

2025-2031年中国感冒药行业分析与投资方向研究报告

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

《2025-2031年中国感冒药行业分析与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202506/487918.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，我国感冒药零售终端销售规模呈逐年上升趋势，从2024年的248.55亿元，上升至2024年的287.70亿元，年复合增长率为5.0%，2024年全国感冒药零售终端销售规模将超过330亿元。

感冒药分中成药类感冒药和化学药类感冒药，从我国感冒药零售终端细分市场来看，近年来，中成药类感冒药占据感冒药市场主导地位，呈不断上升的趋势。具体表现为：2024年全国中成药类感冒药终端零售额为183.5亿元，占感冒药终端零售额的73.8%；到2024年，全国中成药类感冒药终端零售额为216.9亿元，占比75.4%。2020-2024年全国中成药类感冒药终端零售额复合增长率为5.73%，高于感冒药终端零售市场增速。根据全国中成药类感冒药发展形势，2024年成药类感冒药终端零售额将进一步上升至252亿元，占比75.8%。

从感冒药零售TOP10产品来看，行业市场比较集中，2024年感冒药零售市场TOP10品种销售金额达108.18亿元，合计占比达37.6%，较2024年提升0.4个百分点。其中10亿以上品种有6个，分别为感冒灵颗粒（19.28亿元）、蒲地蓝消炎口服液（13.52亿元）、小儿氨酚黄那敏颗粒（12.37亿元）、复方氨酚烷胺胶囊（11.80亿元）、蒲地蓝消炎片（11.22亿元）、双黄连口服液（10.36亿元）。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国感冒药行业分析与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 感冒药的相关概述

第一节 感冒药的定义

第二节 感冒病症基本特征及分类

第二章 我国感冒药市场总体分析

第一节 我国感冒药市场的概况

一、我国感冒药市场的发展环境

二、我国感冒药市场规模及成长性

三、我国感冒药的市场容量

四、我国感冒药市场的定位策略

第二节 2024年我国感冒药市场剖析

一、全球感冒药危机的起因

二、我国感冒药主要成分的安全性

三、对我国感冒药市场造成的影响

四、我国感冒药企业的应对策略

第三节 2024年我国感冒药的市场特征

一、知名品牌占大部分市场份额

二、国产品牌与合资品牌的市场表现

三、感冒药竞争集中在终端

四、我国药品零售市场的发展空间

第四节 当前感冒药品牌网络口碑监测分析

一、感冒药品牌网络KPI排行榜

二、感冒药行业网络口碑KPI分析

三、感冒药品牌网络口碑优劣势分析

四、品牌关联性分析

第五节 我国感冒药市场的竞争分析

一、外资品牌占感冒药市场主导地位

二、我国感冒药市场的品牌竞争格局

三、我国感冒药市场份额向知名品牌集中

四、甲流使感冒药市场扩容竞争加剧

五、感冒药市场出现将产品细分的竞争手段

第六节 感冒药市场的发展前景预测分析

一、我国感冒药市场发展前景看好

二、我国感冒药市场未来的发展方向

三、我国农村感冒药市场发展前景广阔

第三章 我国感冒药市场消费及购买行为分析

第一节 我国感冒药市场消费分析

一、消费者对各种感冒药的认可度

二、中低价位感冒药受消费者青睐

三、我国感冒药市场的消费特征

第二节 感冒药市场购买行为分析

一、影响消费都购买行为的因素

二、消费者治疗感冒的方法

三、消费者治疗感冒的花费

四、消费者青睐主流感冒药品牌

五、主流感冒药品牌形象特色鲜明

第四章 我国主要地区感冒药市场

第一节 我国主要地区感冒药市场分析

一、我国各地区感冒药市场总体概况

二、我国不同地区感冒药市场的表现

三、感冒药具体产品的销售状况分析

四、感冒药市场的品牌集中度

五、感冒药市场的零售主体

六、感冒药市场主要品牌的铺货率

七、儿童感冒药的市场空间

八、我国各地店员销售感冒药的影响因素

第二节 我国主要城市感冒药市场销售分析

一、北京感冒药市场的销售状况分析

二、上海小儿感冒药的市场销售分析

三、宁波感冒药零售市场的容量分析

四、广州热销感冒药的市场行情分析

第五章 我国感冒药市场营销策略

第一节 感冒药市场的营销原则

一、差异性原则

二、大类市场定位原则

三、模糊真相原则

第二节 感冒药生产企业的营销策略

一、感冒药生产企业的发展须以顾客为中心

二、感冒药生产企业需选准目标顾客

三、感冒药生产企业需了解目标顾客

四、感冒药生产企业的品牌制胜

五、感冒药生产企业的广告传播

六、感冒药生产企业的产品制胜

第三节 OTC类感冒药广告策略

一、特征表现需明显

- 二、卡通形象能讨好
- 三、差异化的广告策略
- 四、情感策略表演需到位
- 五、群体效应可做普药新主张
- 六、不能忽略购买理由

第六章 我国感冒药优势品牌企业分析

第一节 白加黑（西安东盛科技启东盖天力制药股份有限公司）

- 一、企业概况
- 二、白加黑在感冒药市场的发展策略
- 三、白加黑感冒药的市场竞争分析

第二节 新康泰克（中美天津史克制药有限公司）

- 一、企业概况
- 二、新康泰克化解品牌危机的对策

第三节 999感冒灵（华润三九医药股份有限公司）

- 一、企业概况
- 二、华润三九经营状况分析
- 三、999感冒灵的发展现状调研

第四节 日夜百服宁（上海百时美施贵宝公司）

- 一、企业概况
- 二、日夜百服宁的市场份额回顾

第五节 泰诺感冒药（上海强生制药有限公司）

- 一、企业概况
- 二、泰诺感冒片的市场份额回顾

第六节 快克感冒药（海南亚洲制药集团）

- 一、企业概况
- 二、海南快克的品牌发展战略综述
- 三、快克赢得市场的策略

第七章 感冒药行业发展及竞争策略分析

第一节 2025-2031年感冒药行业发展战略

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

第二节 2025-2031年感冒药企业竞争策略分析

一、提高中国感冒药企业核心竞争力的对策

二、影响感冒药企业核心竞争力的因素

三、提高感冒药企业竞争力的策略

第三节 对中国感冒药品牌的战略思考

一、感冒药实施品牌战略的意义

二、中国感冒药企业的品牌战略

三、感冒药品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202506/487918.html>