

2009-2010年中国胃药行业 市场研究及投资发展预测报告

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

《2009-2010年中国胃药行业市场研究及投资发展预测报告》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/200906/18023.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

第一章 2008-2009年中国胃药行业市场发展环境分析

一、2008-2009年中国经济发展环境分析

(一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国胃药市场政策环境分析

(一) 新医改政策要点分析

(二) 相关行业政策

(二) 法律法规

三、2008-2009年中国胃药市场社会环境分析

第二章 2008-2009年全球胃药行业整体运营状况分析

一、2008-2009年全球胃药行业市场发展格局

(一) 全球胃药市场特征分析

(二) 全球主要胃药品牌综述

(三) 全球胃药市场动态分析

(四) 全球胃药市场分析

二、2008-2009年全球胃药品牌主要国家分析

(一) 美国

(二) 日本

(三) 欧洲

三、2009-2012年全球胃药行业发展趋势分析

第三章 2008-2009年中国胃药行业市场运行态势剖析

一、胃药中国市场品牌发展历程

(一) 三九胃泰独领风骚

(二) 三九胃泰、吗丁啉两虎相争

(三) 吗丁啉强势反超

二、2008-2009年中国胃药市场发展现状分析

(一) 中国胃药市场运行特点分析

(二) 我国胃药市场规模不断扩大

(三) 2008年胃药零售市场保持快速增长

(四) 国内胃药零售药品市场上三足鼎立的市场格局

三、2008-2009年中国胃药市场存在的问题分析

第四章 2008-2009年中国胃药行业市场供需分析

一、2008-2009年中国胃药市场供给情况分析

(一) 中国胃药企业生产力分析

(二) 中国胃药市场整体供给形势分析

(三) 新胃药研发动态

二、2008-2009年中国胃药市场消费情况分析

(一) 08年国内胃药市场规模预分析

(二) 胃药医院市场需求情况分析

(三) 胃药农村零售市场需求情况分析

三、2008-2009年影响胃药市场供需的因素分析

第五章 2008-2009年中国胃药业内热点产品运营态势分析

一、胃肠道用药医院市场销售格局

(一) 2002-2005年医院市场胃肠用药销售走势及市场容量

(二) 胃肠用药主要品牌销售分析

(三) 胃肠用药主要品牌销售构成分析

二、零售及农村市场销售分析

(一) 零售市场胃肠用药市场容量及销售走势分析

(二) 胃肠用药零售市场用药格局分析

1、胃肠用药零售市场销售构成分析

2、零售市场胃肠用药主要品牌销售分析

3、零售市场胃肠用药主要品牌市场份额构成分析

三、胃肠道医院用药区域销售分析

(一) 上海地区胃肠道用药销售分析

(二) 南京地区及江苏省胃肠道用药销售分析

(三) 杭州地区及浙江省胃肠道用药销售分析

(四) 广州地区及广东省胃肠道用药销售分析

第六章 2008-2009年中国胃药市场营销分析

一、中国胃药市场销售终端的基本类型

(一) 中国胃药市场各终端的基本特点

(二) 各类胃药终端的分布格局

(三) 胃药市场的主要销售模式

二、胃药企业主要渠道模式分析

(一) 区域代理

(二) 特许经营

三、中国胃药在不同渠道销售情况

(一) 胃药渠道策略分析

(二) 代理商选择策略

(三) 渠道的本土化策略

(四) 品牌联合策略

第七章 2008-2009年国胃药市场消费调查分析

一、胃药消费者调查分析

(一) 胃病患者年龄分布

(二) 服用胃药时间

(三) 胃药消费者购买胃药的周期

(四) 家中是否常备胃药

二、消费者购买胃药的渠道分析

(一) 药站

(二) 医院

(三) 其它

三、消费者购买胃药品牌忠诚度调查分析

(一) 吗叮啉

(二) 三九胃泰

(三) 胃必治

(四) 斯达舒

(五) 江中健胃消食片

四、消费者购买重点关注因素调查分析

(一) 品牌

(二) 价格

(三) 包装

(四) 成份

第八章 2008-2009年中国胃药市场竞争格局透析

一、2008-2009年中国胃药行业竞争现状

- (一) 价格竞争分析
- (二) 营销方式竞争分析
- (三) 国际知名药企加在中国市场投资力度
- (四) 东药虎视胃药市场 “消化道之役”打响

二、2008-2009年中国胃药品牌竞争格局

- (一) 整体竞争格局分析
- (二) 市场竞争深度分析

1、消费群体结构分析

2、市场份额和忠诚度分析

3、主要品牌成长性分析

- (三) 主要品牌竞争手段分析

- (一) 吗丁啉

- (二) 江中健胃消食片

- (三) 胃必治

- (四) 三九胃泰

四、2009-2012年中国胃药行业竞争趋势分析

第九章 中国胃药行业重点企业分析

一、海南海药股份有限公司

- (一) 企业概况

- (二) 企业财务分析

二、江西中兴汉方药业有限公司

- (一) 企业概况

- (二) 企业财务分析

三、深圳三九企业集团

- (一) 企业概况

- (二) 企业财务分析

四、吉林修正药业集团

- (一) 企业概况

- (二) 企业财务分析

五、西安杨森制药有限公司

- (一) 企业概况

- (二) 企业财务分析

七、哈药集团制药四厂

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

八、江苏江中集团

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

九、贵州威门药业股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

第十章 2009-2012年中国胃药行业发展及投资分析

一、2009-2012年中国胃药行业发展前景分析

(一) 全球胃药市场前景看好

(二) 中国胃药市场前景展望

(三) 中国胃药消费群庞大

二、2009-2012年中国胃药行业发展趋势分析

(一) 胃药市场销售趋势

(二) 胃药产品技术发展趋势

(三) 胃药包装趋势分析

三、2009-2012年中国胃药行业市场预测分析

四、2009-2012年中国胃药行业投资分析

(一) 中国胃药行业投资环境分析

(二) 中国胃药行业投资机会分析

(三) 中国胃药行业投资风险分析

五、2009-2012年中国胃药企业策略分析

(一) 找准市场，确定招商目标

(二) 建立样板市场，展示企业风采

(三) 组建厂商战略联盟，创建独特市场经营模式

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18023.html>