



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年呼吸系统用药市场研究预测报告

## 一、调研说明

《2007年呼吸系统用药市场研究预测报告》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/39144.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 录 】

#### 第一章 世界咽喉用药市场概况 1

##### 1.1 咽喉炎概述 1 1

##### 1.2 世界呼吸系统用药市场概况 2

##### 1.3 世界咽喉用药OTC市场情况 3

##### 1.4 呼吸系统类药物市场预测 3

##### 1.4.1 全球药品市场趋势分析 5

#### 第二章 我国咽喉用药市场现状 7

##### 2 . 1 2005年我国呼吸系统用药情况 7

##### 2 . 2 2006年我国咽喉用药市场容量 10

##### 2 . 3 2006年市场现状分析 10

##### 2.3.1 咽喉口腔用药零售市场分析 10

##### 2.3.2 口腔溃疡用药地区市场 13

##### 2.3.3呼吸系统中成药市场分析 22

##### 2.3.4口含片市场分析 27

##### 2 . 3 . 5镇咳类药品市场浅析 30

##### 2 . 3 . 6平喘药物市场分析 42

##### 2 . 3 . 7枇杷膏市场分析 44

##### 2 . 3 . 8呼吸道用吸入剂市场 49

##### 2.4 我国咽喉用药市场格局分析 63

##### 2.4.1 我国咽喉用药主要竞争者市场份额 63

#### 第三章 2005年度咽喉用药医院用药分析 75

##### 3.1 2005年度我国医院市场整体经济及用药情况分析 75

##### 3.2 2005年度呼吸系统药医院使用状况分析 80

##### 3.2.1 医院用药情况 80

## 第四章 咽喉用药OTC市场销售情况 87

### 4.1 06年度我国OTC市场现状与发展前景 87

### 4.2 全国咽喉用药零售概况分析 88

#### 4.2.1 我国药品零售企业现状分析 90

#### 4.2.2 化学药中呼吸系统用药零售情况分析 92

#### 4.2.3 儿童用镇咳用药市场情况分析 93

### 4.3 各城市咽喉药零售情况分析 94

#### 4.3.1 重庆零售市场 94

#### 4.3.2 深圳零售市场 95

#### 4.3.3 沈阳零售市场 99

#### 4.3.4 上海零售市场 100

### 4.4 2005咽喉用药广告投放情况分析 103

#### 4.4.1 2006咽喉用药广告投放情况分析 69 106

#### 4.4.2 2006年1-6月全国药品平面媒体广告投放排行榜 113

### 4.5 05年度全国主要城市咽喉用药广告监测情况 116

#### 4.5.1 全国态势 116

#### 4.5.2 广州 118

#### 4.5.2 北京 119

#### 4.5.2 上海 120

## 第五章 2005年度咽喉用药消费者/店员调查 122

### 5.1 2005年度咽喉用药消费者调查 122

#### 5.1.1 对感冒、咽喉炎、扁桃体炎等常见病的治疗态度 122

#### 5.1.2 人们的医疗保健观念 123

#### 5.1.3 购买药品的特点 124

#### 5.1.4 影响选择购买咽喉用药的因素分析 125

#### 5.1.5 对咽喉用药的认知程度调查 126

#### 5.1.6 消费者了解咽喉用药的信息途径 129

#### 5.1.7 广告印象最深的几种咽喉用药 130

### 5.2 销售店员调查 132

### 5.3 哈尔滨市场调查 134

## 第六章 2006年度主要咽喉用药产品及厂家竞争分析 142

### 6.1 金嗓子喉宝和广西金嗓子 142

#### 6.1.1 咽喉用药的霸主——金嗓子喉宝 142

#### 6.1.2 广西金嗓子有限责任公司 144

### 6.2 西瓜霜润喉片/喷剂和桂林三金制药 146

#### 6.2.1 三金西瓜霜——百年造化的喉口良药 146

#### 6.2.2 三金药业——品牌造就50强 149

### 6.3 复方草珊瑚含片和江中制药 153

#### 6.3.1 复方草珊瑚含片 153

#### 6.3.2 江中制药集团 154

#### 6.3.3 江西江中药业股份有限公司经营状况 157

### 6.4 亿利甘草良咽和亿利集团 163

#### 6.4.1 亿利甘草良咽 163

#### 6.4.2 经营状况 170

### 6.5 华素片和北京四环医药 173

#### 6.5.1 老牌化学咽喉用药——华素片 173

#### 6.5.2 北京四环医药 174

### 6.6 咽立爽口含滴丸和贵州黄果树立爽药业 175

#### 6.6.1 咽立爽口含滴丸 175

#### 6.6.2 贵州黄果树立爽药业 175

### 6.7 健民咽喉片和武汉健民药业 176

#### 6.7.1 健民咽喉片 176

#### 6.7.2 武汉健民药业集团 177

#### 6.7.3 经营状况 179

### 6.8 银黄含片和地奥集团 182

### 6.9 透视吴太清咽片与桂龙慢咽舒宁市场争夺战 184

## 第七章 咽喉用药营销模式和渠道管理分析 190

### 7.1 06年度外商独资在国内医药流通领域现状分析 190

### 7.2 2006年度我国医药物流业现状及趋势分析 195

#### 7.3.1 连锁药店的经营策略分析 203

#### 7.3.1 经营环境 203

7.3.2 顾客需求	204
7.3.3 竞争策略	205
7.3.4 品牌差异化	206
7.3.5 扩张模式	207
7.3.2 平价药房的战略发展趋势	211
7.3.3 后营销时代OTC市场如何动作	214
7.3.4 未来市场营销发展新趋势	217
7.4 精选案例	221
7.4.1 “金嗓子喉宝”的整合营销传播与推广	221
7.4.2 老品牌黄氏响声丸的迅速崛起的秘密	231

## 第八章 咽喉用药发展趋势分析 243

8.1 OTC药品市场的十大趋势	243
8.2 珍稀彝药咽舒欣终结咽喉顽疾	245
8.3 青霉素治疗咽喉痛长疗程效果好	247

## 第九章 消费者分析 249

9.1 城乡OTC市场消费心理对比	249
9.2 企业诱发消费者消费需求的几种途径	251
9.3 社区药品营销深度开发浅析	254

## 图表目录

图表 20世纪人类健康的10大杀手	2
图表 呼吸系统疾病发病率	3
图表 2005年全球三大医药市场呼吸系统药物市场增长率	3
图表 北美、欧洲排名前五位以及日本市场概况（单位：百万美元）	4
图表 2004前十位品牌市场份额	11
图表 2005年前十位品牌 市场份额	12
图表 北京口腔溃疡药前五位品牌三季度比较	14
图表 上海口腔溃疡药前五位品牌三季度比较	14
图表 深圳、重庆、宁波05年口腔溃疡用药市场容量比较	16
图表 深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药中西药占比	17

图表 深圳、重庆、宁波05年口腔溃疡用药各剂型占比	18
图表 深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药前三位品牌份额变化	19
图表 2005年深圳、重庆、宁波意可贴市场份额走势图	21
图表 2005年深圳、重庆、宁波西瓜霜喷剂市场份额走势图	22
图表 2006年1-8月四城市医院呼吸系统用中成药采购额按企业市场份额排名	24
图表 2006年1-8月四城市医院最畅销呼吸系统用中成药品种	25
图表 2006年1-8月四城市医院最畅销呼吸系统用中成药品牌	26
图表 重庆市美信华博药房：广告力挺品牌药	28
图表 重庆西部医药商城：老产品也注重新口味	29
图表 北京2005年最畅销的镇咳类中成药品种	31
图表 广州2005年最畅销的镇咳类中成药品种	31
图表 武汉2005年最畅销的镇咳类中成药品种	32
图表 重庆2005年最畅销的镇咳类中成药品种	32
图表 盐酸氨溴索制剂生产企业	37
图表 2005年我国样本医院平喘药物市场份额	51
图表 2006年上半年葛兰素史克呼吸系统药品市场	52
图表 阿斯利康2000～2006年上半年药品销售情况	58
图表 2005年国内样本医院布地奈德及其它吸入剂所占市场份额	60
图表 我国SFDA批准的部分吸入剂生产企业概况	62
图表 2003年咽喉药北京前10位品牌份额	66
图表 2004年咽喉药北京前10位品牌份额	67
图表 2003年咽喉药上海前10位品牌份额	67
图表 2004年咽喉药上海前10位品牌份额	68
图表 2003年咽喉药广州前10位品牌份额	68
图表 2004年咽喉药广州前10位品牌份额	69
图表 2003年咽喉药武汉前10位品牌份额	69
图表 2004年咽喉药武汉前10位品牌份额	69
图表 2003年咽喉药成都前10位品牌份额	70
图表 2004年咽喉药成都前10位品牌份额	70
图表 2005年8月济南咽喉用药市场：销售金额前10位	71
图表 2005年8月济南咽喉用药市场：销售数量前10位	71
图表 2005年7月郑州咽喉用药市场：销售金额前10位	72

图表 2005年7月郑州咽喉用药市场：销售数量前10位	72
图表 2005年6月长沙咽喉用药市场：销售金额前10位	73
图表 2005年6月长沙咽喉用药市场：销售数量前10位	73
图表 2003-2005年全国医院药品购入与销售金额	75
图表 2005年医院用药大类分析	76
图表 2005年医院用药各亚类近两年的增长情况	77
图表 2002年第一季度-2005年第三季度呼吸系统用药医院购入情况	81
图表 2004年呼吸系统疾病用药医院市场各亚类的金额份额	82
图表 2002年第一季度-2005年第三季度呼吸系统疾病用药医院市场各亚类的金额变化趋势	83
图表 2005年前三季度呼吸疾病用药医院市场各亚类的同期变化情况	84
图表 2005年前三季度呼吸系统疾病用药医院市场金额排序前十位药品	85
图表 2004年医院购药金额排序前十位生产企业变化情况	86
图表 2004年全国咽喉药前5位品牌合计	89
图表 2005年上半年咽喉药前5位品牌市场份额变化	89
图表 2006年上半年化学药市场份额前五位品类比较	92
图表 深圳咽喉用药市场容量分析	95
图表 深圳零售市场咽喉用药各类别03、04年市场份额分析	96
图表 深圳零售市场咽喉用药各剂型销售分析	96
图表 2003年、2004年深圳零售市场润喉药排行	98
图表 2006年11月上海第一医药药店咽喉用药在五官科用药中销售金额排序	100
图表 2006年11月上海华氏大药房咽喉用药在五官科用药中销售金额排序	101
图表 2006年11月上海肿瘤药房咽喉用药在五官科用药中销售金额排序	101
图表 2006年9月上海第一医药连锁祛痰止咳平喘药销售金额排序	102
图表 2006年9月上海华氏大药房连锁祛痰止咳平喘药销售金额排序	102
图表 2006年9月上海肿瘤药房连锁祛痰止咳平喘药销售金额排序	103
图表 2006年1月~7月咽喉用药/五官科用药报刊广告投放重点城市	109
图表 2006年1月~7月咽喉用药/五官科用药报刊广告市场投入产品构成情况	111
图表 2005年1月~2006年7月五官科用药报刊广告投放走势	112
图表 2006年1月~7月五官科用药报刊广告投放额分布区域	112
图表 2006年6月全国药品平面媒体广告投放排行榜	113
图表 2006年5月全国药品平面媒体广告投放排行榜	114
图表 2006年5月全国药品平面媒体广告投放排行榜	114



图表 2006年3月全国药品平面媒体广告投放排行榜	114
图表 2006年2月全国药品平面媒体广告投放排行榜	115
图表 2006年1月全国药品平面媒体广告投放排行榜	115
图表 止咳药广告投放前十名品牌	116
图表 止咳药广告投放前十名期刊	116
图表 2006止咳药品牌及生产厂家	117
图表 2005年1~4月广州市药品报刊广告投放类别排名	118
图表 2005年1-4月北京市药品报刊广告投放类别排名	119
图表 2005年1~4月上海市药品报刊广告投放类别排名	120
图表 广州地区05年度对常见病的治疗态度	122
图表 广州居民家中备有咽喉用药所占百分比	123
图表 外出时备带咽喉用药百分比	124
图表 05年度通常购买药品的地方	124
图表 每次购买数量比例	125
图表 影响选购咽喉用药的最重要因素	125
图表 2005年度各品牌咽喉用药的知名度	126
图表 2005年度买过及使用过的产品比例	127
图表 2005年度最常购买的咽喉用药品牌统计	128
图表 对四种品牌咽喉用药的总体疗效评价	129
图表 了解咽喉用药的信息渠道	130
图表 广告印象最深的几种咽喉用药	130
图表 哈尔滨市场感冒药店员推荐率图表（2004）	138
图表 哈尔滨市场咽喉用药店员推荐率图表（2004）	139
图表 哈尔滨76家药店店员感冒用药推荐情况表	139
图表 哈尔滨76家药店店员咽喉疾病用药推荐情况表	140
图表 2006年江中药业获利能力分析	158
图表 2006年江中药业经营能力分析	158
图表 2006年江中药业偿债能力分析	159
图表 2006年江中药业资本结构分析	159
图表 2006年江中药业发展能力分析	159
图表 2006年江中药业现金流量分析	160
图表 2006年前三季度江中药业主营业务收入	161

图表 2006年前三季度江中药业主营业务利润	161
图表 2006年前三季度江中药业营业利润	161
图表 2006年前三季度江中药业利润总额	162
图表 2006年前三季度江中药业净利润	162
图表 2006年前三季度江中药业现金流量分析	163
图表 2006年亿利科技获利能力分析	170
图表 2006年亿利科技经营能力分析	170
图表 2006年亿利科技偿债能力分析	171
图表 2006年亿利科技资本结构分析	171
图表 2006年亿利科技发展能力分析	171
图表 2006年亿利科技现金流量分析	172
图表 2006年前三季度亿利科技主营业务收入	172
图表 2006年前三季度亿利科技主营业务利润	173
图表 贵州黄果树立爽药业主要产品列表	175
图表 2006年前三季度武汉健民获利能力分析	179
图表 2006年前三季度武汉健民经营能力分析	179
图表 2006年前三季度武汉健民偿债能力分析	180
图表 2006年前三季度武汉健民资本结构分析	180
图表 2006年前三季度武汉健民发展能力分析	180
图表 2006年前三季度武汉健民现金流量分析	181
图表 2006年前三季度武汉健民主营业务收入	181
图表 2006年前三季度武汉健民主营业务成本	182
图表 2006年前三季度武汉健民主营业务利润	182

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39144.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。