

# 2009年中国OTC市场分析与发展趋势报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国OTC市场分析与发展趋势报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/3233432334.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 第一章 非处方药的行业概况

#### 一、OTC定义与分类介绍

(一) OTC的定义与标准

(二) 处方药

(三) 非处方药

(四) 处方药与非处方药的区别

(五) OTC产品的分类

#### 二、OTC产品的特性

(一) 医药行业特性

(二) OTC药品的特性

(三) OTC药品的发展特征

(四) OTC市场的独特地位和特点

#### 三、OTC管理制度

(一) 国外OTC的管理制度

(二) 我国OTC制度建设

(三) 建立OTC制度处方监管是核心

### 第二章 我国医药行业运行状况

#### 一、2008年医药行业整体运行状况

(一) 2008年医药制造业销售收入前十家企业

(二) 2008年医药制造业主要经济运行

#### 二、2008年医药行业发展现状

(一) 2008年医药行业发展环境

(二) 2008年医药行业运行

(三) 全球金融危机对我国医药行业的影响

#### 三、“十一五”医药行业发展趋势

(一) “十一五”时期我国医药行业发展趋势

(二) “十一五”医药重点领域发展趋势

### 第三章 2008-2009年全球OTC行业市场行业发展状况

#### 一、2008-2009年全球OTC药品市场的总体概况

(一) OTC市场是全球医药业发展的重要领域

(二) 全球OTC市场的发展回顾

(三) 全球非处方药转换市场的简析

(四) 亚太地区非处方药市场的发展概况

## 二、2008-2009年全球OTC行业市场竞争格局

### 三、2009-2012年全球OTC市场展望

- (一) 处方药向OTC转换
- (二) DTC营销
- (三) 市场开发的成长机会
- (四) 医药工业全球化

## 第四章 2008-2009年全球主要国家OTC行业运行情况

### 一、美国

- (一) 美国医药行业发展现状
- (二) 美国OTC药物市场持续上涨的概况
- (三) 美国OTC药企广告支出增长边际利润下降
- (四) 美国FDA批准用于减肥的非处方药

### 二、日本

- (一) 日本医药行业的总体回顾
- (二) 日本药品零售市场迅猛增长扩大经营范围
- (三) 日本非处方药市场的发展稳定
- (四) 日本OTC市场的发展存在着矛盾

### 三、欧洲

- (一) 欧洲OTC经销业的发展将发生改变
- (二) 英国政府将放宽对非处方药品的管理
- (三) 法国政府鼓励非处方药市场的发展

## 第五章 OTC市场发展状况

### 一、OTC市场发展现状

- (一) 我国OTC市场发展前景
- (二) 2008年我国OTC市场发展现状

### 二、OTC产品消费

- (一) OTC产品消费心理
- (二) OTC消费者行为

### 三、OTC市场需求

- (一) OTC消费者的需求
- (二) OTC市场需求

### 四、农村OTC药品市场发展

- (一) 农村OTC药品发展前景
- (二) 农村OTC药品市场发展面临的问题
- (三) 农村OTC药品市场问题的解决对策

## 五、OTC包装

- (一) OTC药品的包装要求
- (二) OTC包装市场发展概况

## 第六章 OTC市场主要产品的类型

### 一、感冒药市场

- (一) 感冒药市场环境
- (二) 感冒药市场竞争
- (三) 2008年感冒药广告投放
- (四) 中国感冒药市场发展趋势

### 二、中成药市场

- (一) 2008年中成药产量
- (二) 2008年中成药制造业经济运行
- (三) 2008年中成药类产品进出口
- (四) 抗心脑血管病中成药市场预测

### 三、维生素类药物市场

- (一) 2008年维生素市场运行
- (二) 2008年维生素类产品出口
- (三) 2008年维生素市场行情走势

### 四、保健品市场

- (一) 2008年保健品类产品进出口
- (二) 保健品产业发展趋势预测

### 五、皮肤病外用药市场

- (一) 皮肤病外用药主要品种
- (二) 我国中药皮肤病外用药市场前景
- (三) 各地家庭皮肤病外用药

### 六、妇科用药市场

- (一) 妇科用药市场发展
- (二) 妇科炎症口服药市场现状
- (三) 2008年国内妇科口服抗感染药物市场
- (四) 2008-2010年中国妇科炎症用药市场规模

## 第七章 OTC药品研究开发

### 一、中国企业参与新药研发的切入点

- (一) OTC原研药诞生流程
- (二) OTC研发切入点
- (三) 政策导向鼓励开发OTC市场

## 二、OTC企业新产品上市的特点与规律

(一) 中国本土OTC产业新产品上市特点

(二) 中国OTC企业新产品上市规律

## 三、处方药产品向OTC产品拓展

(一) 处方药产品转化成OTC产品

(二) 处方药的营销模式与OTC营销模式的转化

## 第八章 OTC行业重点企业

### 一、云南白药集团股份有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

### 二、哈药集团有限公司

(一) 公司概况

(二) 公司发展愿景

(三) 2008年公司经营情况

(四) 2008年公司动态

### 三、江中集团

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

### 四、山东东阿阿胶股份有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

### 五、北京同仁堂(集团)有限责任公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

### 六、太极集团有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

### 七、九芝堂股份有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

#### 八、三九医药股份有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

#### 九、浙江康恩贝制药股份有限公司

(一) 公司概况

(二) 2008年公司经营情况

(三) 2008年公司动态

#### 十、西安杨森制药有限公司

(一) 公司概况

(二) 公司发展战略

### 第九章 OTC药品营销

#### 一、2008年OTC市场营销现状

(一) 2008年OTC市场营销

(二) 品牌OTC企业在终端被渠道拦截的原因

#### 二、OTC药品营销短视行为

(一) OTC市场“广告+终端”微平衡

(二) OTC营销走向业务化模式

(三) OTC深度分销的关键策略

#### 三、OTC市场营销策略

(一) 市场启动策略

(二) 营销渠道策略

(三) 品牌策略

(四) 广告策略

(五) 药店营销策略

#### 四、中国OTC药品营销传播趋势

(一) 新媒体异军突起

(二) 电视媒体的傻瓜化传播趋势

(三) 事件行销趋势

(四) 媒体精准化致导趋势

(五) 大媒体塑造品牌系列产品销售趋势

(六) 地方媒体做深做透区域市场趋势

(七) 多种媒体整合塑造品牌

(八) OTC品牌推广的良方

## 五、医药企业OTC市场未来营销之路

- (一) 热切注视医药政策和信息
- (二) 占据有利“时间”突显广告效应
- (三) 强化终端拜访及刺激终端销量
- (四) 树立品牌观念
- (五) 加强对药店营业员、促销员管理
- (六) “蓝海”创新突破竞争

## 第十章 OTC行业发展策略

### 一、OTC市场策略

- (一) OTC市场的原由
- (二) OTC市场的目的
- (三) OTC市场的内容

### 二、OTC医院推广三大策略

- (一) 学术推广策略
- (二) 机理概念策略
- (三) 患者教育策略

### 三、OTC新产品渠道策略

- (一) OTC新产品渠道模式
- (二) OTC新产品渠道策略

### 四、OTC制药企业市场开发策略

- (一) 环境和企业情况做出战略选择
- (二) OTC制药企业市场开发策略
- (三) OTC市场开发策略的实施
- (四) OTC制药企业市场开发的重要意义

## 第十一章OTC行业发展趋势

### 一、2009年行业发展趋势

- (一) 2009年OTC市场发展趋势
- (二) 2020年我国OTC市场预测

### 二、2009年医药行业发展趋势

- (一) 2009年医药行业发展前景
- (二) 2009年中国医药行业发展趋势

### 三、2010年全球OTC市场展望

- (一) 2010年处方药向OTC转换
- (二) 2010年DTC营销
- (三) 2010年市场开发的成长机会



(四) 2010年医药工业全球化

图表目录：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/3233432334.html>