

# 2021-2027年中国防暑降温 市场前景展望与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2021-2027年中国防暑降温市场前景展望与投资前景评估报告》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/qita/Q36189QX6G.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

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国防暑降温市场前景展望与投资前景评估报告》共十章。首先介绍了防暑降温行业市场发展环境、防暑降温整体运行态势等，接着分析了防暑降温行业市场运行的现状，然后介绍了防暑降温市场竞争格局。随后，报告对防暑降温做了重点企业经营状况分析，最后分析了防暑降温行业发展趋势与投资预测。您若想对防暑降温产业有个系统的了解或者想投资防暑降温行业，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2019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2019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2019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2019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2019年中国防暑降温需求总量分析与预测

- 一、2019年中国防暑降温五大热销品种
- 二、2019年中国防暑降温十大热销品牌
- 三、2019年中国防暑降温需求总量及市场容量
- 四、2019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2015-2019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、2015-2019年防暑降温行业流动比率指标
- 二、2015-2019年防暑降温行业固定资产周转率指标
- 三、2015-2019年防暑降温行业流动资产周转率指标
- 四、2015-2019年防暑降温行业存货周转率指标

#### 第三节盈利能力分析

- 一、2015-2019年防暑降温行业资产报酬率指标
- 二、2015-2019年防暑降温行业股东权益报酬率指标
- 三、2015-2019年防暑降温行业销售净利率指标
- 四、2015-2019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、2015-2019年防暑降温行业资产负债率指标
- 二、2015-2019年防暑降温行业现金流量比率指标
- 三、2015-2019年防暑降温行业到期---本息偿付比例指标
- 四、2015-2019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、2015-2019年防暑降温行业营业增长率指标
- 二、2015-2019年防暑降温行业资本积累率指标
- 三、2015-2019年防暑降温行业总资产增长率指标
- 四、2015-2019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2021-2027年防暑降温趋势预测及投资建议（）

#### 第一节2021-2027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：哈药集团三精制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司经营收入走势图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司负债情况图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司负债指标走势图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：哈药集团三精制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债情况图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司成长能力指标走势图

图表：神威有限公司主要经济指标走势图

图表：神威有限公司经营收入走势图

图表：神威有限公司盈利指标走势图

图表：神威有限公司负债情况图

图表：神威有限公司负债指标走势图

图表：神威有限公司运营能力指标走势图

图表：神威有限公司成长能力指标走势图

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Q36189QX6G.html>