

2019年中国非处方药（OTC）行业分析报告- 市场深度调研与发展潜力评估

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国非处方药（OTC）行业分析报告-市场深度调研与发展潜力评估》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/huaxueyaopin/436514436514.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

非处方药是指由国家卫生行政部门公布的，不需要执业医师开写处方，一般消费者可以自行判断、购买和使用的药品。因此，非处方药又称为柜台发售药品（Over the counter drug），简称OTC。非处方药主要包括感冒药、止咳药、镇痛药、助消化药、抗胃酸药、维生素类、驱虫药、滋补药、通便药、外用药、避孕药、护肤药等。被列入非处方药的药物，一般都具有疗效确切、毒副作用小、使用方便、便于贮存等优点。

药品分类管理是根据药品安全有效、使用方便的原则，依其品种、规格、适应证及给药途径不同，对药品分别按处方药和非处方药进行管理。非处方药根据药品安全性程度分为甲乙两类，将非处方药分为甲类和乙类管理的根本目的是在保障用药安全的前提下最大限度地方便大众用药。

非处方药分类

非处方药种类

安全性程度

销售场所

甲类非处方药

安全性相对乙类非处方药更低，应在执业药师指导下购买使用

具有《药品经营企业许可证》的零售企业（医疗机构、零售药店等）

乙类非处方药

安全性较高，副作用少

经省级药品监督管理部门或其授权的药品监督管理部门批准的其它商业企业（包括超市、宾馆等）资料来源:药监局

中国的非处方药市场发展潜力巨大。近年来中国非处方药行业市场规模持续增长，市场规模由2014年的2165.4亿元上升至2018年的2914.2亿元，年复合增长率达到7.7%，远高于全球平均增长速度。随着人们自我药疗意识增强、人口老龄化加速，未来中国非处方药市场规模将进一步扩大。

2014-2018年中国非处方药市场规模 数据来源：中国医药协会

根据数据显示，非处方药和处方药的销售份额占到零售药店市场的87%，其中非处方药的增速更快，为4.3%。截至2018年我国非处方药销售额达到5865亿元，占总药品销售额的44%。

2017-2018年非处方药与处方药销售额情况 数据来源：IQIVA【简介】

中国报告网是观研天下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国非处方药（OTC）行业分析报告-市场深度调研与发展潜力评估》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，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。

【报告大纲】

第一章 非处方药（OTC）相关概述

第一节 OTC简介

- 一、OTC的定义
- 二、OTC的特点
- 三、OTC类药品主要种类
- 四、非处方药和处方药的区别

第二节 OTC药发展概述

- 一、OTC类药品发展概述
- 二、国家审批OTC药品的主要原则
- 三、非处方药的市场特点
- 四、非处方药市场的培育形成

第二章 2017-2020年中国医药行业发展形势分析

第一节 2017-2020年中国医药行业发展概述

- 一、中国医药产业发展概述
- 二、中国医药行业发展取得的成就
- 三、中医药产业将得到重点扶持

四、国家政策助推医药产业升级

五、中国继续推进医药的创新研发

第二节 2017-2020年中国医药行业发展情况分析

一、2020年中国医药行业投资情况分析

二、2020年中国医药行业产销状况分析

三、2017-2020年中国医药生产情况分析

四、2020年中国医药行业进出口情况分析

五、2020年中国医药行业运行情况分析

第三节 2017-2020年中国医药行业运营情况分析

一、2020年中国医药行业发展概述

二、2020年中国医药行业细分市场调研

三、2017-2020年医药行业销售收入分析

四、2017-2020年医药行业利润总额分析

五、2017-2020年医药行业盈利能力分析

第四节 2020年相关政策对医药行业发展的影响分析

一、新版GMP规范药品生产质量

三、新医改对中国医药零售行业的影响

四、基本药物制度掀起医药行业新竞争

五、新医改提升中国医药产业竞争力

六、新医改对医药市场的影响分析

第五节 2017-2020年中国医药行业存在的难题

一、中国医药行业存在的主要问题及对策

二、中国中药产业国际化面临的问题与战略

三、国内中小医药企业融资难问题和融资策略

第三章 2020年中国OTC药品行业运行环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、2020年中国GDP增长情况分析

二、2020年中国工业经济发展形势分析

三、2020年中国全社会固定资产投资分析

四、2020年中国社会消费品零售总额分析

五、2020年中国城乡居民收入与消费分析

六、2020年中国对外贸易发展形势分析

七、2020年中国宏观经济运行情况分析

第二节 2020年中国OTC行业政策环境分析

- 一、医药行业相关监管部门及其职能
- 二、2017-2020年中国医药流通监管政策
- 三、国家发改委进一步规范药品定价机制
- 四、处方药与非处方药分类管理办法（试行）
- 五、处方药与非处方药流通管理暂行规定
- 六、《药品生产质量管理规范》

第三节 2020年中国OTC行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第四节 2020年中国OTC行业技术环境分析

第四章 2017-2020年中国OTC药品市场运行动态分析

第一节 2017-2020年中国OTC市场发展概况

- 一、中国OTC市场产品格局
- 二、中国OTC市场发展特征
- 三、中国非处方药市场发展现状
- 四、2020年OTC重点企业销售情况
- 五、促进中国OTC市场快速发展因素

第二节 2017-2020年中国OTC市场发展存在的问题

- 一、中国OTC市场存在的渠道问题
- 二、农村OTC药品市场发展存在的问题
- 三、OTC市场的“潜规则”问题探析
- 四、中国OTC市场经营亟待规范

第三节 2017-2020年中国OTC市场投资策略

- 一、中国OTC市场发展对策
- 二、医药企业应把握机遇进军OTC市场
- 三、开拓OTC市场人才与资金运用策略
- 四、农村OTC药品市场发展的对策
- 五、OTC产品医院推广策略分析

第五章 2020年中国OTC行业市场运行新动态研究

第一节 2020年非处方药市场特点及与处方药市场的比较

- 一、政策法规方面

二、研发系统方面

三、市场结构和竞争策略

第二节 2020年中国OTC市场竞争分析

一、OTC市场竞争格局

二、外资药企布局中国OTC市场调研

三、外资OTC医药招标状况分析

四、保健企业纷纷试水中国OTC市场

五、中国OTC市场竞争策略分析

第三节 2020年中国OTC产品包装分析

一、中国OTC药品包装设计现状

二、开发OTC包装广告功能的要素

三、新需求推进OTC药包装革新

四、OTC药品包装成为市场竞争的盲区

五、OTC药盒包装设计发展方向浅析

第六章 2017-2020年中国感冒用药市场运行局势研究

第一节 2017-2020年中国感冒药市场发展概况

一、中国感冒药市场将快速增长

二、中国维C银翘片市场发展分析

三、中国感冒药市场品牌竞争分析

四、影响感冒药购买行为的因素分析

五、限售令政策对感冒药市场的影响分析

第二节 2017-2020年中国感冒药市场调研

一、受甲流影响药材板蓝根市场走俏

二、感冒药市场大半为外资品牌占据

三、2020年中国感冒药市场规模分析

四、2017-2020年中国板蓝根市场调研

五、感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析

第三节 2017-2020年中国部分地区感冒药市场

一、上海感冒用药零售市场调研

二、太原感冒药零售市场特点分析

三、广州感冒药零售市场竞争分析

第四节 2017-2020年中国感冒药市场存在的问题及发展对策

一、感冒药市场存在的问题及建议

二、感冒药市场不宜过度细分

三、中西结合感冒药渐成市场发展方向

第七章 2017-2020年中国维生素行业市场动态透析

第一节 中国维生素市场发展概况

一、维生素的概述

二、全球维生素市场应用及竞争格局

三、中国维生素生产与消费情况分析

四、复合维生素在零售市场占有重要地位

五、中国复合维生素产品市场发展现状

第二节 2017-2020年中国维生素类产品出口分析

一、2020年维生素类产品出口情况分析

二、2020年中国维生素类产品出口情况

三、2020年中国维生素出口情况分析

第三节 2017-2020年维生素细分品种市场调研

一、中国维生素A市场现状分析

二、中国B族维生素生产发展现状

三、维生素B1市场趋势预测看好

四、维生素B2市场景气价格上涨

五、2020年中国维生素D3市场调研

六、2020年中国维生素C市场调研

七、2020年中国维生素E发展分析

八、维生素K3市场趋势分析

第四节 中国维生素市场趋势及趋势预测分析

一、未来维生素行业发展趋势分析

二、中国维生素市场发展潜力巨大

三、维生素保健品市场前景看好

第八章 2017-2020年中国其它OTC药品细分市场调研

第一节 胃肠道用药

一、肠胃药市场概述

二、肠胃药市场特点分析

三、胃肠药重点品种品牌分析

四、胃肠药市场营销策略分析

第二节 皮肤用药

一、皮肤用药市场及品牌概况

二、中国皮肤病用药市场调研

三、皮肤药主要品种市场竞争格局

四、皮肤瘙痒类用药品牌调查分析

五、皮肤用药未来市场前景分析

第三节 五官用药

一、鼻炎药物零售市场调研

二、2020年咽喉用药市场概况

三、咽喉用药品牌及市场策略

四、中国滴眼液市场发展概述

五、国内滴眼液市场存在隐患

六、滴眼液市场投资策略分析

第四节 解热镇痛药

一、中国解热镇痛药生产发展概述

二、2020年中国镇痛药市场规模分析

三、中国止痛类非处方药认知度分析

四、解热镇痛药市场发展存在的问题

五、中国解热镇痛药市场发展对策

第五节 钙制剂

一、中国钙制剂市场概况

二、主要钙制剂品牌分析

三、钙制剂市场品牌的竞争局势

四、钙制剂产品零售情况调查分析

第六节 心脑血管药

一、世界心血管药市场前景分析

二、中国心脑血管疾病用药持续增长

三、2020年中国心脑血管市场规模

四、中国心血管药市场品牌竞争分析

五、中国调血脂药物市场发展分析

第七节 妇科用药

一、妇科用药市场发展状况分析

二、妇科炎症用药零售市场快速发展

三、成都妇科用药市场发展格局分析

第八节 抗过敏药

一、中国抗过敏药品市场发展分析

二、外国品牌占据抗过敏药市场优势

三、挖掘抗过敏药的多元化空间

第九章 2020年中国OTC市场营销策略及消费者市场评估

第一节 OTC市场营销概况

- 一、非处方药市场的营销特征
- 二、OTC药品DTC推广模式
- 三、中国OTC营销渠道的主要模式分析
- 四、新医改下OTC市场营销面临的机会
- 五、中国OTC经典营销案例分析
- 六、OTC药品营销发展要点与方向

第二节 OTC市场营销之消费者分析

- 一、OTC产品消费特征
- 二、中国OTC市场消费者行为模式分析
- 三、消费者选择OTC药品影响因素分析
- 四、城乡OTC市场消费情况比较分析
- 五、中国OTC消费者决策过程
- 六、OTC消费者购买过程分析
- 七、OTC消费者保护与品牌建设分析

第三节 OTC广告营销分析

- 一、OTC广告的作用
- 二、OTC广告成功的条件
- 三、OTC广告营销策略
- 四、OTC广告传播八大趋势
- 五、OTC市场营销广告与终端的平衡策略

第四节 OTC品牌营销分析

- 一、OTC市场品牌营销概述
- 二、OTC品牌建立要点分析
- 三、OTC品牌营销面临的问题及误区
- 四、OTC品牌营销策略成败的关键因素
- 五、OTC品牌营销策略实施准则
- 六、OTC品牌产品市场终端维价策略

第五节 OTC市场营销策略

- 一、OTC市场产品运作营销策略
- 二、新医改政策下OTC药品营销策略分析
- 三、适应市场变化的非处方药营销策略

四、OTC产品终端营销策略

五、OTC新产品选经销商遵循的原则

六、OTC市场营销主要渠道分析

七、后促销时代的OTC市场运作策略分析

第十章 2017-2020年中国医药零售市场发展分析

第一节 2020年中国医药零售行业发展分析

一、美国药品零售业现状与经营特色

二、中国药品零售业发展沿革

三、医药商业流通及产业链分析

四、中国药品零售业发展现状分析

五、网上药店发展现状与经营模式

六、国内药品零售发展中存在的问题

第二节 2020年中国医药零售及药店经营分析

一、2020年中国药品零售市场规模分析

二、2020年中国药店百强销售规模分析

三、2020年药店百强集中度变化情况

四、2020年中国百强药店门店规模分析

五、2020年中国药店企业经营产品分析

六、2020年中国百强药店运营效率情况

七、2020年中国药店单店经营情况分析

第三节 2017-2020年新医改下医药零售行业调研

一、新医改下药品零售业发展形势探析

二、新医改下单体及小型连锁药店发展状况

三、新医改下医药零售业直供模式发展分析

四、新医改下医药零售集中度升级路径选择

五、应对新医改药品零售行业发展对策分析

第四节 2017-2020年中国医药零售连锁行业发展分析

一、中国医药零售连锁经营模式现状

二、零售连锁药店经营模式加速转型

三、连锁药店欲抢占网上医药市场

四、国内制药企业加速抄底连锁药店

五、中国连锁药店赢利模式发展方向

六、医药零售连锁企业投资策略分析

第五节 2017-2020年中国医药零售市场竞争格局分析

一、中国区域药品零售市场竞争形势分析

二、中国药品零售业掀起新一轮价格战

三、中国药品零售业的“竞争五力”解析

四、中国药品零售业新进入者及竞争分析

五、新医药竞争环境下药品零售竞争策略

第六节 2017-2020年中国医药零售业联盟发展分析

一、中国医药零售行业联盟的发展阶段

二、中国药品零售联盟发展模式创新

三、医药零售业联盟的发展意义分析

四、医药零售采购联盟及其趋势特点

五、中国药店联盟的发展趋势分析

第七节 2017-2020年中国医药零售市场投资策略及建议

一、中国医药零售业发展的策略分析

二、医药零售经营战略模式创新发展

三、中国医药零售市场发展潜力较大

第十一章 中国OTC药品重点生产企业竞争性分析

第一节 修正药业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 西安杨森制药有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 中美天津史克制药有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 北京同仁堂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第五节 哈药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业经营优劣势分析

第六节 哈药集团三精制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第七节 云南白药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第八节 华润三九医药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第九节 广州药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第十节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业经营优劣势分析

第十二章 2020-2026年中国OTC药品市场前景分析

第一节 2020-2026年中国医药行业趋势预测分析

一、国内医药行业发展趋势及前景展望

二、未来推动中国医药市场的因素分析

三、“十四五”中国医药工业发展展望

四、2020-2026年中国生物医药产业前景

第二节 2020-2026年中国OTC市场前景趋势分析

一、中国OTC市场蕴藏极其巨大的潜力

二、新医改下中国OTC市场面临的机会

三、农村市场OTC巨大潜力有待开发

四、OTC市场发展呈现两大趋势分析

五、中成药OTC市场趋势预测广阔

第三节 2020-2026年中国OTC药品市场趋势分析

一、2020-2026年中国药品零售市场规模预测

二、2020-2026年中国OTC药品市场规模预测

图表详见报告正文 (GYXZN)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxueyaopin/436514436514.html>