

厦门大学博硕士论文摘要库

学校编码：10384

分类号_____密级_____

学号：X2015156064

UDC_____

厦门大学

硕士学位论文

HS 医药公司市场营销战略研究

Research on the Marketing Strategy of
HS Medicines Company

张立军

指导教师姓名：郭朝阳教授

专业名称：工商管理（EMBA）

论文提交日期：2016年9月

论文答辩日期：2016年 月

学位授予日期：2016年 月

答辩委员会主席：_____

评阅人：_____

2016年9月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

医药行业是二十一世纪最重要的产业之一，因为医药卫生行业与人类的生命健康息息相关，改革开放以来，我国国民经济不断高速发展，医药行业也获得了巨大的飞跃。对于医药企业来说，市场营销是非常重要的一个环节，企业要让市场认可其研发和生产的產品，首先要通过市场营销让消费者了解其產品。HS 医药公司创建于 1995 年 7 月，目前已发展成为集化学、生物药物研究，医药中间体、原料药合成，制剂制造和产品销售于一体的创新型医药集团。本文以 HS 医药公司为案例分析我国医药行业市场营销的现状以及存在的问题，并提出一些解决的方案。

首先，分析我国医药行业的现状，主要从宏观环境、行业竞争环境入手，再分析我国医药行业目前主要的市场营销战略模式、渠道模式和推广方式。本文主要应用 PEST 模型、波特五力竞争模型对我国医药环境进行分析。其次，分析 HS 医药公司目前市场营销的现状，从营销战略、营销渠道模式和营销推广模式三个方面入手进行具体的分析，并指出公司目前的市场营销中的优势以及存在的问题。然后，通过 STP 市场细分入手，重新分析 HS 医药公司应该选择的目标市场和市場定位。在此基础上，应用市场营销策略组合理论，分析 HS 医药公司进一步完善其市场营销系统可以采用的方法，提出相关的建议。

关键词：医药；市场营销；策略

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Pharmaceutical industry is one of the most important industries in twenty-first Century, because the medical health industry is closely related to human life and health. Since the reform and opening up, China's national economy has been developing rapidly, and the pharmaceutical industry has also been a great leap forward. For pharmaceutical companies, marketing is a very important part of the enterprise. The enterprise must let consumers know their products through marketing to make the market recognize its products. HS Medicines Co, founded in July 1995, has developed into a collection of chemical, biological and pharmaceutical research, pharmaceutical intermediates, drug synthesis, pharmaceutical manufacturing and product sales in one of the innovative pharmaceutical groups. This paper analyzes the present situation and existing problems of the marketing of Chinese medicine industry with the case of HS Medicines Co, and puts forward some solutions.

First of all, this paper will analyze the current situation of China's pharmaceutical industry, mainly from the macro environment, industry competition environment, and then this paper will analyze the major marketing models, channel mode and promotion mode of China's pharmaceutical industry. This paper mainly uses PEST model, the Porter competition model to analyze the environment of China's pharmaceutical industry. Secondly, the paper analyzes the current marketing strategy from three aspects of marketing strategy, marketing channel mode and marketing promotion mode, and pointed out that the company's current marketing advantages and the existing problems. Then, through the STP market segments, this paper will reanalyze the target market and market positioning that HS Medicines Co should choose. On this basis, with the application of marketing strategy portfolio theory, this paper will analyze the method of how to further improve its marketing system of HS Medicines Co, and puts forward relevant recommendations.

Key words: Medicine; Marketing; Strategy

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的和意义	2
一、研究目的.....	2
二、研究意义.....	2
第三节 相关理论概述	3
一、市场营销理论基础.....	3
二、市场营销策略组合.....	4
第四节 研究方法和路线	6
一、研究方法.....	6
二、研究路线.....	6
第二章 我国医药行业环境分析	7
第一节 我国药品行业宏观环境分析	7
一、政治法律环境.....	7
二、经济环境.....	8
三、社会环境.....	9
四、技术环境.....	10
第二节 我国药品行业发展现状	11
第三节 行业环境分析	13
一、供应商议价能力.....	14
二、购买者议价能力.....	14
三、新进入者的威胁.....	15
四、替代者的威胁.....	15
五、行业内竞争者.....	16
六、结论.....	16
第四节 我国现阶段药品行业营销模式	16
一、营销战略分析.....	16

二、药品行业营销渠道.....	18
三、药品行业营销推广方式.....	20
第三章 HS 医药公司营销分析.....	23
第一节 HS 医药公司简介.....	23
第二节 公司营销现状分析.....	23
一、HS 医药公司的营销战略.....	24
二、HS 医药公司的营销渠道.....	25
三、HS 医药公司的营销推广方式.....	26
第四章 HS 医药公司营销定位.....	28
第一节 市场细分.....	28
一、医药市场细分的方法和变量.....	28
二、国内处方药市场细分.....	28
第二节 目标市场.....	29
一、目标市场选择的条件和原则.....	30
二、HS 医药公司的目标市场选择.....	30
三、HS 医药目标市场覆盖策略.....	30
第三节 市场定位.....	31
第四节 公司战略.....	32
第五章 HS 医药公司营销策略实施.....	33
第一节 HS 医药公司市场营销策略设计.....	33
一、HS 医药公司产品策略.....	33
二、HS 医药公司价格策略.....	36
三、HS 医药公司产品促销策略.....	37
四、HS 医药公司销售渠道策略.....	40
五、HS 医药公司的品牌营销.....	41
第二节 HS 医药医药产品营销策略的实施保障.....	44
一、建立营销网络支撑体系.....	44
二、强化产品质量保障.....	45
三、加强绩效考核，优化营销团队.....	46

四、加强企业文化建设.....	47
五、营销渠道冲突的管理与控制.....	49
第六章 结论与展望	51
第一节 研究结论	51
第二节 研究展望	51
参考文献.....	53
致 谢.....	55

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Catalog

Chapter one Introduction	1
Section 1 Research background.....	1
Section 2 Purpose and significance of the study.....	2
1、 Research objective	2
2、 Research meaning	2
Section 3 Relevant theory summary.....	3
1、 Marketing theory foundation	3
2、 Marketing strategy combination	4
Section 4 Research methods and routes.....	6
1、 Research method.....	6
2、 Research route.....	6
Chapter two Environmental analysis of China's pharmaceutical industry	7
Section 1 Analysis on the macro environment of China's pharmaceutical industry	7
1、 Political and legal environment	7
2、 Economic environment	8
3、 Social environment	9
4、 Technology environment.....	10
Section 2 Present situation of the development of China's pharmaceutical industry	11
Section 3 Industry environment analysis.....	13
1、 Bargaining power of suppliers	14
2、 Bargaining power of buyers.....	14
3、 The threat of new entrants.....	15
4、 Threat of replacement	15
5、 Industry competitors	16
6、 Conclusion	16

Section 4 The marketing mode of drug industry in our country at present	16
1、 Marketing strategy analysis	16
2、 Drug industry marketing channels	18
3、 Drug industry marketing promotion mode	20
Chapter three HS Medicines Co marketing analysis	23
Section 1 HS Medicines Co profile	23
Section 2 Analysis on the present situation of the company marketing	23
1、 HS Medicines Co's marketing strategy	24
2、 HS Medicines Co's marketing channels.....	25
3、 HS Medicines Co marketing promotion way.....	26
Chapter four HS Medicines Co marketing positioning	28
Section 1 Market segmentation.....	28
1、 Method and variable for pharmaceutical market segmentation.....	28
2、 Market segmentation of prescription drugs in China.....	28
Section 2 Target market.....	29
1、 Conditions and principles for the selection of the target market	30
2、 HS Medicines Co target market selection.....	30
3、 HS pharmaceutical target market coverage strategy.....	30
Section 3 Market positioning	31
Chapter five HS Medicines Co marketing strategy implementation	
.....	33
Section 1 HS Medicines Co marketing strategy design	33
1、 HS Medicines Co product strategy	33
2、 HS Medicines Co price strategy	36
3、 HS Medicines Co product promotion strategy.....	37
4、 HS Medicines Co sales channel strategy	40
5、 HS Medicines Co's brand marketing.....	41
Section 2 HS pharmaceutical product marketing strategy of the	
implementation of protection.....	44
1、 Establish marketing network support system	44

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库