

2017-2022年中国医药广告 市场研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国医药广告市场研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/N03827PPN4.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

医药广告是指凡利用各种媒介或者形式发布药品广告，包括药品生产、经营企业的产品宣传材料。医药广告的违法问题已经成为社会各界广泛关注的问题，也是09年“两会”的热点话题。

我国医药广告市场潜力巨大,但是发展崎岖,问题诸多。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国医药广告市场研究与战略咨询报告》共十章。首先介绍了医药广告行业市场发展环境、医药广告整体运行态势等，接着分析了医药广告行业市场运行的现状，然后介绍了医药广告市场竞争格局。随后，报告对医药广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了医药广告行业发展趋势与投资预测。您若想对医药广告产业有个系统的了解或者想投资医药广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 医药广告行业发展综述

第一章 2013-2016年中国医药产业整体运行态势分析 1

第一节 中国医药行业发展总体概况 1

一、改革开放三十年我国医药行业发展历程 1

二、中国医药产业处于调整升级关键期 3

三、跨国药企中国医药市场的发展 12

四、中国医药产业转型期政府的监管作用 13

五、中西药合用现状分析 15

第二节 2013-2016年中国医药产业现状综述 22

一、医药企业 22

1、跨国药企加速在华布局 22

2、国内医药类企业收益情况 27

3、中国医药企业区域集群分布 28

二、中国医药市场流通 30

三、我国医药市场患者医药费用涨幅缩减 37

四、中国医药零售市场分析 40

第三节 2013-2016年中国医药商品主要对外贸易市场分析 45

一、中印医药贸易市场分析 51

二、中德医药贸易分析 56

三、中英医药贸易分析 58

四、中法医药贸易状况分析 60

五、中俄医药贸易状况分析 61

第二章 2013-2016年中国医药广告产业运行环境解析 63

第一节 2013-2016年中国经济环境分析 63

一、国民经济运行情况gdp 63

二、消费价格指数cpi、ppi 65

三、全国居民收入情况 66

四、恩格尔系数 68

五、工业发展形势 68

六、固定资产投资情况 69

第二节 2013-2016年中国医药广告行业发展的政治环境分析 71

一、中华人民共和国广告法 71

二、广告管理条例 75

三、广播电视广告播出管理办法 77

四、医疗器械广告审查办法 80

五、药品广告审查办法 81

六、药品广告审查发布标准 83

第三节 2013-2016年中国医药广告行业发展的社会环境分析 98

一、中国的人口规模分析 98

二、中国的年龄结构分析 99

三、中国家庭电视普及率分析 99

四、中国网民数量分析 99

第四节 2013-2016年中国医药广告行业发展的技术环境分析 102

一、网络技术 102

二、无线传播技术 103

第二部分 医药广告行业市场分析

第三章 2013-2016年中国医药广告市场运行新形势透析 106

第一节 2013-2016年中国医药广告业动态分析 106

一、"虚假医药广告"竞价排名再次将百度推上风口浪尖 106

二、谷歌起诉医药广告主称将加大打击力度 106

三、国家药监局曝光最新一期9种*发布医药广告产品 107

四、六家媒体因发布严重医药广告被集中曝光 107

五、铜陵数字系统24小时监测医药广告 108

第二节 2013-2016年中国医药广告市场现状综述 109

一、中国医药广告市场规模 109

二、中国医药广告媒介及投放情况分析 109

三、医药广告纳入监管重点药品安全专项整治显成效 110

第三节 2013-2016年中国医药广告市场热点问题聚焦 111

一、葛兰素史克中国行事件 111

二、2016年医药行业营销五大趋势 112

第四章 2013-2016年中国医药广告行业需求分析 118

第一节 2013-2016年中国医药广告行业需求规模分析 118

第二节 2013-2016年中国医药广告行业需求主体分析 133

第三节 2013-2016年中国医药广告行业需求结构分析 140

第五章 2013-2016年中国医药广告行业细分市场分析 146

第一节 中国互联网医药广告行业分析 146

一、市场表现形式分析 146

二、市场规模分析 148

三、市场竞争格局分析 149

四、市场集中度分析 155

五、发展趋势分析 157

第二节 中国户外医药广告行业分析 161

一、市场表现形式分析 161

二、市场规模分析 161

三、市场竞争格局分析 162

四、市场集中度分析	169
五、发展趋势分析	169
第三节 中国电视医药广告行业分析	172
一、市场表现形式分析	172
二、市场规模分析	177
三、市场竞争格局分析	183
四、市场集中度分析	184
五、发展趋势分析	185
第四节 中国广播医药广告行业分析	188
一、市场表现形式分析	188
二、市场规模分析	191
三、市场竞争格局分析	193
四、市场集中度分析	195
五、发展趋势分析	203
第五节 中国报纸医药广告行业分析	205
一、市场表现形式分析	205
二、市场规模分析	207
三、市场竞争格局分析	208
四、市场集中度分析	209
五、发展趋势分析	210
第六节 中国杂志医药广告行业分析	212
一、市场表现形式分析	212
二、市场规模分析	214
三、市场竞争格局分析	215
四、市场集中度分析	215
第六章 2013-2016年中国医药广告行业细分区域市场分析	216
第一节 2013-2016年中国医药广告行业东北区域市场分析	216
一、发展环境分析	216
二、市场规模分析	218
三、发展趋势分析	219
第二节 2013-2016年中国医药广告行业华北区域市场分析	219

- 一、发展环境分析 219
- 二、市场规模分析 221
- 三、发展趋势分析 221
- 第三节 2013-2016年中国医药广告行业华东区域市场分析 222
 - 一、发展环境分析 222
 - 二、市场规模分析 222
 - 三、发展趋势分析 223
- 第四节 2013-2016年中国医药广告行业华中区域市场分析 223
 - 一、发展环境分析 223
 - 二、市场规模分析 226
 - 三、发展趋势分析 227
- 第五节 2013-2016年中国医药广告行业华南区域市场分析 227
 - 一、发展环境分析 227
 - 二、市场规模分析 228
 - 三、发展趋势分析 229
- 第六节 2013-2016年中国医药广告行业西部区域市场分析 229
 - 一、发展环境分析 229
 - 二、市场规模分析 230
 - 三、发展趋势分析 230

第三部分 医药广告行业竞争格局分析

第七章 2013-2016年中国医药广告行业市场主体分析 231

第一节 分众传媒控股有限公司 231

- 一、企业概况 231
- 二、企业经营状况分析 232
- 三、企业营销策略分析 236
- 四、企业综合竞争力分析 237
- 五、企业未来发展战略分析 239

第二节 世纪凯络国际广告有限公司 239

- 一、企业概况 239
- 二、企业综合竞争力分析 240

第三节 江苏大贺国际广告有限公司 241

- 一、企业概况 241
- 二、企业经营状况分析 242
- 三、企业营销策略分析 244
- 四、企业综合竞争力分析 245
- 五、企业未来发展战略分析 247
- 第四节 中视金桥国际传媒有限公司 248
 - 一、企业概况 248
 - 二、企业经营状况分析 250
 - 三、企业营销策略分析 251
 - 四、企业综合竞争力分析 252
 - 五、企业未来发展战略分析 253
- 第五节 海南白马广告媒体投资有限公司 253
 - 一、企业概况 253
 - 二、企业经营状况分析 253
 - 三、企业营销策略分析 254
 - 四、企业综合竞争力分析 254
 - 五、企业未来发展战略分析 255
- 第六节 北京电通广告有限公司 256
 - 一、企业概况 256
 - 二、企业经营状况分析 256
 - 三、企业营销策略分析 256
 - 四、企业综合竞争力分析 257
 - 五、企业未来发展战略分析 259
- 第七节 上海广告有限公司 260
 - 一、企业概况 260
 - 二、企业经营状况分析 262
 - 三、企业营销策略分析 262
 - 四、企业综合竞争力分析 263
 - 五、企业未来发展战略分析 264
- 第八节 广东省广告股份有限公司 265
 - 一、企业概况 265
 - 二、企业经营状况分析 266

- 三、企业营销策略分析 267
- 四、企业综合竞争力分析 268
- 五、企业未来发展战略分析 269

第八章 2017-2022年中国医药广告行业投融资机会与风险优劣势分析 271

第一节 2013-2016年中国医药广告产业投资概况 271

- 一、医药广告投资特点 271
- 二、医药广告投资周期 273
- 三、医药广告投资准入情况 274

第二节 2017-2022年中国医药广告投资机会分析 275

- 一、中国医药广告媒介投资潜力分析 275
- 二、中国医药广告投资潜力分析 277
- 三、与产业链及产业政策调整相关的投资机会分析 277

第三节 2017-2022年中国医药广告投资风险预警 279

- 一、宏观调控政策风险 279
- 二、市场竞争风险 280
- 三、市场运营机制风险 282

第四节 权威专家投资指导 284

第四部分 医药广告行业投资价值分析

第九章 2017-2022年中国医药广告市场营销战略分析 288

第一节 理性的观念回归 288

- 一、广告的局限性 288
- 二、广告的诱惑性 288
- 三、市场的幼稚性 288
- 四、观念的理性回归 289

第二节 严谨的市场调研 289

- 一、媒体接触习惯研究 289
- 二、购买决策影响因素研究 289
- 三、理性消费程度变化研究 290
- 四、用药结构（习惯）发展研究 290

第三节 精准的诉求定位 290

一、挖掘卖点 290

二、单一诉求 291

三、诚实诉求 291

第四节 独到的媒体运做 291

一、针对性强 291

二、善于组合 292

三、集中优势 292

四、智在创新 292

第五节 扎实的终端广告 293

一、生动化建设 293

二、店员培训 293

三、终端促销 294

四、制度建设 294

第六节 创新的广告战略 294

一、观念创新 294

二、形式创新 295

三、内容创新 295

第七节 实效的广告代理 296

一、分块代理型 296

二、综合代理型 296

三、捆绑协作型 296

四、全面转嫁型 297

第八节 高效的广告管理 297

一、精研资讯，科学计划 297

二、细化分解，重于执行 298

三、严格监督，奖惩分明 298

四、及时调整，速度制胜 299

五、务实评估，勇于改进 299

第九节 睿智的广告投资 300

一、目的、意义 300

二、投资形式 300

第十节 长远的品牌塑造 301

- 一、挖掘优势资源 301
- 二、运用整合传播 301
- 三、深化品牌形象 301

第十章 2017-2022年中国医药广告行业研究成果与发展战略建议 303 (ZY GXH)

第一节 中国医药广告行业研究成果 303

第二节 中国医药广告行业战略建议 307 (ZY GXH)

图表目录：

图表：各类药品销售收入 11

图表：中国医药企业区域集群分布 29

图表：2012-2016年药店销售商品比例 41

图表：2012-2016年百强销售额变动趋势 42

图表：2012-2016年零售规模变动趋势 42

图表：2017-2022年百强企业净利率分析 43

图表：2016年我国国内生产总值情况表 63

图表：2011-2016年各季度我国gdp环比增长表 64

图表：2013-2016年国内生产总值及其增长速度 64

图表：2017-2022年国内生产总值增长速度（累计同比） 65

图表：2016年我国居民消费价格上涨情况（月度同比） 66

图表：2017-2022年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度 67

图表：2017-2022年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） 68

图表：2013-2016年全社会固定资产投资及其增长速度 70

图表：2013-2016年公共财政收入及其增长速度 71

图表：2016年我国汇率变化情况 75

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表 77

图表：2012-2016年我国存款准备金率调整一览表 78

图表：2013-2016年社会消费品零售总额及其增长速度 79

图表：2013-2016年我国货物进出口总额 80

图表：2013-2016年中国医药广告投入 119

图表：2013-2016年同期广告刊例花费增幅 137

图表：2012-2016年同期传统广告刊例收入变化 138

图表：2012-2016年同期各媒体广告资源量的变化 138

图表：2016年传统媒介top5行业的广告刊例花费增幅 139

图表：2016年广告刊例花费增长最快的top5行业 139

图表：2016年广告刊例花费增长最慢的top5行业 140

图表：2016年增长贡献率最大5个行业 140

图表：2016年增长贡献率最低5个行业 140

图表：2016年广告刊例花费top20厂商占市场投放比重 141

图表：2017-2022年广告花费前20位广告主的投放集中度 141

图表：三大日化巨头增投传统户外，减投杂志和电台 142

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/N03827PPN4.html>