

2012-2016年中国口服液行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国口服液行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1207/9338271GWE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-07-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国口服液行业深度调研与投资前景研究报告》共十七章。首先介绍了中国口服液行业的概念，接着分析了中国口服液行业发展环境，然后对中国口服液行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国口服液行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国口服液行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国口服液行业深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。口服液具有服用剂量小、吸收较快、质量稳定、携带和服用方便、易保存等优点，尤其适合工业化生产。有些品种可适于中医急症用药，如四逆汤口服液、银黄口服液，故近几年来多将片剂、颗粒剂、丸剂、汤剂、中药合剂、注射剂等改制成口服液，使之成为药物制剂中发展较快的剂型之一。但口服液的生产设备和工艺条件要求都较高，成本较昂贵。在低迷的世界经济大环境中，中国经济一枝独秀，持续保持较快的增长速度；中国民众在生活日益富裕以后，越来越关注健康，舍得为健康投资；在经济发展的同时，中国政府更加关注民生，推行新医改三年，在医药健康领域加大投入。所有这些因素，使中国的健康产业以远高于世界平均水平的速度增长。中国的OTC产业同样成为世界市场上不多的亮点之一，从2000年我国正式施行药品分类管理至今，10年间，中国OTC市场规模增长了近5倍，到2011年达到1400亿元，预计到2014年将达到1923亿元。预测到2020年，中国将成为世界最大的OTC市场，成为带动世界健康产业发展的主要力量。

抗病毒口服液对预防和治疗流行性疾病效果显著，产品供不应求，市场容量快速增加。相关资料表明：我国抗病毒口服液的市场销售规模不断增长，2011年抗病毒口服液市场规模达到6.76亿元，三年来我国抗病毒口服液市场规模复合年平均增长率为35.36%。而目前我国抗病毒口服液市场生产企业有20多家。凭着优质的产品质量及完善的营销体系，“香雪”抗病毒口服液在市场上始终占据领先地位。在2011年的抗病毒口服液的市场上，“香雪”抗病毒口服液市场份额高达52.80%，远远高出其他厂家的抗病毒口服液市场份额。前十名品牌的市场份额更是高达91.05%。未来影响我国抗病毒口服液等自我药疗产业发展的主要因素：首先是民众对于自我保健和负责任的自我药疗知识的掌握，以及有待完

善的OTC法规的发展。当然，其他因素诸如药品研发能力，国家药品政策，以及疾病谱的发展等也对自我药疗产业的发展起着不同程度的作用。通过“自我药疗”知识的相关普及，公众对自身健康管理的主动权将得以增强，并对医患之间信息不对称具有一定改善意义。而随着民众对自我药疗概念的理解，对自身健康情况的重视，以及国家相应政策法规的支持，在未来的20年内，自我药疗产业将持续快速发展。研究结论看好抗病毒口服液行业的发展前景。

报告目录

第一章 口服液行业现状分析

第一节 口服液的概述

- 一、口服液的定义
- 二、口服液的制法及工艺要求

第二节 口服液的使用

- 一、口服液的用途
- 二、口服液的用途
- 三、口服液使用注意

第三节 口服液产业链介绍

- 一、口服液上游产业链
- 二、口服液中、下游产业链

第二章 中国口服液行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国口服液行业政策环境分析

- 一、口服液行业标准
- 二、口服液行业相关政策
- 三、口服液药品类政策

第三节 2011-2012年中国口服液行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 投融资发展环境

- 一、金融开放
- 二、金融财政政策
- 三、金融货币政策
- 四、外汇政策
- 五、银行信贷政策
- 六、股权债券融资政策

第三章 全球口服液行业发展分析

第一节 2011-2012年全球口服液市场分析

- 一、全球口服液市场分析
- 二、全球口服液市场需求分析

第二节 2011年全球主要国家口服液市场发展分析

- 一、全球主要国家口服液市场特点分析
- 二、全球主要国家口服液市场发展规模
- 三、全球主要国家口服液市场发展状况

第四章 中国口服液行业发展现状分析

第一节 2011年口服液行业发展现状

- 一、口服液行业发展概况
- 二、口服液行业生产状况分析

第二节 2011年口服液企业发展分析

- 一、口服液企业发展动态分析
- 二、口服液企业发展存在的问题
- 三、口服液企业战略发展分析

第三节 2011年口服液行业经济运行分析

一、2011年口服液行业产值分析

二、2011年口服液行业效益分析

三、2011年口服液行业进口分析

四、2011年口服液行业出口分析

第四节 2011年口服液市场发展分析

一、2011年口服液市场分析

二、2011年口服液市场变化分析

三、2012-2016年口服液市场走势分析

第五节 口服液行业面临的挑战及发展建议

一、口服液行业发展面临的难题

二、口服液行业发展建议

第五章 中国口服液消费市场分析

第一节 2011年口服液消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 2011年口服液消费者对口服液选择的调查

一、消费者对口服液种类的选择率调查

二、消费者对口服液品牌选择的调查

三、消费者对口服液消费满意度调查

四、消费者对口服液产品要求和建议

第三节 2011年口服液行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

四、广告的影响程度

第四节 2011-2012年口服液市场消费者费渠道分析

第六章 2009-2011 中国口服液行业发展数据分析

第一节 2009-2011年中国口服液行业总体数据分析

一、2009年中国口服液行业全部企业数据分析

二、2010年中国口服液行业全部企业数据分析

三、2011年中国口服液行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国口服液行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国口服液行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国口服液行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国口服液行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国口服液行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国口服液行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国口服液行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国口服液行业不同所有制企业数据分析

第七章 中国口服液行业市场营销战略分析

第一节 口服液企业营销分析

一、口服液市场营销现状

二、口服液品牌成功因素分析

三、口服液企业营销战略研究

第二节 口服液营销渠道分析

一、口服液销售渠道构成

二、口服液营销渠道策略分析

第三节 口服液行业营销策略分析

第八章 中国口服液药品行业发展分析

第一节 2011-2012年口服液行业发展现状

一、口服液行业的发展史

二、口服液市场变化分析

三、口服液质量情况分析

四、口服液市场现状分析

第二节 2011-2012年口服液市场供需分析

一、口服液产值分析

二、口服液需求分析

三、影响口服液市场需求的因素

第三节 口服液行业产量分析

一、2000-2012年口服液产量分析

二、2011年产能配置与产能利用率调查

三、2012-2016年口服液产量预测

第九章 中国口服液行业发展分析

第一节 2011年口服液市场发展分析

一、口服液发展分析

二、口服液市场发展有利因素分析

三、口服液市场消费特点分析

第二节 2011年口服液出口状况分析

一、口服液出口数量及金额分析

二、口服液主要出口市场分析

第三节 2011-2012年口服液行业存在的问题及对策

一、口服液产品问题分析

二、口服液行业存在的问题

三、针对口服液的解难

四、口服液行业品牌策略分析

第十章 中国口服液行业竞争格局分析

第一节 2011年口服液行业竞争结构分析

一、口服液种类品牌竞争

二、口服液技术创新竞争

三、口服液销售渠道竞争

第二节 2011年口服液区域市场格局分析

第十一章 中国口服液市场竞争分析

第一节 2011年口服液行业集中度分析

一、口服液市场集中度分析

二、口服液区域集中度分析

三、口服液企业集中度分析

第二节 2011年口服液市场竞争分析

一、口服液市场竞争现状分析

二、口服液企业竞争动态分析

三、口服液行业竞争策略研究

第十二章 我国主要口服液行业重点企业分析

第一节 哈药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 仁和药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 河南福森药业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 江苏恒瑞医药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 浙江仙琚制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第七节 葵花药业集团医药有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第十三章 中国口服液行业发展前景分析

第一节 2012-2016年口服液市场发展前景分析

一、2012-2016年口服液市场发展潜力分析

二、2012-2016年口服液市场发展前景分析

第二节 2012-2016年口服液产品市场发展前景分析

第十四章 中国口服液行业发展趋势分析

第一节 对口服液市场发展预测

一、2012-2016年口服液市场供给预测

二、2012-2016年口服液市场销量预测

三、2012-2016年口服液市场规模预测

第二节 2012-2016年口服液市场发展趋势

一、2012-2016年口服液行业发展趋势

二、2012-2016年口服液市场发展趋势

第十五章 口服液整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年口服液行业发展规划分析

一、口服液行业发展机会分析

二、口服液行业发展机遇分析

三、口服液行业发展规划分析

第二节 2012-2016年口服液行业发展规划分析

一、口服液行业发展机会分析

二、口服液行业发展机遇分析

三、口服液行业发展规划分析

第十六章 中国口服液行业投资分析

第一节 2012-2016年口服液行业投资分析

一、口服液市场投资现状

二、口服液市场投资机会分析

三、对口服液市场投资分析

第二节 2012-2016年口服液行业投资风险分析

一、2012-2016年口服液行业市场风险预测

二、2012-2016年口服液行业政策风险预测

三、2012-2016年口服液行业经营风险预测

四、2012-2016年口服液行业竞争风险预测

五、2012-2016年口服液行业其他风险预测

第三节 2012-2016年口服液行业投资战略分析

一、口服液市场投资策略分析

二、口服液细分市场投资策略分析

三、对口服液行业的投资建议

第十七章 中国口服液行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、口服液价格策略分析

二、口服液渠道策略分析

第二节 对我国口服液品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、口服液实施品牌战略的意义

三、口服液企业品牌的现状分析

四、口服液企业的品牌战略

五、口服液品牌战略管理的策略

第三节 口服液企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1207/9338271GWE.html>