

2024-2030年中国感冒药行业 发展态势与发展前景预测报告

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

《2024-2030年中国感冒药行业发展态势与发展前景预测报告》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/202310/412326.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

感冒是一种常见又多发的疾病，受气候、环境等因素的变化影响很大，用药频率相对较高，因此，感冒药拥有较大的需求市场。在药品市场，感冒药一直是一块令人看好的“大蛋糕”。这是因为，除了冬春季节是感冒高发季节外，其他季节感冒也是一种常见病。我国每年有75%的人至少患一次感冒，也就是说每年有近10亿人至少需用一次感冒药物，我国感冒中成药市场发展前景十分可观。

在新冠肺炎防治中，中医药发挥了独特而重要的作用，感冒中成药因此备受青睐。数据显示，2021年中国三大终端6大市场感冒中成药销售规模超过180亿元，同比增长0.43%。其中，零售药店是感冒中成药销售最重要的渠道，2021年所占市场份额达55.47%。

纵观整个感冒药市场的发展，可以看出感冒药市场发展前景看好，城市居民保健意识不断提高，农村市场“新农合”的普及，使过去被认为“扛一扛”就能顶过去的感冒逐渐受到应有的重视，这部分潜在空间将有可能化为现实的销售增量。同时，国家对卫生经费投入的增加，城市和农村居民医保费用的提高，也会拉动感冒药市场进一步扩容。另外，在非处方药中，感冒药所占比重最大。非处方药市场的发展将为感冒药市场的成长带来强劲的推动力，感冒药市场将随着非处方药市场的成长而“水涨船高”。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国感冒药行业发展态势与发展前景预测报告》共六章。首先介绍了感冒药的相关概念，接着透析了我国感冒药市场的总体概况，并对我国感冒药市场消费及购买行业做了分析，然后介绍了我国主要地区感冒药市场的发展。随后，报告对感冒药市场营销策略做了详述，最后分析了感冒药优势品牌企业的发展。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家药品监督管理局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国化学制药工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对感冒药市场有个系统深入的了解、或者想投资感冒药生产，告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 感冒药的相关概述

1.1 感冒药的介绍

1.1.1 感冒药的定义

1.1.2 感冒病症基本特征及分类

1.2 感冒的治疗

- 1.2.1 对症疗法
- 1.2.2 中药治疗
- 1.2.3 自愈治疗
- 1.2.4 控制感染
- 1.2.5 锻炼
- 1.2.6 医生咨询

第二章 2021-2023年我国感冒药市场总体分析

2.1 2021-2023年我国感冒药市场的概况

- 2.1.1 我国感冒药市场的发展环境
- 2.1.2 我国感冒药市场规模及成长性
- 2.1.3 我国感冒药的市场容量
- 2.1.4 我国感冒药市场的定位策略

2.2 我国感冒药市场危机的剖析

- 2.2.1 全球感冒药危机的起因
- 2.2.2 我国感冒药主要成分的安全性
- 2.2.3 对我国感冒药市场造成的影响
- 2.2.4 我国感冒药企业的应对策略

2.3 2021-2023年我国感冒药的市场特征

- 2.3.1 知名品牌占大部分市场份额
- 2.3.2 国产品牌与合资品牌的市场表现
- 2.3.3 感冒药竞争集中在终端
- 2.3.4 我国药品零售市场的发展空间

2.4 2021-2023年感冒药品牌网络口碑监测分析

- 2.4.1 感冒药品牌网络KPI排行榜
- 2.4.2 感冒药行业网络口碑KPI分析
- 2.4.3 感冒药品牌网络口碑优劣势分析
- 2.4.4 品牌关联性分析

2.5 2021-2023年我国感冒药市场的竞争分析

- 2.5.1 外资品牌占感冒药市场主导地位
- 2.5.2 我国感冒药市场的品牌竞争格局
- 2.5.3 我国感冒药市场份额向知名品牌集中

- 2.5.4 甲流使感冒药市场扩容竞争加剧
- 2.5.5 感冒药市场出现将产品细分的竞争手段
- 2.6 感冒药市场的发展前景预测
 - 2.6.1 我国感冒药市场发展前景看好
 - 2.6.2 我国感冒药市场未来的发展方向
 - 2.6.3 我国农村感冒药市场发展前景广阔

第三章 2021-2023年我国感冒药市场消费及购买行为分析

- 3.1 2021-2023年我国感冒药市场消费分析
 - 3.1.1 消费者对各种感冒药的认可度
 - 3.1.2 中低价位感冒药受消费者青睐
 - 3.1.3 我国感冒药市场的消费特征
- 3.2 感冒药市场购买行为分析
 - 3.2.1 影响消费者购买行为的因素
 - 3.2.2 消费者治疗感冒的方法
 - 3.2.3 消费者治疗感冒的花费
 - 3.2.4 消费者青睐主流感冒药品牌
 - 3.2.5 主流感冒药品牌形象特色鲜明

第四章 2021-2023年我国主要地区感冒药市场发展分析

- 4.1 2021-2023年我国主要地区感冒药市场分析
 - 4.1.1 我国各地区感冒药市场总体概况
 - 4.1.2 我国不同地区感冒药市场的表现
 - 4.1.3 感冒药具体产品的销售情况
 - 4.1.4 感冒药市场的品牌集中度
 - 4.1.5 感冒药市场的零售主体
 - 4.1.6 感冒药市场主要品牌的铺货率
 - 4.1.7 儿童感冒药的市场空间
 - 4.1.8 我国各地店员销售感冒药的影响因素
- 4.2 2021-2023年我国主要城市感冒药市场销售分析
 - 4.2.1 北京感冒药市场的销售情况
 - 4.2.2 上海小儿感冒药的市场销售分析

4.2.3 宁波感冒药零售市场的容量分析

4.2.4 广州热销感冒药的市场行情分析

第五章 2021-2023年我国感冒药市场营销分析

5.1 感冒药市场的营销原则

5.1.1 差异性原则

5.1.2 大类市场定位原则

5.1.3 模糊真相原则

5.2 感冒药生产企业的营销策略

5.2.1 感冒药生产企业的发展须以顾客为中心

5.2.2 感冒药生产企业需选准目标顾客

5.2.3 感冒药生产企业需了解目标顾客

5.2.4 感冒药生产企业的品牌制胜

5.2.5 感冒药生产企业的广告传播

5.2.6 感冒药生产企业的产品制胜

5.3 OTC类感冒药广告策略

5.3.1 特征表现需明显

5.3.2 卡通形象能讨好

5.3.3 差异化的广告策略

5.3.4 情感策略表演需到位

5.3.5 群体效应可做普药新主张

5.3.6 不能忽略购买理由

第六章 2021-2023年我国感冒药优势品牌企业分析

6.1 白加黑（西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司）

6.1.1 企业概况

6.1.2 白加黑在感冒药市场的发展策略

6.1.3 白加黑感冒药的市场竞争分析

6.2 新康泰克（中美天津史克制药有限公司）

6.2.1 企业概况

6.2.2 新康泰克化解品牌危机的对策

6.3 999感冒灵（华润三九医药股份有限公司）

- 6.3.1 企业概况
- 6.3.2 2021-2023年华润三九经营状况分析
- 6.3.3 999感冒灵的发展现状
- 6.4 日夜百服宁（上海百时美施贵宝公司）
 - 6.4.1 企业概况
 - 6.4.2 日夜百服宁的市场份额回顾
- 6.5 泰诺感冒药（上海强生制药有限公司）
 - 6.5.1 企业概况
 - 6.5.2 泰诺感冒片的市场份额回顾
- 6.6 快克感冒药（海南亚洲制药集团）
 - 6.6.1 企业概况
 - 6.6.2 海南快克的品牌发展战略综述
 - 6.6.3 快克赢得市场的策略
- 6.7 感叹号（长春海外制药集团有限公司）
 - 6.7.1 企业概况
 - 6.7.2 感叹号感冒药的发展概况
- 6.8 康必得（河北恒利集团制药股份有限公司）
 - 6.8.1 企业概况
 - 6.8.2 康必得领先感冒药市场的发展历程
 - 6.8.3 康必得感冒药的发展概况
- 6.9 其他优势品牌
 - 6.9.1 吴太感康（吉林市吴太感康药业有限公司）
 - 6.9.2 海王金得菲（深圳海王药业有限公司）

图表目录

- 图表 常见疾病
- 图表 常服药品类别
- 图表 消费者感冒后治疗方式的选择
- 图表 消费者了解并选购感冒药的途径
- 图表 消费者对感冒药成分的购买倾向
- 图表 消费者出现症状后开始服药的比例
- 图表 消费者对感冒药的关注方面

图表 消费者对抗生素类制剂的认识

图表 消费者家中常备的感冒药所占比重

图表 消费者是否经常更换感冒药的比例

图表 消费者对感冒药形态的选择倾向

图表 消费者对所服感冒药的总体评价

图表 消费者服感冒药后出现副作用所占比例

图表 消费者服用感冒药的习惯比例

图表 城市居民对中药感冒药品牌的知晓率

图表 城市居民对西药感冒药品牌的知晓率

图表 感冒药市场的主要细分变量

图表 感冒药的市场消费模式

图表 消费者选择感冒药时所考虑的因素

图表 以顾客为中心的营销策略图

图表 感冒药生产企业广告传播需发挥的功能

图表 我国主要感冒药用药数量变化趋势

图表 我国主要省市感冒药用药金额份额情况

图表 三种感冒药在主要城市用药情况

图表 主要城市感冒药用药金额份额情况

图表 2019-2022年华润三九总资产及净资产规模

图表 2019-2022年华润三九营业收入及增速

图表 2019-2022年华润三九净利润及增速

图表 2022年华润三九主营业务分行业

图表 2022年华润三九主营业务分地区

图表 2019-2022年华润三九营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年华润三九净资产收益率

图表 2019-2022年华润三九短期偿债能力指标

图表 2019-2022年华润三九资产负债率水平

图表 2019-2022年华润三九运营能力指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412326.html>