

2020年中国OTC行业前景分析报告- 市场现状调查与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国OTC行业前景分析报告-市场现状调查与发展商机研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/501025501025.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

第一章 OTC行业概念界定及发展环境剖析

第一节 OTC概念界定

一、OTC概念界定及产品特性

(1) 定义

(2) 特性

二、处方药和非处方药的区别

三、OTC产品分类

四、行业所属的国民经济分类

五、本报告的数据来源及统计标准说明

第二节 OTC业政策环境分析

一、行业监管体系及机构介绍

二、行业管理体制

三、行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读

(1) 医药行业相关政策动向

(2) OTC行业发展相关政策及规划汇总

四、政策环境对OTC行业发展的影响分析

第三节 OTC行业经济环境分析

一、宏观经济发展现状

二、宏观经济发展展望

(1) 主要经济指标预测

(2) 新型冠状病毒疫情影响

三、中国居民收入与支出水平

(1) 居民可支配收入

(2) 居民人均消费支出水平

四、宏观经济环境对行业发展的影响

第四节 OTC行业社会环境分析

一、中国人口规模及环境

(1) 人口数量规模

(2) 人口结构变化

二、中国城镇化水平变化

三、中国居民消费支出结构及历史演变

四、中国人口健康状况

(1) 健康状况

(2) 疾病状况

五、中国居民医疗保健水平

(1) 全国卫生总费用

(2) 卫生费用结构分布

(3) 人均卫生费用

(4) 城乡居民医疗保健支出分析

六、社会环境对行业发展的影响分析

第五节 OTC行业技术环境分析

一、中国医药研发投入

二、中国医药研发现状

三、中国药品注册受理情况

四、中国药品注册批准情况

五、中国药品审批进展情况

六、OTC新药上市情况

七、技术环境变化对行业发展带来的深刻影响分析

第六节 OTC行业发展机遇与挑战

第二章 全球OTC行业发展趋势前景及经验借鉴

第一节 全球OTC行业发展现状分析

一、全球OTC行业发展现状

二、全球OTC市场规模分析

三、全球OTC市场需求分析

四、全球主要国家的OTC药物政策

(1) 有关OTC药物的销售使用

(2) 有关OTC药物的广告宣传、标识等

(3) 有关OTC药物转换的规定

五、全球OTC药物管理模式分析

第二节 全球OTC市场竞争格局分析

一、全球OTC行业企业竞争格局

二、全球OTC行业区域发展格局及代表性区域发展现状

三、全球OTC行业投资兼并与重组整合分析

四、跨国公司在中国的竞争策略分析

(1) 兼并与扩张策略

(2) 品牌塑造策略

(3) 行销与渠道策略

(4) 研发与创新

1) 赛诺菲：全球领先疫苗供应商

2) 拜耳：糖尿病领域的领先者

3) 罗氏：与国内科研机构合作

第三节 全球OTC行业企业分析（随数据更新有调整）

一、辉瑞公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、葛兰素史克公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、诺华公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、勃林格殷格翰（BoehringerIngelheim）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、罗氏（RocheHoldingLtd.）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

六、阿斯利康公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第三章 中国OTC行业发展现状分析

第一节 中国医药行业发展现状

一、中国医药行业发展特点

二、中国医药行业市场供给

(1) 企业数量

(2) 产品产量

三、中国医药行业市场需求

第二节 中国OTC行业发展历程及发展特点分析

一、发展历程

二、发展特点

(1) 行业技术研发高投入

(2) 行业竞争进一步加剧

(3) 行业线上销售渠道加速布局

第三节 中国OTC行业市场供给及需求现状分析

一、中国OTC参与者类型及数量规模

(1) OTC行业制药企业分析

(2) OTC行业销售端参与者

二、中国OTC市场供给研究

三、中国OTC市场需求研究

四、中国OTC行业进出口统计

(1) 中国OTC进出口概况

(2) 中国OTC行业进口统计

(3) 中国OTC行业出口统计

五、中国OTC行业供需平衡现状

六、中国OTC价格水平分析

第四节 中国OTC行业经营效益分析

第五节 中国OTC行业发展痛点分析

第四章 中国OTC行业竞争状态及市场格局分析

第一节 OTC行业波特五力模型分析

一、现有竞争者之间的竞争

二、关键要素的供应商议价能力分析

三、行业潜在进入者分析

四、替代品风险分析

五、竞争情况总结

第二节 OTC行业投资、兼并与重组分析

一、行业投融资现状

二、行业兼并与重组

第三节 中国OTC市场销售品种及品类结构

第四节 中国OTC区域发展格局

第五节 中国OTC企业/品牌竞争格局

一、行业总体品牌竞争分析

二、行业流通领域企业竞争分析

三、行业销售电商平台竞争分析

第六节 中国OTC市场集中度分析

第五章 中国OTC行业产业链全景预览及上游市场发展解析

第一节 OTC行业产业链全景预览

第二节 中国化学原料药市场

一、化学原料药市场概况

二、化学原料药市场供给

三、化学原料药市场格局

四、化学原料药市场价格走势

第三节 中国中药饮片市场

一、中药饮片市场概况

二、中药饮片市场规模

三、中药饮片市场格局

(1) 中药饮片产品格局

(2) 中药饮片销售结构占比

四、中药饮片市场价格走势

第六章 中国OTC细分产品市场需求潜力分析

第一节 感冒药

一、感冒药定义及分类

二、感冒药市场供给分析

三、感冒药市场需求分析

(1) 消费特征

(2) 市场规模

四、感冒药产品分布结构

五、感冒药品牌竞争格局

(1) 化学类

(2) 中药类

六、感冒药市场前景预判

第二节 解热镇痛药

一、解热镇痛药定义及分类

二、解热镇痛药市场供给分析

三、解热镇痛药市场需求分析

四、解热镇痛药产品分布结构

五、解热镇痛药品牌竞争格局

六、解热镇痛药市场前景预判

第三节 胃肠用药

一、胃肠用药定义及分类

二、胃肠用药市场供给分析

三、胃肠用药市场需求分析

四、胃肠用药产品分布结构

五、胃肠用药品牌竞争格局

(1) 化学类

(2) 中药类

六、胃肠用药市场前景预判

第四节 皮肤用药

一、皮肤用药定义及分类

二、皮肤用药市场供给分析

三、皮肤用药市场需求分析

四、皮肤用药产品分布结构

五、皮肤用药品牌竞争格局

(1) 化学药竞争格局

(2) 中成药竞争格局

六、皮肤用药市场前景预判

第五节 五官科用药

一、五官科用药定义及分类

二、五官科用药市场供给分析

三、五官科用药市场需求分析

四、五官科用药产品分布结构

五、五官科用药品牌竞争格局

(1) 化学药竞争格局

(2) 中成药竞争格局

六、五官科用药市场前景预判

第六节 妇科用药

一、妇科用药定义及分类

二、妇科用药市场供给分析

三、妇科用药市场需求分析

四、妇科用药产品分布结构

五、妇科用药品牌竞争格局

(1) 化学药竞争格局

(2) 中成药竞争格局

六、妇科用药市场前景预判

第七节 止咳化痰用药

一、止咳化痰用药定义及分类

二、止咳化痰用药市场供给分析

三、止咳化痰用药市场需求分析

四、止咳化痰用药产品分布结构

五、止咳化痰用药品牌竞争格局

(1) 化学药竞争格局

(2) 中成药竞争格局

六、止咳化痰用药市场前景预判

第七章 OTC下游销售渠道市场需求潜力分析

第一节 OTC不同销售渠道发展对比

第二节 线下销售渠道的OTC销售情况

一、医院

二、药店

三、第三终端（社区卫生服务中心(站)、乡镇卫生院、诊所）

第三节 线上渠道的OTC销售情况

一、中国医药电商行业发展现状分析

(1) 中国医药电商行业销售规模

(2) 中国医药电商行业销售品类

(3) OTC在电商渠道销售规模分析

二、OTC行业流通企业O2O模式探索

- (1) 消费者痛点与医药O2O价值
- (2) 当前医药行业主流O2O模式剖析
- (3) 医药企业O2O布局战略规划

第八章 中国OTC行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 中国OTC供应链代表性企业案例分析

一、修正药业集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、哈药集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、华润三九医药股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、江中药业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

五、云南白药集团股份有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

六、浙江康恩贝制药股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

七、扬子江药业集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

八、广东太安堂药业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

九、天士力医药集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

十、仁和药业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

一、1贵州益佰制药股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

一、2北京同仁堂股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第二节 OTC药品流通企业案例分析

一、国药集团药业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、国药集团一致药业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、上海医药集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、中国海王星辰连锁药店有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章 中国OTC行业投资前景及建议

第一节 中国OTC行业投资潜力分析

一、行业投资促进因素分析

(1) 人口老龄化

(2) 国家对中医药行业的政策支持

(3) 全民医保带来需求扩容

(4) 我国深厚的中医药理论和文化底蕴

二、行业投资制约因素分析

(1) 行业集中度低

(2) 自主研发与创新能力薄弱

第二节 OTC发展前景预测

一、行业市场容量预测

二、行业发展趋势预测

(1) 药店成为OTC药物的重要销售途径

(2) OTC药物营销化

(3) 药物销售电商化

第三节 OTC投资壁垒分析

- 一、政策准入壁垒
- 二、资金、技术、人才壁垒
- 三、品牌壁垒
- 四、营销网络壁垒

第四节 OTC投资机会与投资建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业投资发展建议
 - (1) OTC连锁终端快速扩张
 - (2) OTC企业营销模式的转型
 - (3) 营销培训的必要性

图表目录

图表1：非处方药特点分析

图表2：处方药和非处方药的区别

图表3：OTC产品分类

图表4：OTC行业所属的国民经济分类

图表5：本报告的主要数据来源说明

图表6：我国医药行业监管部门

图表7：OTC行业主要监管制度

图表8：2017-2020年医药行业主要相关政策

图表9：2017-2020年OTC行业发展政策汇总

图表10：2017-2020年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2020年主要经济指标增长预测（单位：%）

图表12：疫情对中国经济影响（2020年GDP增速）的三种可能性（单位：%）

图表13：2017-2020年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表14：2017-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%）

图表15：2017-2020年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表详见报告正文.....（GYXX）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国OTC行业前景分析报告-市场现状调查与发展商机研究》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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业前景分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/501025501025.html>