 32：2009-2014年我国创可贴行业表观消费量 40
- 图表 33：2015-2020年我国创可贴市场需求预测 40
- 图表 34：2009-2014年我国创可贴行业出口量 41
- 图表 35：2009-2014年我国创可贴行业出口金额 41
- 图表 36：2014年中国创可贴出口国家及地区市场分布（以出口金额计） 41
- 图表 37：2009-2014年中国创可贴出口平均单价 42
- 图表 38：2009-2014年我国创可贴进口量 42
- 图表 39：2009-2014年我国创可贴行业出口金额 43
- 图表 40：2014年中国创可贴进口国家及地区市场分布（以进口金额计） 43
- 图表 41：2009-2014年中国创可贴进口平均单价 44
- 图表 42：2015-2020年我国创可贴行业进出口预测 44
- 图表 43：2012年我国含药和不含药创可贴各季度销售情况 单位：% 45
- 图表 44：2014年创可贴市场品牌整体关注比例格局 46

图表 45：2011-2014年中国创可贴市场品牌关注比例对比46

图表 46：我国创可贴行业生命周期图47

图表 47：2009-2014年我国创可贴行业市场规模 52

图表 48：2014年东北地区创可贴市场规模52

图表 49：2014年华北地区创可贴市场规模52

图表 50：2014年华东地区创可贴市场规模52

图表 51：2014年华中地区创可贴市场规模53

图表 52：2014年华南地区创可贴市场规模53

图表 53：2014年西部地区创可贴市场规模53

图表 54：2015-2020年中国创可贴市场规模预测 53

图表 55：2009-2014年我国创可贴产品价格走势（上年价格指数=100） 55

图表 56：2015-2020年国内创可贴产品未来价格走势预测 56

图表 57：2010年-2014年1-9月我国聚氯乙烯累计产量57

图表 58：PVC进入季节性需求淡季 58

图表 59：PVC供应过剩，企业出货不畅 59

图表 60：PVC主流价格变化状况59

图表 61：丁腈橡胶质量指标61

图表 62：国内丁腈橡胶生产企业产能如下： 62

图表 63：2009-2014年中国NBR供需平衡情况 63

图表 64：2013年12月18日-11月18日丁腈橡胶行情监测 64

图表 65：2013年11月份丁基橡胶各企业报价64

图表 66：三七形态示意图 67

图表 67：2009-2014年我国三七行业市场需求统计68

图表 68：2009年1月-2014年9月三七剪口价格走势（单位：元/kg） 69

图表 69：2006年6月-2014年9月三七（80头）价格走势（单位：元/kg） 70

图表 70：2010-2014年医院医药总体容量增长分析71

图表 71：2010-2014年医院医药总体容量增长分析72

图表 72：2012-2014年云南白药集团股份有限公司经营状况分析87

图表 73：上海强生制药有限公司经营能力分析96

图表 74：上海强生制药有限公司负债能力指标走势97

图表 75：上海强生制药有限公司运营能力指标走势97

图表 76：上海强生制药有限公司盈利指标走势97

图表 77：青岛海诺生物工程有限公司经营能力分析98  
图表 78：青岛海诺生物工程有限公司负债能力指标走势99  
图表 79：青岛海诺生物工程有限公司运营能力指标走势99  
图表 80：青岛海诺生物工程有限公司盈利指标走势99  
图表 81：浙江红雨医药用品有限公司经营能力分析100  
图表 82：浙江红雨医药用品有限公司负债能力指标走势101  
图表 83：浙江红雨医药用品有限公司运营能力指标走势101  
图表 84：浙江红雨医药用品有限公司盈利指标走势101  
图表 85：江门市恒健制药有限公司经营能力分析 103  
图表 86：江门市恒健制药有限公司负债能力指标走势 103  
图表 87：江门市恒健制药有限公司运营能力指标走势 103  
图表 88：江门市恒健制药有限公司盈利指标走势 103  
图表 89：消费者使用创可贴频率109  
图表 90：消费者购买创可贴的地点 109  
图表 91：消费者购买创可贴主要类型110  
图表 92：消费者认为创可贴的止血效果 111  
图表 93：消费者能接受的创可贴价格范围111  
图表 94：消费者喜欢的创可贴材质 112  
图表 95：消费者购买创可贴时的关注方面113

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249252.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。