

2019-2025年中国医药广告行业发展前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国医药广告行业发展前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/395537.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018年中国医药广告产业运行环境解析63

第一节 2016-2018年中国经济环境分析63

一、国民经济运行情况GDP63

二、消费价格指数CPI、PPI65	
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2016-2018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2016-2018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2016-2018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2016-2018年中国医药广告市场运行新形势透析106	
第一节2016-2018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、谷歌起诉非法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种违法发布医药广告产品107	
四、六家媒体因发布严重违法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2016-2018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2016-2018年中国医药广告市场热点问题聚焦111	
一、葛兰素史克中国行贿事件111	
二、2018年医药行业营销五大趋势112	

第四章2016-2018年中国医药广告行业需求分析	118
第一节2016-2018年中国医药广告行业需求规模分析	118
第二节2016-2018年中国医药广告行业需求主体分析	133
第三节2016-2018年中国医药广告行业需求结构分析	140
第五章2016-2018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2016-2018年中国医药广告行业细分区域市场分析216

第一节2016-2018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2016-2018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2016-2018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2016-2018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2016-2018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2016-2018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2016-2018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2019-2025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2016-2018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2019-2025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2019-2025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(AK HT)

第九章2019-2025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、广告的限制性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2019-2025年中国医药广告行业研究成果与发展战略建议303

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

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：2010-2018年药店销售商品比例41

图表：2010-2018年百强销售额变动趋势42

图表：2010-2018年零售规模变动趋势42

图表：2019-2025年百强企业净利率分析43

图表：2018年我国国内生产总值情况表63

图表：2011-2018年各季度我国GDP环比增长表64

图表：2006-2018年国内生产总值及其增长速度64

图表：2019-2025年国内生产总值增长速度（累计同比）65

图表：2018年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）66

图表：2019-2025年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度67

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/395537.html>