

## 2024-2029年中国咽喉用药行业市场深度调研与发展前景研究报告

## 报告简介

咽喉炎是一种常见和多发性疾病,具体分为急性和慢性两类,常见的表现症状呈现为咽喉疼痛、吞咽不适、声音嘶哑或者有异物感。其致病病因大体分为:病毒细菌感染,物理化学因素如高温、粉尘、烟雾、刺激性气体等;此外还有不良的生活、饮食习惯等。咽喉用药市面上按消费人群的需求来分,一般分为治疗型和保健型两种。治疗型包括中成药和化学药两大类,主要用于治疗因感冒或咽喉炎引发的有明显症状的疾病。其代表药物中成药有慢严舒柠颗粒、金嗓子喉片、众生丸等,以绝大的优势占据8成市场;化学药主要是成份为西地碘、地喹氯铵、度米芬的药品,如华素片、度米芬含片等,占比相对较小。非治疗性型主要是保健品和食品,一般面向因烟酒过度或饮食不当、用嗓过度,咽喉症状较轻的人群。代表药物有王老吉润喉糖、京都念慈庵枇杷糖、草珊瑚胖大海枇杷糖含片、润喉枇杷丹等。保健品比食品占比相对居多,有12.6%的比例。

咽喉类的药物大多数对症急慢性咽炎用药,属于咽喉用药中的主导用药,占了89.5%的比重。而口腔溃疡类则份额相对较小,只有13.1%。咽喉类主要以通过口含迅速缓解咽喉不适的含片剂型为主,有39.9%的比例;而需要吞服的如颗粒剂、丸剂和片剂等份额占比均分别在10%-

19%之间,其他包括胶囊剂、喷雾剂等,市场比重不高。口腔溃疡属于常见的口腔黏膜疾病,中医又称口疮,在口腔粘膜上形成表浅性溃疡,发作时疼痛明显,影响饮食,多在秋季及气候突变时容易诱发,现市面上以中成药销售领先,占据了60%的市场,代表药物有西瓜霜喷剂、双料喉风散、口腔溃疡含片等。而化学药有醋酸地塞米松粘贴片(意可贴)、甲硝唑口颊片、洗必泰口腔溃疡膜等,以意可贴领先。从剂型分布来看,外用型的喷雾剂和贴剂合计占了口腔溃疡用药的63.2%,口服的颗粒剂也占了口腔溃疡21.2%。咽喉类产品除了成都市场前五品牌合计达51.1%外,另外两个城市都呈现分散型,三城市均没有绝对垄断领导品牌,产品间的竞争实力相当,后来者和暂时领先者呈胶着态势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料,对我国咽喉用药行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析,并重点分析了我国咽喉用药行业发展状况和特点,以及中国咽喉用药行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球咽喉用药行业发展态势作了详细分析,并对咽喉用药行业进行了趋向研判,是咽喉用药行业生产、经营企业,科研、投资机构等单位准确了解目前咽喉用药行业发展动态,把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

## 第一部分 产业市场调研

## 第一章 中国咽喉用药产品品牌市场实地调研

## 第一节 中国咽喉用药产品品牌市场价格走势

## 一、价格形成机制分析

二、咽喉用药产品品牌平均价格趋势分析

三、2024-2029年中国咽喉用药产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国咽喉用药产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对咽喉用药产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对咽喉用药产品品牌价格的影响

第三节 中国咽喉用药产品品牌市场消费状况分析

一、中国咽喉用药产品品牌市场消费结构

二、中国咽喉用药产品品牌市场消费特点

三、影响中国咽喉用药产品品牌市场消费因素

第二章 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌市场结构调研

第一节 中国咽喉用药市场主要品牌发展分析

一、中国咽喉用药市场主要品牌所占市场份额

二、中国咽喉用药市场各品牌新动向监测

第二节 中国咽喉用药市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国咽喉用药市场品牌发展新特色分析

第二部分 产业区域调研

第三章 中国咽喉用药行业区域市场需求状况预测

第一节 东北地区咽喉用药市场需求状况

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第二节 华北地区咽喉用药市场规模研究

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第三节 华东地区咽喉用药行业前景展望

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第四节 华南地区咽喉用药市场需求预测

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第五节 华中地区咽喉用药行业发展潜力分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第六节 西南地区咽喉用药市场规模预测

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第七节 西北地区咽喉用药行业发展预测

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况

四、2024-2029年咽喉用药行业发展前景预测

第三部分 产业深度调研

第四章 2019-2023年中国咽喉用药行业需求用户调研结果

第一节 2019-2023年咽喉用药行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节 2019-2023年中国咽喉用药行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌上游市场调查情况

第一节 2019-2023年中国咽喉用药产品原材料生产情况调查

一、中国咽喉用药产品原材料产量调查分析

二、中国咽喉用药产品原材料生产区域结构调查

### 三、2024-2029年中国咽喉用药产品原材料生产规模预测

#### 第二节 中国咽喉用药产品原材料价格走势调查

##### 一、中国咽喉用药产品原材料历年价格趋势调查

##### 二、咽喉用药产品原材料未来走势预测

##### 三、咽喉用药产品原材料价格走势对企业影响

###### 1、短期影响分析研究

###### 2、长期影响分析研究

###### 3、产品原材料成本敏感度

#### 第三节 2019-2023年中国咽喉用药产品生产现状概况

##### 一、2019-2023年中国咽喉用药产品生产规模调查

##### 二、2019-2023年中国咽喉用药产品生产结构调查

##### 三、2024-2029年中国咽喉用药产品产量预测

### 第六章 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌下游经销商调查

#### 第一节 代理商

##### 一、畅销产品品牌调查分析

##### 二、不同品牌产品市场占有率分析

##### 三、营销渠道分析研究

##### 四、营销策略探讨

#### 第二节 加盟店

##### 一、畅销产品品牌调查分析

##### 二、不同品牌产品市场占有率分析

##### 三、营销渠道分析研究

##### 四、营销策略探讨

#### 第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第四部分 产业渠道调研

第七章 2024-2029年中国咽喉用药行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国咽喉用药行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要咽喉用药行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌销售渠道模式研究

一、2019-2023年中国咽喉用药产品品牌渠道销售现状调查

二、2019-2023年中国咽喉用药产品品牌营销渠道调研

三、2019-2023年中国咽喉用药产品品牌渠道发展机遇

四、2019-2023年中国咽喉用药产品品牌发展策略

五、2019-2023年渠道策略及营销策略运作案例分析

六、2024-2029年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

### 三、企业宣传策略

#### 第四节 2019-2023年中国咽喉用药产品品牌营销渠道探讨

##### 一、市场营销战术及管理

##### 二、咽喉用药产品品牌营销的发展之道

##### 三、中国咽喉用药品牌市场营销渠道探讨

#### 第九章 2019-2023年中国咽喉用药行业竞争对手渠道模式

##### 第一节 咽喉用药市场渠道情况

##### 第二节 咽喉用药竞争对手渠道模式

##### 第三节 咽喉用药直营代理分布情况

#### 第五部分 产业发展态势

#### 第十章 2019-2023年中国咽喉用药行业竞争力与发展态势研究

##### 第一节 2019-2023年中国咽喉用药行业集中度分析

##### 一、企业数量及地区分布

##### 二、行业集中度分析

##### 三、地域分布情况

##### 第二节 2019-2023年中国咽喉用药企业竞争状况

##### 一、领导企业的市场力量

##### 二、品牌竞争格局分析

##### 三、企业竞争组群分析

##### 四、各竞争组群的SWOT分析

##### 五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

##### 第三节 2019-2023年中国咽喉用药行业竞争力分析

##### 一、2019-2023年咽喉用药行业竞争分析

##### 二、2019-2023年中外咽喉用药产品竞争力比较分析

三、2019-2023年中国咽喉用药市场竞争格局分析

四、2019-2023年国内主要咽喉用药企业动向研究

第四节 2024-2029年咽喉用药行业竞争态势展望

第十一章 中国咽喉用药行业重点企业经营分析

第一节 桂龙药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广东众生药业

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 广西金嗓子药业

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析



## 六、企业成长能力分析

### 第四节 桂林三金药业

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第五节 健康元药业集团股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第六节 武汉健民大鹏药业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节 山东绿因药业有限公司

#### 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 北京同仁堂科技发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 广东众生药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 江中药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 中国咽喉用药行业供需预测与发展趋势

第一节 2024-2029年中国咽喉用药行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2024-2029年咽喉用药行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2024-2029年咽喉用药行业总资产预测

第四节 2024-2029年咽喉用药行业工业总产值预测

第五节 2024-2029年咽喉用药行业销售收入预测

第六节 2024-2029年中国咽喉用药行业盈利能力预测

第六部分 产业投资策略

第十三章 2024-2029年中国咽喉用药行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国咽喉用药行业SWOT模型分析

第二节 中国咽喉用药行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2024-2029年中国咽喉用药行业投资风险预警

一、新冠疫情风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国咽喉用药行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国咽喉用药项目行业可行性分析研究

第十四章 咽喉用药行业投资战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国咽喉用药行业品牌的战略思考

一、咽喉用药行业品牌的重要性

二、咽喉用药行业实施品牌战略的意义

三、咽喉用药行业企业品牌的现状分析

四、中国咽喉用药行业企业的品牌战略

五、咽喉用药行业品牌战略管理的策略

第三节 咽喉用药行业经营策略分析

一、咽喉用药行业市场细分策略

二、咽喉用药行业市场创新策略

### 三、品牌定位与品类规划

### 四、咽喉用药行业新产品差异化战略

## 第四节 咽喉用药行业投资战略研究

### 一、2019-2023年咽喉用药行业投资战略

### 二、2024-2029年咽喉用药行业投资战略

### 三、2024-2029年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：2019-2023年中国咽喉用药市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2019-2023年中国咽喉用药市场各品牌新动向监测数据

图表：2019-2023年中国咽喉用药市场品牌排名调查情况

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌按照销售额排名

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌按市场份额排名

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌按品牌知名度排名

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌按消费者认可度排名

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业市场规模调研

图表：2019-2023年全球咽喉用药行业市场规模调研

图表：2019-2023年中国咽喉用药重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业销售数据统计

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业利润走势表

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业资产数据情况

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业进口数据统计

图表：2019-2023年中国咽喉用药行业出口数据统计

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌竞争力前十名排名

图表：2019-2023年中国咽喉用药品牌发展潜力前十名排名

图表：2019-2023年中国消费者收入水平调查

图表：2019-2023年中国消费者信心指数数据

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170303/52217.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)