

2008-2010年中国咽喉用药 业研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2010年中国咽喉用药业研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/8731.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

近年来，我国咽喉疾病的发病率呈逐年上升状态，使得咽喉用药成为了继胃药、感冒药之外，百姓消费最多的药品种类。与感冒药相近，咽喉用药多属于OTC常用药，消费者自主选择空间很大，因此产品知名度对于引导消费十分明显，很多我们熟悉的品牌都是通过大手笔的广告投放进行圈地。人们虽然在选购此类药品时最注重其疗效，但现实产品疗效却相对不高，因而在实际选购时有时只能退而求其次，根据其口感、产品说明等因素进行选购。从产品发展的角度来说，现有咽喉用药产品的疗效普遍不是很高，这固然是一个人类医学界的世界性难题，同时也是新产品能够有机会大展身手的领域。这是因为，多发而又难以根治的咽喉病特点和人们急需具有良好疗效咽喉用药的心理，决定了咽喉用药品市场是一个大有作为的大市场。由于咽喉口腔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。这就使咽喉口腔用药拥有庞大的消费群体与广阔的市场发展空间。

咽喉类产品从类型上可分保健和治疗两类，目前市场占有率较高的产品大多是保健型。新品牌挑战老品牌、小品牌挑战大品牌最有效的方法是重新洗牌、改变游戏规则、重新制定标准，颠覆现状。“保健型”和“治疗型”的划分，就是对咽喉药的重新洗牌、标准的重新制定，也是新产品快速提高知名度、快速在消费者心中打下烙印的有效途径。然而，目前在治疗型产品中，还没出现一个类似金嗓子喉宝这样的强势品牌。慢咽舒柠和华素片尽管有不错的基础，但优势不足，目前还难以成为该子类市场的领导品牌。可以预见，以治疗为主的市场将是未来几年咽喉药市场中高速增长细分市场。生产治疗型产品的企业应该尽快抓住消费者的消费心理和行为习惯找到突破口，以抢得商机。

咽喉类用药市场潜力较大。目前咽喉类产品市场规模约有40亿，其中咽喉用药约占30亿，而且每年增长率为11%-12%，预计到2010年将达到45亿元。咽喉类用药以OTC为主，剂型以中药类含片为主。从现有的市场情况分析，产品销售的前十名品牌在不断更新，品牌优势在逐渐分散，市场份额出现了均摊的趋势，说明咽喉类用药的细分市场依然是一个开放和充分竞争的市场。目前越来越多的大中型药品生产企业已经看到了该市场的潜力，纷纷做好了强势介入的准备。行业热点逐渐形成，新品不断更新上市。随着这一市场的扩容，咽喉用药将出现类似感冒药品牌间的激烈竞争。2008-2009年，咽喉用药市场会有怎样的发展形势呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家食品药品监督管理局、中国医药商业协会、中国生命科学研究院、南方医药经济研究所、中国轻工业联合会、中国经济景气监测中心、中华全国商业信息中心、《生物医药世界》、《中国药业情报》、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及咽喉用药专业研究单位等公布和提供的大量资料。报告从咽喉用药行业的现状、发展概况、投资特性

、行业产品分析、市场竞争格局、行业著名品牌企业、行业发展预测及投资策略几个方面对咽喉用药行业进行了详细的叙述，并介绍了咽喉用药行业里部分重点企业赢利状况。本报告是咽喉用药生产企业、咽喉用药经营企业以及相关企业和单位、计划投资于咽喉用药的企业和个人等准确了解目前中国咽喉用药市场发展动态，把握咽喉用药行业发展趋势，制定市场策略的必备资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 咽喉用药行业概述 1

第一节 咽喉炎概述 1

一、咽喉炎的研究 1

二、咽喉用药概述 3

第二节 世界咽喉用药行业发展分析 6

第三节 呼吸系统类药物市场预测 7

一、2008-2009年全球医药市场趋势分析 7

二、2008-2009年呼吸系统类药物市场预测 11

第二章 我国医药行业运行状况分析 14

第一节 2008年医药行业整体运行状况分析 14

一、2008年医药制造业销售收入前十家企业 14

二、2008年医药制造业主要经济运行分析 15

第二节 2008-2009年医药行业发展分析 60

一、2008年医药行业发展环境分析 60

二、2008年医药行业运行分析 74

三、全球金融危机对我国医药行业的影响 93

四、2009年医药行业发展前景 95

五、2009年中国医药行业发展趋势 97

第三节 “十一·五”医药行业发展趋势 100

一、“十一·五”时期我国医药行业发展趋势 100

二、“十一五”医药重点领域发展趋势 103

第三章 我国咽喉用药市场分析 106

第一节 我国呼吸系统用药概况 106

第二节 咽喉用药市场发展现状分析 108

一、咽喉市场发展现状 108

二、咽喉市场消费者分析 109

三、咽喉市场品牌竞争分析 110

四、咽喉市场营销分析 112

五、咽喉市场出路分析 113

第三节 2008年我国咽喉用药市场分析 114

一、咽喉口腔用药零售市场分析 114

二、口腔溃疡用药地区市场分析 117

三、2008年咽喉类口含片市场分析 122

四、2008年镇咳类药品市场分析 127

五、平喘药物市场发展现状分析 128

六、枇杷膏OTC营销整合分析 131

七、呼吸道用药市场分析 141

八、呼吸道用吸入剂市场分析 144

第四章 咽喉用药OTC市场销售情况分析 148

第一节 2008年我国OTC市场现状与发展前景 148

一、我国OTC市场发展现状分析 148

二、我国OTC市场发展前景分析 149

第二节 全国咽喉用药零售市场分析 150

一、2008年我国药品零售企业发展分析 150

二、2008年我国咽喉用药零售情况分析 153

三、儿童用药市场发展情况分析 157

第三节 各城市咽喉药零售情况分析 169

一、2008年济南零售市场分析 169

二、2008年石家庄零售市场分析 170

三、2008年苏州零售市场分析 171

第四节 咽喉用药广告投放情况分析 171

一、2007年咽喉用药广告投放情况分析 171

二、2007年全国药品平面媒体广告投放排行榜 173

第二部分 消费者调查分析

第五章 咽喉用药消费者调查分析 183

第一节 咽喉用药消费者调查 183

一、对感冒、咽喉炎、扁桃体炎等常见病的治疗态度 183

二、购买药品的特点 184

三、影响选择购买咽喉用药的因素分析 184

四、对咽喉用药的认知程度调查 185

五、消费者了解咽喉用药的信息途径 187

六、广告印象最深的几种咽喉用药 187

七、调查的主要结论 187

第二节 咽喉用药销售店员调查分析 188

第三节 咽喉用药消费者分析 189

一、城乡OTC市场消费心理对比 189

二、医药市场城乡消费者需求对比研究 191

三、社区药品营销深度开发浅析 195

第三部分 行业竞争分析

第六章 我国咽喉用药市场竞争分析 197

第一节 我国咽喉用药市场格局分析 197

一、市场增长性分析 197

二、各类别咽喉产品市场构成 197

三、重点城市市场竞争格局 198

四、主要品牌分析 199

第二节 我国咽喉用药市场竞争分析 203

一、咽喉用药竞争现状 204

二、突破竞争开创蓝海 204

三、管理到位渠道为王 205

四、咽喉用药终端市场分析 207

第三节 2008年咽喉用药市场品牌竞争格局 208

一、咽喉市场品牌分析 208

二、细分市场支持终端 210

三、新老品牌竞争分析 211

第四节 吴太咽炎片与桂龙慢严舒柠市场争夺战 213

一、桂龙慢严舒柠的优势 213

二、桂龙慢严舒柠的劣势 214

三、吴太咽炎片的优势 215

四、吴太咽炎片的劣势 215

第七章 咽喉用药主要企业发展分析 217

第一节 广西金嗓子有限责任公司 217

一、企业概况 217

二、公司销售网络 220

三、公司营销策略 220

第二节 桂林三金集团股份有限公司 224

一、企业概况 224

二、公司主要产品介绍 225

三、公司的品牌之路 231

第三节 江西江中药业股份有限公司 235

一、企业概况 235

二、2008年公司经营情况 237

三、2008年公司动态 242

第四节 亿利资源集团 244

一、企业概况 244

二、2008年经营状况 246

三、2008年发展动态 249

第五节 北京华素制药股份有限公司 250

一、企业概况 250

二、公司品牌战略 251

三、2008年公司动态 252

第六节 贵州黄果树立爽药业有限公司 253

- 一、企业概况 253
- 二、公司产品介绍 254
- 三、公司销售网络 255
- 第七节 武汉健民药业集团 255

- 一、企业概况 255
- 二、产品战略 257
- 三、2008年经营状况 267
- 四、2008年发展动态 271

第八节 地奥集团 272

- 一、企业概况 272
- 二、公司科研优势 273

第九节 黄氏响声丸 275

- 一、企业概况 275
- 二、黄氏响声丸营销策略 278

第十节 桂龙慢严舒柠 282

第四部分 行业发展趋势及策略

第八章 咽喉用药发展趋势与策略分析 285

第一节 2009年OTC行业发展趋势 285

- 一、2009年OTC市场发展趋势 285
- 二、2010年全球OTC市场展望 285
- 三、2020年我国OTC市场预测 286

第二节 2008-2009年咽喉用药发展趋势分析 288

- 一、2008-2009年咽喉用药市场需求预测 288
- 二、2010年咽喉用药行业发展预测 289

第三节 咽喉用药发展策略分析 289

- 一、品牌力提升策略分析 290
- 二、产品力提升策略分析 290

第四节 咽喉用药营销模式和渠道管理分析 291

- 一、2008年医药流通领域现状分析 291
- 二、2008年我国医药物流业现状及趋势分析 294
- 三、连锁药店的经营策略分析 297

四、品牌咽喉药市场营销特点和消费取向分析 300

图表目录

- 图表：2004-2005年全国咽喉用药前十位品牌及份额比较 4
- 图表：2005年金嗓子喉宝销售额走势图 5
- 图表：2005年慢严舒柠颗粒销售额走势图 5
- 图表：2008年2月医药制造业销售收入前十家企业 14
- 图表：2008年5月医药制造业销售收入前十家企业 14
- 图表：2008年8月医药制造业销售收入前十家企业 15
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标全国合计 15
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标北京市合计 16
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标天津市合计 18
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标河北省合计 19
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标山西省合计 21
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标内蒙古合计 22
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标辽宁省合计 23
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标吉林省合计 25
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标黑龙江合计 26
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标上海市合计 28
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标江苏省合计 29
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标浙江省合计 30
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标安徽省合计 32
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标福建省合计 33
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标江西省合计 35
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标山东省合计 36
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标河南省合计 37
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标湖北省合计 39
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标湖南省合计 40
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标广东省合计 42
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标广西区合计 43
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标海南省合计 44
- 图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标重庆市合计 46

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标四川省合计 47

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标贵州省合计 49

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标云南省合计 50

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标西藏区合计 51

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标陕西省合计 53

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标甘肃省合计 54

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标青海省合计 56

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标宁夏区合计 57

图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标新疆区合计 58

图表：2007-2008年医药行业销售收入和经营性现金流量对比图 61

图表：2005-2008年医药商业营业收入季度变化图 61

图表：1998-2008年医药工业销售收入增长趋势 61

图表：2005-2008年医药板块营业利润季度变化图 62

图表：2008年医药行业上市公司净利润情况 62

图表：2007年3季度-2008年3季度各产业累计GDP及同比增长情况 63

图表：2001-2008年各产业累计GDP同比增长走势 63

图表：2008年3季度我国医药管理部门职能调整情况一览 65

图表：2008年3季度国家“重大新药创制”科技重大专项实施进程 69

图表：改革开放30年我国医改历程回顾 70

图表：2007年3季度-2008年3季度全国、工业及医药企业景气指数 74

图表：2004-2008年全国、工业及医药企业景气指数走势 75

图表：2007年9月-2008年9月全国及医药行业各月累计固定资产投资情况 76

图表：2006-2008年全国及医药行业各月累计固定资产投资增速走势 76

图表：2007年9月-2008年9月医药行业工业总产值情况 77

图表：2006-2008年医药行业各月工业总产值及增速 77

图表：2006-2008年医药行业各月累计工业总产值及增速 78

图表：2007年9月-2008年9月全国及医药行业工业增加值增速情况 78

图表：2007-2008年全国及医药行业当月工业增加值增速走势 79

图表：2007-2008年全国及医药行业累计工业增加值增速走势 79

图表：2007年9月-2008年9月医药行业新产品产值情况 80

图表：2006-2008年医药行业累计新产品产值及增速 80

图表：2007年9月-2008年9月化学原料药产量情况 81

图表：2006年-2008年化学原料药各月产量及增速 82

图表：2006年-2008年化学原料药各月累计产量及增速 82

图表：2007年9月-2008年9月中成药产量情况 83

图表：2006-2008年中成药各月产量及增速 83

图表：2006-2008年中成药各月累计产量及增速 83

图表：2007年9月-2008年9月医药行业工业销售产值情况 84

图表：2007-2008年医药行业各月工业销售产值及增速 85

图表：2007-2008年医药行业各月累计工业销售产值及增速 85

图表：2007-2008年商品零售价格指数与中西药品及医疗保健用品价格指数情况 86

图表：2005-2008年全国商品零售价格指数与中西药品及医疗保健用品价格指数走势 86

图表：2007-2008年全国及医药行业工业品出厂价格指数情况 87

图表：2003-2008年医药行业工业品出厂价格指数 87

图表：2007年9月-2008年9月医药行业出口交货值情况 88

图表：2007-2008年医药行业各月出口交货值及增速 89

图表：2007-2008年医药行业各月累计出口交货值及增速 89

图表：2007年8月-2008年8月医药行业收入与利润情况 90

图表：2006-2008年医药行业产品销售收入与利润总额走势 90

图表：2006-2008年医药行业成本费用利润率走势 90

图表：2008年1-8月医药行业子行业收入与利润情况 92

图表：2007年8月-2008年8月医药行业亏损企业亏损情况 92

图表：2006-2008年医药行业亏损企业比重及亏损额走势 93

图表：2005年深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药市场容量比较 117

图表：2005年深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药中西药占比 118

图表：2005年深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药各剂型占比 119

图表：2004-2005年深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药前三位品牌份额变化 120

图表：2005年深圳、重庆、宁波意可贴市场份额走势图 121

图表：2005年深圳、重庆、宁波西瓜霜喷剂市场份额走势图 122

图表：2004-2005年我国样本医院吸入药物市场份额比较 147

图表：我国SFDA批准的部分吸入剂生产企业概况 147

图表：2008年1季度药店终端咽喉市场前五品牌份额变动 154

图表：2008年1季度广州地区药店终端的咽喉药品牌变动 154

图表：2008年1季度全国23个城市药店终端咽喉药销售规模同比分析 155

图表：2008年1季度金嗓子在各城市药店终端的市场份额变动曲线 155

图表：2008年7月济南市咽喉中成药零售排行 169

图表：2008年7月石家庄市咽喉中成药零售排行 170

图表：2008年7月苏州市咽喉中成药零售排行 171

图表：2002-2007年咽喉疾病用药报刊广告规模发展趋势 172

图表：2002-2007年咽喉疾病用药报刊广告投放月度分布 173

图表：2005年3月全国药业平面媒体广告投放排行榜 173

图表：2005年5月全国药业平面媒体广告投放排行榜 174

图表：2005年7月全国药业平面媒体广告投放排行榜 174

图表：2005年9月全国药业平面媒体广告投放排行榜 175

图表：2005年11月全国药业平面媒体广告投放排行榜 175

图表：2006年1月全国药业平面媒体广告投放排行榜 176

图表：2006年3月全国药业平面媒体广告投放排行榜 176

图表：2006年5月全国药业平面媒体广告投放排行榜 177

图表：2006年7月全国药业平面媒体广告投放排行榜 177

图表：2006年9月全国药业平面媒体广告投放排行榜 178

图表：2006年11月全国药业平面媒体广告投放排行榜 178

图表：2007年1月全国药业平面媒体广告投放排行榜 179

图表：2007年3月全国药业平面媒体广告投放排行榜 179

图表：2007年5月全国药业平面媒体广告投放排行榜 180

图表：2007年7月全国药业平面媒体广告投放排行榜 180

图表：2007年9月全国药业平面媒体广告投放排行榜 181

图表：家中是否备有咽喉用药 183

图表：外出时是否带咽喉用药 184

图表：通常购买药品的地方 184

图表：各品牌咽喉用药的知名度 185

图表：五大城市零售咽喉用药零售数据分析 197

图表：零售咽喉用药零售品类比较 198

图表：北京咽喉用药前十位品牌份额 201

图表：上海咽喉用药前十位品牌份额 201

图表：广州咽喉用药前十位品牌份额 202

图表：武汉咽喉用药前十位品牌份额 202

图表：成都咽喉用药前十位品牌份额 203

图表：广西金嗓子集团全国销售网络 220

图表：广西金嗓子集团国外销售网络 220

图表：2008年2季度江中药业股份有限公司主营构成表 237

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司每股指标 237

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司获利能力表 237

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司经营能力表 238

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司偿债能力表 238

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司资本结构表 238

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司发展能力表 238

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司现金流量分析表 239

图表：2007-2008年江中药业股份有限公司利润分配表 239

图表：2008年3季度江中药业股份有限公司业绩比较 240

图表：2008-2010年江中药业股份有限公司财务和估值数据 240

图表：2008-2010年江中药业股份有限公司利润表 241

图表：2008-2010年江中药业股份有限公司财务指标 241

图表：2008-2010年江中药业股份有限公司资产负债表 242

图表：2008-2010年江中药业股份有限公司现金流量表 242

图表：2008年2季度内蒙古亿利能源股份有限公司主营构成表 246

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司每股指标 246

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司获利能力表 247

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司经营能力表 247

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司偿债能力表 247

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司资本结构表 247

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司发展能力表 248

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司现金流量分析表 248

图表：2007-2008年内蒙古亿利能源股份有限公司利润分配表 248

图表：2008-2009年内蒙古亿利能源股份有限公司盈利预测 249

图表：贵州黄果树立爽药业有限公司产品介绍 254

图表：贵州黄果树立爽药业有限公司销售网络 255

图表：武汉健民药业集团股份有限公司市场营销网络 256

图表：武汉健民药业集团股份有限公司产品存在问题 257

图表：武汉健民药业集团股份有限公司产品发展战略方向不明确 258

图表：武汉健民药业集团股份有限公司领导思想不统一 260

图表：武汉健民药业集团股份有限公司产品功能分类与消费群体坐标分析表 261

图表：武汉健民药业集团股份有限公司重点产品表 263

图表：武汉健民药业集团股份有限公司产品策略 265

图表：中医打包图 266

图表：2008年2季度武汉健民药业集团股份有限公司主营构成表 267

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司每股指标 268

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司获利能力表 268

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司经营能力表 268

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司偿债能力表 269

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司资本结构表 269

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司发展能力表 269

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司现金流量分析表 269

图表：2007-2008年武汉健民药业集团股份有限公司利润分配表 270

图表：2020年中国将成为世界第二大医药市场 287

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8731.html>