



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年CMMS中国品牌发展报告 (药品及保健品卷)

一、调研说明

《2006年CMMS中国品牌发展报告（药品及保健品卷）》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/39849.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

止咳药

一 止咳药行业分地区基本市场状况 1

1.1 止咳药行业分地区总体市场与需求状况 1

二 止咳药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 2

2.1.1 品牌渗透率 2

2.1.2 品牌渗透率 3

2.2.1 品牌最经常服用比例 4

2.2.2 品牌最经常服用比例 5

三 止咳药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 6

3.1.1 品牌渗透率前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 6

3.1.2 品牌渗透率前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 7

3.2.1 品牌最经常服用比例前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 8

3.2.2 品牌最经常服用比例前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 9

四 止咳药消费者的生活态度 10

五 止咳药消费者的体育运动和休闲活动 11

5.1 参加体育运动比例 11

5.2 日常休闲活动比例 11

口腔咽喉用药

一 口腔咽喉用药行业分地区基本市场状况 12

1.1 口腔咽喉用药行业分地区总体市场与需求状况 12

二 口腔咽喉用药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 13

2.1 品牌渗透率 13

2.2 品牌最经常服用比例 14

三 口腔咽喉用药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 15

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 15

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 16

四 口腔咽喉用药消费者的生活态度 17

五 口腔咽喉用药消费者的体育运动和休闲活动 18

5.1 参加体育运动比例 18

5.2 日常休闲活动比例 18

感冒药

一 感冒药行业分地区基本市场状况 19

1.1 感冒药行业分地区总体市场与需求状况 19

二 感冒药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 20

2.1.1 品牌渗透率 20

2.1.2 品牌渗透率 21

2.2.1 品牌最经常服用比例 22

2.2.2 品牌最经常服用比例 23

三 感冒药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 24

3.1.1 品牌渗透率前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 24

3.1.2 品牌渗透率前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 25

3.2.1 品牌最经常服用比例前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 26

3.2.2 品牌最经常服用比例前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常

服用比例 27

四 感冒药消费者的生活态度 28

五 感冒药消费者的体育运动和休闲活动 29

5.1 参加体育运动比例 29

5.2 日常休闲活动比例 29

内服止痛药

一 内服止痛药行业分地区基本市场状况 30

1.1 内服止痛药行业分地区总体市场与需求状况 30

二 内服止痛药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 31

2.1 品牌渗透率 31

2.2 品牌最经常服用比例 32

三 内服止痛药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 33

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 33

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 34

四 内服止痛药消费者的生活态度 35

五 内服止痛药消费者的体育运动和休闲活动 36

5.1 参加体育运动比例 36

5.2 日常休闲活动比例 36

外用止痛药

一 外用止痛药行业分地区基本市场状况 37

1.1 外用止痛药行业分地区总体市场与需求状况 37

二 外用止痛药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 38

2.1 品牌渗透率 38

2.2 品牌最经常使用比例 39

三 外用止痛药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 40

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 40

3.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 41

四 外用止痛药消费者的生活态度 42

五 外用止痛药消费者的体育运动和休闲活动 43

5.1 参加体育运动比例 43

5.2 日常休闲活动比例 43

肠胃药

一 肠胃药行业分地区基本市场状况 44

1.1 肠胃药行业分地区总体市场与需求状况 44

二 肠胃药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 45

2.1.1 品牌渗透率 45

2.1.2 品牌渗透率 46

2.2.1 品牌最经常服用比例 47

2.2.2 品牌最经常服用比例 48

三 肠胃药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 49

3.1.1 品牌渗透率前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 49

3.1.2 品牌渗透率前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 50

3.2.1 品牌最经常服用比例前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 51

3.2.2 品牌最经常服用比例前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 52

四 肠胃药消费者的生活态度 53

五 肠胃药消费者的体育运动和休闲活动 54

5.1 参加体育运动比例 54

5.2 日常休闲活动比例 54

心脑血管药

一 心脑血管药行业分地区基本市场状况 55

1.1 心脑血管药行业分地区总体市场与需求状况 55

二 心脑血管药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 56

2.1 品牌渗透率 56

2.2 品牌最经常服用比例 57

三 心脑血管药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 58

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 58

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 59

四 心脑血管药服用者的生活态度 60

五 心脑血管药消费者的体育运动和休闲活动 61

5.1 参加体育运动比例 61

5.2 日常休闲活动比例 61

眼药

一 眼药行业分地区基本市场状况 62

1.1 眼药行业分地区总体市场与需求状况 62

二 眼药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 63

2.1 品牌渗透率 63

2.2 品牌最经常使用比例 64

三 眼药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 65

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 65

3.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 66

四 眼药消费者的生活态度 67

五 眼药消费者的体育运动和休闲活动 68

5.1 参加体育运动比例 68

5.2 日常休闲活动比例 68

皮肤药

一 皮肤药行业分地区基本市场状况 69

1.1 皮肤药行业分地区总体市场与需求状况 69

二 皮肤药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 70

2.1.1 品牌渗透率 70

2.1.2 品牌渗透率 71

2.2.1 品牌最经常使用比例 72

2.2.2 品牌最经常使用比例 73

三 皮肤药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 74

3.1.1 品牌渗透率前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 74

3.1.2 品牌渗透率前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 75

3.2.1 品牌最经常使用比例前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 76

3.2.2 品牌最经常使用比例前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 77

四 皮肤药消费者的生活态度 78

五 皮肤药消费者的体育运动和休闲活动 79

5.1 参加体育运动比例 79

5.2 日常休闲活动比例 79

减肥类营养品

一 减肥类营养品行业分地区基本市场状况 80

1.1 减肥类营养品行业分地区总体市场与需求状况 80

二 减肥类营养品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 81

2.1 品牌渗透率 81

2.2 品牌最经常服用比例 82

三 减肥类营养品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 83

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 83

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 84

四 减肥类营养品消费者的生活态度 85

五 减肥类营养品消费者的体育运动和休闲活动 86

5.1 参加体育运动比例 86

5.2 日常休闲活动比例 86

补钙型保健品

一 补钙型保健品行业分地区基本市场状况 87

1.1 补钙型保健品行业分地区总体市场与需求状况 87

二 补钙型保健品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 88

2.1 品牌渗透率 88

2.2 品牌最经常服用比例 89

三 补钙型保健品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 90

- 3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 90
- 3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 91

四 补钙型保健品消费者的生活态度 92

五 补钙型保健品消费者的体育运动和休闲活动 93

5.1 参加体育运动比例 93

5.2 日常休闲活动比例 93

补肾型保健品

一 补肾型保健品行业分地区基本市场状况 94

1.1 补肾型保健品行业分地区总体市场与需求状况 94

二 补肾型保健品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 95

2.1 品牌渗透率 95

2.2 品牌最经常服用比例 96

三 补肾型保健品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 97

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 97

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 98

四 补肾型保健品消费者的生活态度 99

五 补肾型保健品消费者的体育运动和休闲活动 100

5.1 参加体育运动比例 100

5.2 日常休闲活动比例 100

补脑型保健品

一 补脑型保健品行业分地区基本市场状况 101

1.1 补脑型保健品行业分地区总体市场与需求状况 101

二 补脑型保健品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	102
2.1 品牌渗透率	102
2.2 品牌最经常服用比例	103
三 补脑型保健品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	104
3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	104
3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例	105
四 补脑型保健品消费者的生活态度	106
五 补脑型保健品消费者的体育运动和休闲活动	107
5.1 参加体育运动比例	107
5.2 日常休闲活动比例	107
补血型保健品	
一 补血型保健品行业分地区基本市场状况	108
1.1 补血型保健品行业分地区总体市场与需求状况	108
二 补血型保健品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	109
2.1 品牌渗透率	109
2.2 品牌最经常服用比例	110
三 补血型保健品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	111
3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	111
3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例	112
四 补血型保健品消费者的生活态度	113
五 补血型保健品消费者的体育运动和休闲活动	114

5.1 参加体育运动比例 114

5.2 日常休闲活动比例 114

滋补养颜型保健品

一 滋补养颜型保健品行业分地区基本市场状况 115

1.1 滋补养颜型保健品行业分地区总体市场与需求状况 115

二 滋补养颜型保健品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 116

2.1 品牌渗透率 116

2.2 品牌最经常服用比例 117

三 滋补养颜型保健品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 118

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 118

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 119

四 滋补养颜型保健品消费者的生活态度 120

五 滋补养颜型保健品消费者的体育运动和休闲活动 121

5.1 参加体育运动比例 121

5.2 日常休闲活动比例 121

综合类营养补品

一 综合类营养补品行业分地区基本市场状况 122

1.1 综合类营养补品行业分地区总体市场与需求状况 122

二 综合类营养补品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 123

2.1.1 品牌渗透率 123

2.1.2 品牌渗透率 124

2.2.1 品牌最经常服用比例 125

2.2.2 品牌最经常服用比例 126

三 综合类营养补品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	127
3.1.1 品牌渗透率前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	127
3.1.2 品牌渗透率前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	128
3.2.1 品牌最经常服用比例前1-10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例	129
3.2.2 品牌最经常服用比例前11-20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例	130

四 综合类营养补品消费者的生活态度 131

五 综合类营养补品消费者的体育运动和休闲活动 132

5.1 参加体育运动比例 132

5.2 日常休闲活动比例 132

多种维生素营养补品

一 多种维生素营养补品行业分地区基本市场状况 133

1.1 多种维生素营养补品行业分地区总体市场与需求状况 133

二 多种维生素营养补品行业各主要品牌分地区基本市场状况 134

2.1 品牌渗透率 134

2.2 品牌最经常服用比例 135

三 多种维生素营养补品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 136

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 136

3.2 品牌最经常服用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用比例 137

四 多种维生素营养补品消费者的生活态度 138

五 多种维生素营养补品消费者的体育运动和休闲活动 139

5.1 参加体育运动比例 139

5.2 日常休闲活动比例 139

妇科用药

一 妇科用药行业分地区基本市场状况 140

1.1 妇科用药行业分地区总体市场与需求状况 140

二 妇科用药行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 141

2.1 品牌渗透率 141

2.2 品牌最经常服用/使用比例 142

三 妇科用药行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 143

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 143

3.2 品牌最经常服用/使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常服用/使用比例 144

四 妇科用药消费者的生活态度 145

五 妇科用药消费者的体育运动和休闲活动 146

5.1 参加体育运动比例 146

5.2 日常休闲活动比例 146

隐形眼镜

一 隐形眼镜行业分地区基本市场状况 147

1.1 隐形眼镜行业分地区总体市场与需求状况 147

二 隐形眼镜行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 148

2.1 品牌渗透率 148

2.2 品牌最经常使用比例 149

三 隐形眼镜行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 150

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 150

3.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 151

四 隐形眼镜消费者的生活态度 152

五 隐形眼镜消费者的体育运动和休闲活动 153

5.1 参加体育运动比例 153

5.2 日常休闲活动比例 153

隐形眼镜护理液

一 隐形眼镜护理液行业分地区基本市场状况 154

1.1 隐形眼镜护理液行业分地区总体市场与需求状况 154

二 隐形眼镜护理液行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 155

2.1 品牌渗透率 155

2.2 品牌最经常使用比例 156

三 隐形眼镜护理液行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 157

3.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 157

3.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 158

四 隐形眼镜护理液消费者的生活态度 159

五 隐形眼镜护理液消费者的体育运动和休闲活动 160

5.1 参加体育运动比例 160

5.2 日常休闲活动比例 160

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39849.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。