

# 2021-2027年中国OTC药品行业市场竞争态势及市场需求潜力报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国OTC药品行业市场竞争态势及市场需求潜力报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202103/942256.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

非处方药是指为方便公众用药，在保证用药安全的前提下，经国家卫生行政部门规定或审定后，不需要医师或其它医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般公众凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在美国又称为柜台发售药品（over the counter drug），简称OTC药。这些药物大都用于多发病常见病的自行诊治，如感冒、咳嗽、消化不良、头痛、发热等。为了保证人民健康，我国非处方药的包装标签、使用说明书中标注了警示语，明确规定药物的使用时间、疗程，并强调指出“如症状未缓解或消失应向医师咨询”。简言之：可自行根据需要选购。

智研咨询发布的《2021-2027年中国OTC药品行业市场竞争态势及市场需求潜力报告》共十六章。首先介绍了OTC药品相关概念及发展环境，接着分析了中国OTC药品规模及消费需求，然后对中国OTC药品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国OTC药品面临的机遇及发展前景。您若想对中国OTC药品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 非处方药的行业概况

第一节 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

第二节 OTC产品的特性

一、医药行业特性

二、OTC药品的特性

三、OTC药品的五大特征

四、OTC市场的独特地位和特点

第三节 药品分类管理相关法规和政策说明

第四节 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 2020年中国医药行业的运行现状分析

### 第一节 2020年中国医药行业的发展分析

- 一、中国医药工业总体增长较快
- 二、中国医药行业销售收入及应收帐款情况
- 三、中国医药行业的经济效益及成本费用
- 四、中国医药行业运行主要影响因素

### 第二节 2020年中国医药行业发展存在的问题

- 一、医药行业发展面临的生存危机
- 二、中国医药行业存在的问题
- 三、医药行业发展遇到的三大政策困境
- 四、影响中国中医药发展的现实问题综述

### 第三节 2020年中国医药行业的发展对策

- 一、实现中国医药强国目标之措施
- 二、发展医药行业的措施
- 三、医药企业选择技术创新模式的建议

## 第三章 2020年全球OTC行业市场行业发展状况分析

### 第一节 2020年国际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、世界OTC市场的发展回顾
- 三、国际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

### 第二节 2020年全球OTC行业市场竞争格局分析

### 第三节 2021-2027年全球OTC市场展望分析

- 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 2020年世界主要国家OTC行业运行情况分析

### 第一节 美国

- 一、美国医药行业发展现状分析
- 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

### 第二节 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

### 第三节 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 2020年中国OTC药品市场发展动态分析

### 第一节 2020年中国OTC药品市场的发展概况

- 一、OTC市场的发展综述
- 二、中国非处方药市场的发展扩容
- 三、OTC市场经营模式的分类综述
- 四、医药OTC三级市场操作模式简析

### 第二节 2020年非处方药市场的消费者行为简析

- 一、OTC消费者市场的内容
- 三、OTC消费者的决策

### 第三节 2020年OTC药品市场沟通组合以及其意义

- 一、OTC药品市场的沟通过程
- 二、OTC药品市场沟通组合
- 三、市场沟通的构成要素
- 四、OTC药品市场沟通的意义
- 五、确定沟通和促销组合须考虑的因素
- 六、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤

### 第四节 2020年中国OTC药品市场发展存在的问题及对策

- 一、中国OTC市场的发展缺乏领导品牌
- 二、OTC药品的包装成为医药市场竞争的盲点
- 三、非处方药品市场发展的几大策略
- 四、多层次资本市场的发展可以从OTC入手
- 五、药品陈列成为OTC市场创造最大利润的有效途径

## 第六章 2020年中国OTC药品的市场营销战略研究

### 第一节 OTC药品营销概况

- 一、OTC市场营销管理是药企推广市场的关键
- 二、OTC药品已经向保健品营销方式发展
- 三、OTC医药营销模式的变革以及创新的综述

#### 四、OTC药品和保健品现行销售模式的思考

##### 第二节 2020年OTC营销调研浅析

###### 一、市场调研与营销调研的含义

###### 二、营销调研的作用及意义

###### 三、OTC营销调研的范围

##### 第三节 2020年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比

###### 一、OTC市场终端概述

###### 二、药店市场终端及营销策略

###### 三、医院市场终端及营销策略

###### 四、OTC市场终端模式展望

##### 第四节 2020年OTC市场营销存在的问题及对策

###### 一、OTC药品市场营销存在的五个陷阱

###### 二、OTC营销面临的四大软肋

###### 三、有效性成为OTC营销发展的硬伤

###### 四、OTC市场营销应以拉动为主推动为辅

###### 五、走出OTC终端带金销售泥潭的建议

###### 六、医药企业OTC市场未来营销的发展道路

##### 第五节 2020年OTC药品市场营销的挑战及趋势

###### 一、零售终端连锁化的趋势给OTC终端营销带来新的挑战

###### 二、OTC药品市场营销的十大趋势

###### 三、情感营销是OTC药品市场营销的新理念

#### 第七章 2020年中国OTC药品研究开发分析

##### 第一节 全球医药研发渐移中国

##### 第二节 2020年国内医药研发动态

###### 一、肝病新药在我国研制成功

###### 二、我国首个治疗丙肝中药新药松栝丸获准生产

###### 三、东阿阿胶治疗血栓的新药获得国家新药证书网络

###### 四、新药研究国家企业影响医药产品市场前景

###### 五、新制剂开发市场四类研制发展方向值得期待

##### 第三节 2020年中国企业参与新药研发的最佳切入点

###### 一、OTC原研药诞生流程

###### 二、OTC研发易于切入

###### 三、政策导向是鼓励开发O T C市场

##### 第四节 2020年OT江中药业股份有限公司新产品上市一般特点与规律

###### 一、中国本土OTC产业新产品上市特点

## 二、中国OT江中药业股份有限公司新产品上市规律

### 第五节 2020年药品市场的专利分析

## 第八章 2020年中国感冒药市场运行形势分析

### 第一节 2020年中国感冒药市场的分析

#### 一、中国感冒药市场的概况

#### 二、国内感冒药市场的总体简析

#### 三、OTC感冒药市场的发展

#### 四、知名品牌主宰着感冒药市场

#### 五、中国感冒药市场的销售概况

### 第二节 2020年感冒药细分市场的发展分析

#### 一、中成药及西药在感冒药市场上的发展

#### 二、中药感冒药迎来春天化学药仍是全国市场的主导

#### 三、中药感冒药主力品种优势显现整体市场前景向好

#### 四、中药感冒药市场的发展亟待大展宏图

### 第三节 2020年中国感冒药报刊广告市场竞争简析

#### 一、感冒药报刊广告投放走势清晰

#### 二、全国各区域感冒药报刊广告出现全线回落

#### 三、报刊广告市场品牌竞争的压力有所减缓

#### 四、感冒药报刊广告市场被知名企业所主宰

### 第四节 2020年中国感冒药市场的发展对策

#### 一、感冒药非处方药市场的导入策略

#### 二、感冒药市场发展不易过度细分

#### 三、感冒药市场发展的对策

### 第五节 2021-2027年感冒药市场的发展前景

#### 一、全球OTC类感冒药及过敏药市场将出现大幅的增长

#### 二、感冒药市场的发展趋势

#### 三、中西药结合逐渐成为感冒药市场主旋律

## 第九章 2020年中国维生素市场运行态势分析

### 第一节 2020年国际维生素产业的发展

#### 一、世界维生素市场发展的回顾

#### 二、世界维生素市场的发展概况

#### 三、国际维生素产业的竞争新格局逐渐成型

### 第二节 2020年中国维生素市场的分析

#### 一、维生素的概述及分类

#### 二、中国维生素市场的发展概况

三、维生素市场的发展速度迅猛

四、中国维生素类药物的出口形势简析

五、2020年份维生素类重点产品的发展

第三节 2020年中国维生素主要热点品种的市场

一、中国维生素A市场的价格下降

二、维生素C制造业的核心竞争力综述

三、中国维C出口价格上涨的原因

四、中国维生素C出口稳步增长还需防危机

五、中国维生素E市场的浅析

第四节 2020年中国复合维生素市场分析

一、复合维生素保健品市场发展逐渐成熟

二、中国复合维生素市场的竞争格局简析

三、复合维生素京沪穗蓉等八大城市的市场概况

四、复合维生素将发展成为市场的主流产品

第五节 2021-2027年中国维生素市场的发展趋势分析

一、小品种将是维生素产业的发展方向

二、中国维生素市场的发展前景

第十章 2020年中国胃肠用药市场运行走势分析

第一节 2020年中国胃肠用药市场的总体概况

一、世界胃肠道用药市场的回顾

二、胃肠道用药发展的概况

三、中国胃动力药及助消化药主要产品市场的综述

四、健胃消食片激起中国胃肠药市场战火

第二节 2020年中国胃肠道用药报刊广告市场的分析

一、市场竞争加剧

二、华北东北崛起

三、中药勇担主角

四、卖点以陈述为主

第三节 2020年北京、上海以及广州胃肠用药的零售市场

一、胃肠用药零售的市场特点

二、重点品种分析

第四节 2020年中国抗消化性溃疡药物市场分析

一、消化性溃疡药市场的总体概况

二、国内抗消化性溃疡药物的研发动态

三、抗消化性溃疡药物的市场份额综述



#### 四、国内抗消化性溃疡药的医院市场竞争力简析

#### 第五节 2021-2027年中国胃肠用药市场的发展对策及前景

- 一、中国肠胃用药市场的发展要以招商为先
- 二、胃肠病用药的发展前景广阔
- 三、治疗消化系统疾病药品的市场发展潜力巨大

#### 第十一章 2020年中国解热镇痛药市场发展局势分析

##### 第一节 2020年中国解热镇痛药的总体概况

- 一、中国解热镇痛药市场的回顾
- 二、国内解热镇痛药市场的优势显现
- 三、解热镇痛药市场的产销分析
- 四、解热镇痛抗炎药的零售市场综述

##### 第二节 2020年解热镇痛药细分品种的分析

- 一、扑热息痛、阿司匹林和布洛芬原料药的出口概况
- 二、国内阿司匹林市场出口概况
- 三、中国老牌镇痛药扑热息痛的出口显现新的动态
- 四、布洛芬市场的总体分析
- 五、萘普生原料药的潜力有待挖掘

##### 第三节 2021-2027年中国解热镇痛药市场的发展趋势

#### 第十二章 2020年中国其他OTC药品的市场监测分析

##### 第一节 妇科外用药

- 一、妇科炎症用药市场的现状透析
- 二、妇科炎症用药市场细分逐渐明显
- 三、2020年中国妇科用药市场的现况

##### 第二节 皮肤外用药

- 一、抗真菌产品在皮肤外用药市场处领先地位
- 二、皮肤科外用药市场的综述
- 三、中国皮肤外用药市场的规模
- 四、皮肤外用药京沪穗三地零售市场已接近饱和

##### 第三节 咽喉用药

- 一、咽喉用药市场的整体概况
- 二、中国咽喉口腔用药零售市场简析
- 三、2020年国内咽喉产品的零售市场
- 四、2020年中国咽喉疾病用药报刊广告市场分析
- 五、咽喉疾病用药市场细分成为老产品新的出路

#### 第十三章 2020年中国OTC行业市场竞争格局分析

## 第一节 2020年我国医药行业的SWOT分析

- 一、我国医药行业优势领域
- 二、医药行业面临的挑战及应对措施
- 三、我国医药企业的主要问题

## 第二节 2020年OTC药品营销竞争策略

- 一、2020年OTC药品营销策略
- 二、2020年OTC市场的营销战术及管理
- 三、医药企业OTC市场未来营销之路
- 四、走品牌之路将是OTC发展的途径

## 第三节 2021-2027年中国OTC行业市场竞争态势预测分析

## 第十四章 中国OTC行业重点企业竞争力与关键性数据分析

### 第一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

### 第二节 云南白药集团股份有限公司

### 第三节 哈药集团股份有限公司

### 第四节 江中药业股份有限公司

### 第五节 三精制药股份有限公司

### 第六节 山东东阿阿胶股份有限公司

## 第十五章 2021-2027年中国OTC行业投资战略部署

### 第一节 2020年中国医药行业投资概况

- 一、医药业将进入黄金投资期
- 二、中国医药产业投资准入政策分析

### 第二节 2021-2027年中国OTC行业投资机会分析

- 一、我国市场潜力巨大
- 二、OTC市场方兴未艾
- 三、感冒药执掌市场牛耳
- 四、中成药前途无量
- 五、老年疾病用药以及妇女、儿童用药市场发展迅猛
- 六、农村市场亟待开发
- 七、零售药品市场在竞争中继续快速增长

### 第三节 2021-2027年中国OTC行业投资风险

### 第四节 投资观点

## 第十六章 2021-2027年中国OTC药品市场的前景预测分析（ZY LZQ）

### 第一节 2021-2027年中国医药行业的发展趋势分析

- 一、医药行业迎来药品降价不降利的新时代
- 二、医药市场发展趋势

## 第二节 2021-2027年中国OTC药品市场的发展趋势

- 一、中国将发展成为国际最大的OTC市场
- 二、持续整合是未来中国OTC市场发展的态势
- 三、中国非处方药市场的发展潜力巨大
- 四、非处方药市场的发展前景广阔

## 第三节 2021-2027年中国OTC所属行业盈利能力预测分析

部分图表目录：

图表1：我国GDP发展运行情况

图表2：我国居民价格指数变化情况（CPI）

图表3：2020年城镇与农村居民消费价格指数

图表4：我国工业生产在出厂价格指数（PPI）

图表5：我国居民收入及消费支出情况

图表6：2016-2020年我国居民收入基尼系数

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/942256.html>