



# 第15章 医药国际市场营销

掌握

医药国际市场营销的概念、环境分析方法、营销策略及医药国际市场目标选择与进入方式；

熟悉

医药国际市场营销的特点和作用

了解

我国医药市场营销的现状与发展策略

# 第1节 医药国际市场营销概述

## 一、医药国际市场营销的概念

医药国际市场营销是医药企业将医药产品或服务销售给本国以外的消费者或用户，以满足国际消费者或用户的需要和在国际市场上取得创汇效益的经营活动。

# 第1节 医药国际市场营销概述

## 1、医药国际市场营销与国内市场营销的关系

无本质上的不同

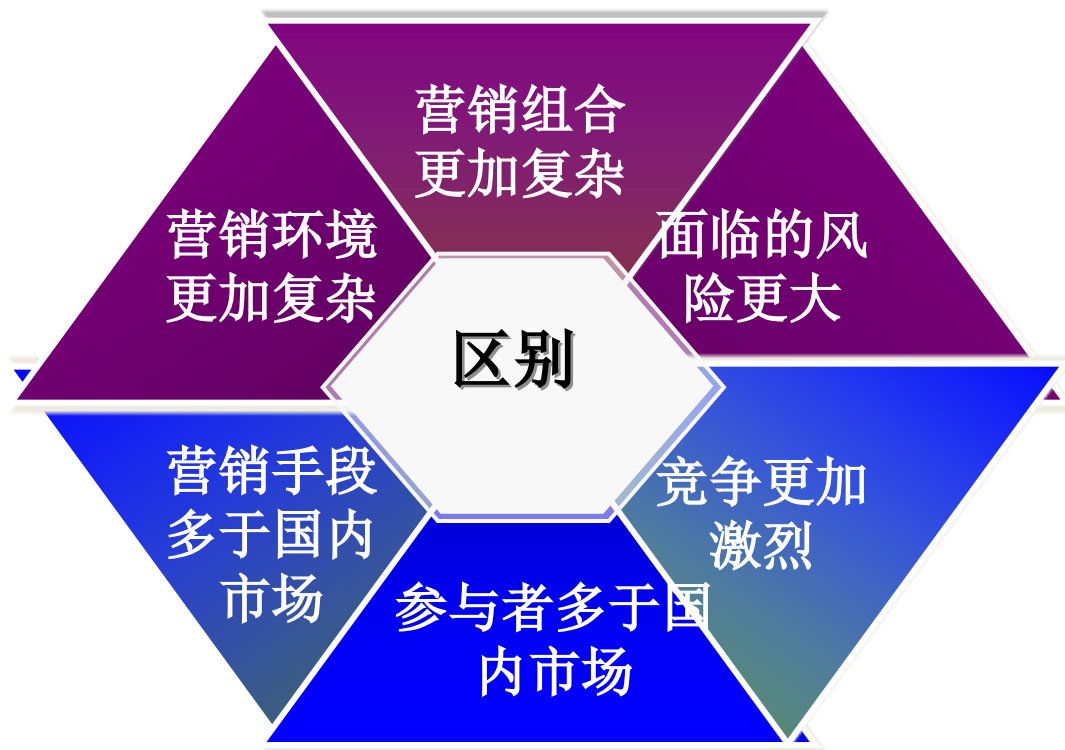
- 二者都是以需求为中心；
- 都是以交换为核心；
- 都是以分析市场营销环境为基础；
- 都要经历大致相同的营销过程；
- 其实质都是社会管理过程；
- 其目的都是通过满足需求获取利润或经济利益。

基本原理和方法相似

- 许多指导医药企业开展国内营销的原理和方法

# 第1节 医药国际市场营销概述

## 2、医药国际市场营销和国内市场营销的区别



# 第1节 医药国际市场营销概述

## 二、医药国际市场营销的特点

- (一) 营销环境的复杂性
- (二) 营销管理的国际性
- (三) 营销活动的困难性
- (四) 营销业务的风险性
- (五) 营销策略的多样性

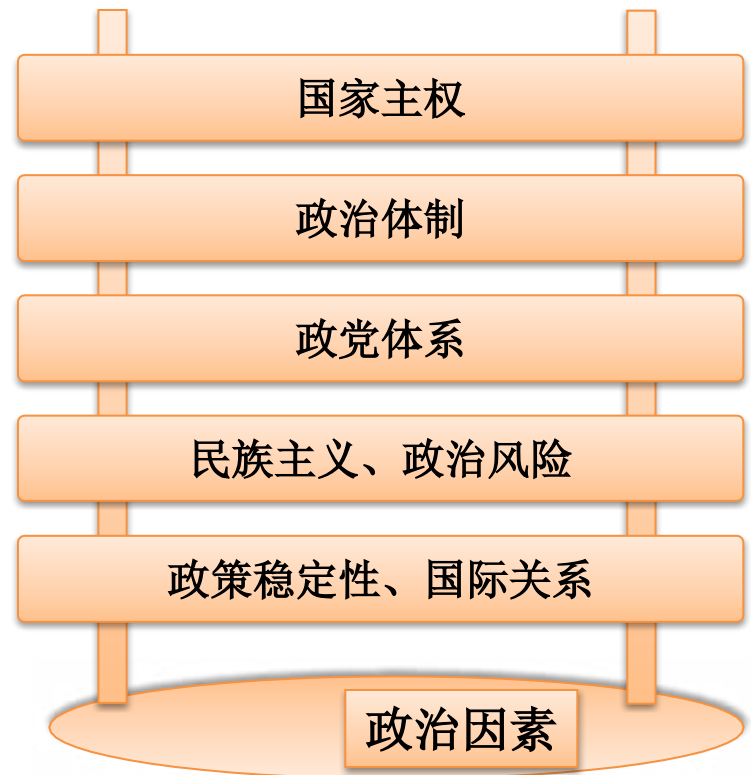
# 第1节 医药国际市场营销概述

## 三、医药国际市场营销的意义

- （一）有利于加快医药企业的成长
- （二）有利于扩大医药产品销售
- （三）有利于规避经营风险

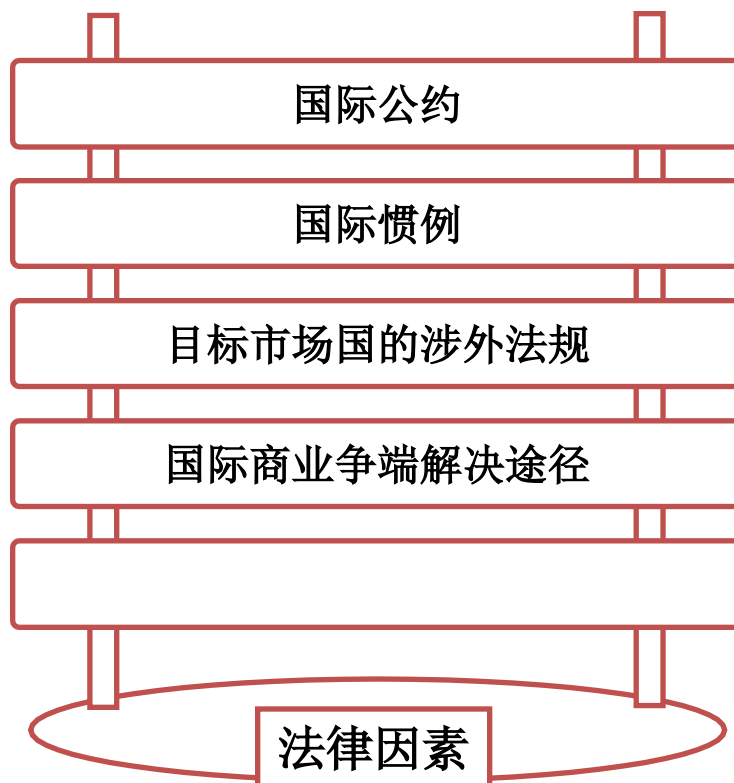
# 第2节 医药国际市场营销环境分析

## 一、政治环境分析



# 第2节 医药国际市场营销环境分析

## 二、法律环境分析





# 第2节 医药国际市场营销环境分析

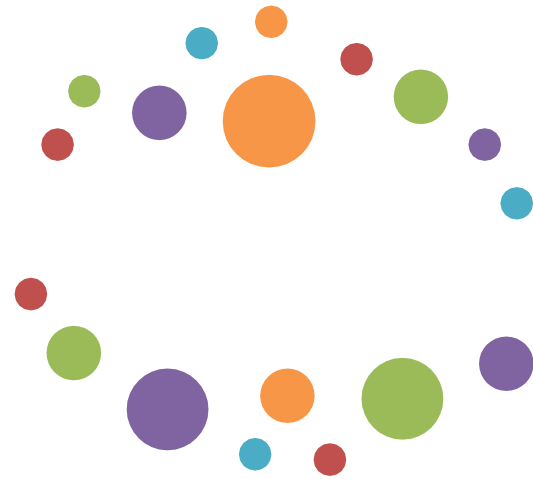
## 三、人口环境分析

- 人口数量
- 人口密度
- 人口自然增长率

# 第2节 医药国际市场营销环境分析

## 四、经济环境分析

- 经济体制
- 国民收入水平
- 基础设施
- 经济发展阶段



# 第2节 医药国际市场营销环境分析

## 五、社会文化环境分析



# 第2节 医药国际市场营销环境分析

## 六、国际医药竞争环境分析

1、医药企业  
生产、经营  
活动国际化

2、本国出口  
政策法规

# 第3节 医药国际市场目标选择与进入方式

## 一、医药国际市场目标选择

### （一）影响医药国际市场选择的因素

- 1、医药市场规模
- 2、医药市场潜力
- 3、医药贸易费用
- 4、市场竞争优势
- 5、市场风险程度

# 第3节 医药国际市场目标选择与进入方式

## （二）医药国际市场目标市场的选择战略

1、无差异营销战略

2、差异营销战略

3、集中营销战略

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/668101057042006124>