

2016-2022年中国壮阳药市 场调查与市场分析预测报告

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

《2016-2022年中国壮阳药市场调查与市场分析预测报告》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/baojianpin/O116517K8A.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

壮阳药，是指用于促进男性性欲等促进性功能的药物，分为壮阳食物，壮阳中西成药等。其随着现在生活节奏的加快和工作压力的增加，性功能障碍患者人数日趋增多，壮阳药是药类的热门产业之一。

目前，国内ED患者人数约第四亿，但因国内抗ED药物定价贵，1次（1粒）费用100元以上，大大抑制了国内患者需求。随着专利陆续到期，仿制药上市后相较于原研药具有性价比优势，被抑制的需求和购买廉价“假伟哥”的患者将转移购买仿制“伟哥”。

在国内抗ED药品市场份额中，万艾可在27个主要城市占据58%的市场份额，希爱力占6%，艾力达占6%。国内利用正规药物治疗ED的终端市场规模约10亿元，药店8亿元+医院2亿元，“西地那非约6亿元+伐地那非约0.66亿元+他达那非约2亿元”。

假设仿制药上市后定价分别为20元/粒，30元/粒，40元/粒，50元/粒，60元/粒（目前3个专利药定价均在100元以上/粒），接受治疗的ED患者每年分别使用5次（粒）、10次（粒）、15次（粒）、20次（粒）。则潜在市场规模在百亿元级别。国内壮阳药市场未来前景相当广阔。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国壮阳药市场调查与市场分析预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 壮阳药行业发展环境

第一章 壮阳药行业概述

第一节 壮阳药行业定义

第二节 壮阳药行业分类情况

第三节 壮阳药发展历程分析

第二章 2015年中国壮阳药行业发展环境分析

第一节 2015年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2015年中国壮阳药行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2015年中国壮阳药行业发展社会环境分析

一、居民收入水平分析

二、居民消费价格分析

第二部分 壮阳药行业运行分析

第三章 2015年中国壮阳药所属行业总体发展状况

第一节 2015年中国壮阳药所属行业发展分析

一、中国壮阳药所属行业发展概况

二、2015年中国壮阳药所属行业发展概况

第二节 2011-2015年中国壮阳药所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2011-2015年中国壮阳药所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2011-2015年中国壮阳药所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2011-2015年中国壮阳药所属行业运营效益分析

- 一、偿债能力分析
- 二、盈利能力分析
- 三、运营能力分析

第四章 中国壮阳药发展动态分析

- 第一节 “伟哥”申报生产企业情况
- 第二节 白云山旗下“伟哥”研制项目
- 第三节 地奥集团四川广汉生产制备
- 第四节 天方药业“伟哥”获临床用药资格
- 第五节 常山股份“伟哥”有望于2015年上市

第五章 中国壮阳药市场供需分析

- 第一节 壮阳药产品产量分析及预测
 - 一、我国壮阳药产量分析
 - 二、2016-2022年我国壮阳药产量预测
- 第二节 壮阳药市场需求分析及预测
 - 一、我国壮阳药市场需求分析
 - 二、2016-2022年我国壮阳药市场需求预测

第三部分 壮阳药行业市场发展形势

第六章 壮阳药行业发展现状分析

- 第一节 全球壮阳药行业发展分析
 - 一、全球壮阳药行业发展历程
 - 二、全球壮阳药行业发展现状
 - 三、全球壮阳药行业发展预测
- 第二节 中国壮阳药行业发展分析
 - 一、2016-2022年中国壮阳药行业发展态势分析
 - 二、2016-2022年中国壮阳药行业发展特点分析

第七章 中国壮阳药区域市场规模分析

- 第一节 2014-2015年东北地区市场规模分析
- 第二节 2014-2015年华北地区市场规模分析

第三节 2014-2015年华东地区市场规模分析

第四节 2014-2015年华中地区市场规模分析

第五节 2014-2015年华南地区市场规模分析

第六节 2014-2015年西部地区市场规模分析

第八章 壮阳药国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内主要产品对比分析

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2016-2022年国内产品未来价格走势预测

第九章 壮阳药及其主要上下游产品

第一节 与上下游行业之间的关联性

第二节 下游产品领域解析

一、男性生殖器官疾病分析

二、零售药店渠道分析

三、壮阳药专卖店渠道

四、网络销售渠道分析

第三节 上下游行业影响及风险分析

第四部分 壮阳药行业竞争策略

第十章 壮阳药产品竞争力分析

第一节 产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 产品竞争力市场现状分析

第四节 壮阳药产业用户度分析

一、壮阳药产业用户认知程度

二、壮阳药产业用户关注因素

第十一章 壮阳药行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 壮阳药企业竞争策略分析

一、供应链创新战略

二、业务延伸及扩张策略

三、品牌管理策略

四、多元化经营策略

第十二章 国内壮阳药行业重点企业竞争分析

第一节 辉瑞制药有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

第二节 拜耳医药保健有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

第三节 礼来苏州制药有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

第四节 湖北科益药业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业竞争优势分析

第五节 广州白云山制药股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

第五部分 壮阳药行业前景预测

第十三章 壮阳药行业投资与发展前景分析

第一节 壮阳药行业投资机会分析

第二节 2016-2022年中国壮阳药行业发展预测分析

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、行业发展趋势

第六部分 壮阳药行业投资策略

第十四章 2016-2022年壮阳药行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前壮阳药存在的问题

第二节 壮阳药未来发展预测分析

第三节 2016-2022年中国壮阳药行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、市场风险分析

三、价格下降风险分析

四、产品投资风险

第十五章 进入壮阳药行业的主要障碍

第一节 行业准入壁垒

第二节 知识产权壁垒

第三节 资金和技术壁垒

第四节 品牌壁垒

第十六章 观点与结论

第一节 壮阳药行业营销策略分析及建议

一、壮阳药行业营销模式

二、壮阳药行业营销策略

第二节 壮阳药行业企业经营发展分析及建议

一、壮阳药行业经营模式

二、壮阳药行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业发展对策

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、实施重点客户战略要需解决的问题

五、企业重点客户的市场营销策略分析

图表目录：

图表：2011-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2015年中国工业增加值增长趋势图

图表：2011-2015年我国工业增加值分季度增速

图表：2011-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2011-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2011-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2014年-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2015年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2015年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2015年中国就业人数走势图

图表：2011-2015年中国城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2015年人口数量及其构成

图表：2011-2015年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2015年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2015年中国城镇化率走势图

图表：2011-2015年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/O116517K8A.html>