

中国防暑降温行业市场发展分析及发展趋势预测报告(2026-2031版)

报告简介

防暑降温，是在夏日高温天气采取的一种用食物，饮料解热的方式。夏季高温，出汗过多，体内盐分减少，体内的渗透压就会失去平稳，从而出现中暑，而多喝些盐开水或盐茶水，可以补充体内失掉的盐分，从而达到防暑的功效。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及防暑降温行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国防暑降温行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外防暑降温行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了防暑降温行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于防暑降温产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国防暑降温行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 防暑降温概述

第一节 防暑降温简

一、医学定义

二、药理功用

第二节 防暑降温分类

一、按药理学分类

二、按制剂类型分类

第三节 市场上主要的防暑降温

第二章 2021-2026年中国防暑降温行业发展现状

第一节 中国防暑降温发展历史回顾

一、五千年中华医药文明史

二、传统中药医中暑

第二节 科技发展带来防暑降温行业革新

一、品种增多

二、科技含量增加

三、中西结合

第三节 国际市场发展掣肘多

一、现代化水平不高

二、国际化水平低

三、知识产权束缚

四、监管严格

第四节 中国防暑降温行业的发展周期分析

一、生命周期分析

二、成熟度分析

三、增长性与波动性

第三章 2021-2026年中国防暑降温行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、中国宏观经济环境走势良好

二、企业景气指数分析

三、居民消费者指数及其预期

第二节 国家政策环境分析

一、政府价格管制

二、招标采购集中、统一、透明、公开公正

三、国家鼓励自主创新与技术跟进

四、出口限制

第三节 医药行业认证分析

一、gmp认证

二、gap认证

三、glp认证

四、gsp认证

五、gcp认证

第四节 国外政策对中国防暑降温行业的影响

一、美国fda认证

二、欧盟edqm检验许可

第五节 技术环境分析

一、中企技术应用阶段

二、与国外差距分析

第六节 特殊环境分析

一、气候与天气----气候变暖、暑热难耐

二、人口---老龄人口增加、患病人群增大

三、健康意识----家中小药箱、有备无患

第四章 2021-2026年中国防暑降温行业供给分析

第一节 中国防暑降温市场现状

一、市场供给总体规模

二、市场供给产品结构

三、企业投资规模

四、企业地域分布

第二节 中国防暑降温市场主要产品及企业

一、主要产品

二、重点企业

第三节 政府价格管制对防暑降温市场供给的影响

一、小企业生存空间狭小

二、企业并购、寻求出路

第五章 2021-2026年中国防暑降温行业需求分析

第一节 影响中国防暑降温需求的因素

一、医生处方建议

二、非处方防暑降温

(一)患者偏好

(二)患者收入水平

(三)产品价格与心理效应

(四)广告、购物环境

(五)特殊功用

第二节 市场上防暑降温的价格分析

一、不同种类产品价格

二、同种类不同品牌产品价格

第三节 中国防暑降温需求总量分析与预测

一、2021-2026年中国防暑降温五大热销品种

二、2021-2026年中国防暑降温十大热销品牌

三、中国防暑降温需求总量及市场容量

四、2021-2026年中国防暑降温市场需求结构

第四节 中国防暑降温重点需求人群分析

一、儿童

二、老人

三、室外工作者

第五节 中国防暑降温重点需求区域分析

一、城市地区

(一)长江流域“七大火炉”-----重庆、武汉、南京、长沙、杭州、南昌、上海

(二)黄河纬度区域-----北京、天津、石家庄、西安

二、农村地区

第六章 防暑降温营销策略分析

第一节 医药市场营销的十大黄金法则

一、需求创造原则

二、目标诉求原则

三、非价格竞争原则

四、流通网络化原则

五、企业主体性原则

六、科学认识市场原则

七、全面营销原则

八、推拉结合原则

九、社会责任原则

十、创新原则

第二节 中国防暑降温行业营销策略

一、广告策略-----赚钱不忘吆喝

二、价格策略-----谋利不在价位高低

三、营销渠道策略----找到源头水自来

四、品牌战略-----名声大身价也高

第三节 营销策略建议

一、塑造产品概念

二、注重终端展示

三、合理投放广告

四、加强科普炒作

五、选择优势渠道

第七章 2021-2026年中国防暑降温行业主要财务指标

第一节 中国防暑降温行业厂商基本情况

第二节 营运能力分析

一、2021-2026年防暑降温行业流动比率指标

二、2021-2026年防暑降温行业固定资产周转率指标

三、2021-2026年防暑降温行业流动资产周转率指标

四、2021-2026年防暑降温行业存货周转率指标

第三节 盈利能力分析

一、2021-2026年防暑降温行业资产报酬率指标

二、2021-2026年防暑降温行业股东权益报酬率指标

三、2021-2026年防暑降温行业销售净利率指标

四、2021-2026年防暑降温行业成本费用净利率指标

第四节 偿债能力分析

一、2021-2026年防暑降温行业资产负债率指标

二、2021-2026年防暑降温行业现金流量比率指标

三、2021-2026年防暑降温行业到期---本息偿付比例指标

四、2021-2026年防暑降温行业负债股权比例指标

第五节 发展能力分析

一、2021-2026年防暑降温行业营业增长率指标

二、2021-2026年防暑降温行业资本积累率指标

三、2021-2026年防暑降温行业总资产增长率指标

四、2021-2026年防暑降温行业固定资产成新率指标

第八章 中国防暑降温市场重点产品推介

第一节 藿香正气水

一、市场份额

二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第二节 清凉油

一、市场份额

二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第三节 金银花

一、市场份额

二、主要生产厂家

三、投资空间与前景

第九章 中国防暑降温重点企业解读

第一节 三精制药-----依托广告，强势出击

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 同仁堂集团----老牌名店，以质取胜

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 石家庄神威股份有限公司-----因为专注，所以成功

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

第十章 2026-2031年防暑降温趋势预测及投资建议

第一节 2026-2031年防暑降温趋势预测

一、价格将下降

二、政府管理更加规范

三、企业的竞争将趋向于核心竞争能力的竞争

四、小医药企业将大量被收购、重组

五、新药和科技含量高的将占据市场制高点

六、医药市场的容量将有很大增加

第二节 产业经济建议

一、加快推进企业技术创新

二、加大产品开发力度

三、实施品牌发展战略

四、完善销售网络

图表目录

图表：防暑降温的分类

图表：防暑降温行业产业链简图

图表：2021-2026年中国gdp增长情况

图表：2021-2026年中国cpi增长情况

图表：2021-2026年中国ppp增长情况

图表：2021-2026年全国居民收入情况

图表：2021-2026年中国人口数量及其构成

图表：2021-2026年中国工业增加值及其增长速度

图表：2021-2026年中国城镇居民可支配收入情况

图表：2021-2026年我国农村居民人均收入增长趋势图

把握投资 决策经营！

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

报告编号：220600

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210804/220600.shtml>

在线订购：[点击这里](#)