

2025-2031年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告》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/202110/979482.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

智研咨询组织编撰的《2025-2031年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告》（以下简称“《报告》”）是中国OTC药品领域的专业市场研究报告，是OTC药品行业发展忠实的记录者和见证者。旨在为中国OTC药品行业生产厂家、政府机构、业界专家了解和掌握中国OTC药品发展脉络提供全面参考。

《报告》自2017年开始出版，每年一版，目前已连续8年。智研咨询研究团队持续跟进OTC药品发展历程，总结现状、深化研究、探索规律，《报告》总计16章，从行业概况、市场营销、药品研究、细分市场、竞争格局、重点企业、投资战略、前景预测等多个方面，通过详实的数据，全面总结和回顾了2023年OTC药品行业的新趋向、新亮点，同时对现存问题进行了深度思考，为下一步OTC药品行业高质量发展提出了一系列有益的建议和未来的展望。OTC是英文Over The Counter的缩写，国际上通称为非处方药。非处方药是相对处方药（Rx）而言，是指那些不需要医生处方，消费者可直接从药店或药房购买的药物。消费者可凭借自己所掌握的医药知识，借助药品标签，对轻微短期病症进行自我药疗，在药剂师指导下有选择地购买药品，并按规定的方法使用。据统计，2023年我国药品终端销售额为18865亿元，其中OTC药品终端销售额为3411亿元。

OTC药品行业上游主要包括原料药制造商、药用辅料制造商与包装材料制造商等，其中原料药制造商主要负责生产非处方药中的活性成分，即药物的有效成分，药用辅料制造商生产用于帮助原料药溶解、稳定和储存的辅料，包装材料主要包括瓶子、盒子、标签等。中游为OTC药品的研发、试验、审批、生产和销售环节。下游渠道主要包括医院、诊所、零售药店与网络药店等。

国内OTC药品生产商主要有华润三九、太极集团、修正药业、赫力昂、以岭药业、云南白药、康恩贝、仁和集团、天士力、东阿阿胶、拜耳医药、星鲨制药、江中药业、百洋医药、九芝堂、达因药业、葵花药业、鲁南制药等。

其中华润三九主要从事医药产品的研发、生产、销售及相关健康服务。连续在中国非处方药协会发布的非处方药企业综合排名中名列前茅，999感冒灵颗粒/胶囊连续多年荣获感冒咳嗽类（中成药）第一名。此外，华润三九还有多个产品位居排行榜前列。江中药业主要从事中成药、保健食品的研发、生产和销售，OTC药品主要有健胃消食片、乳酸菌素片、复方草珊瑚含片等。2024年上半年公司营收21.73亿元，同比下降8.02%，其中非处方药收入17.25亿元，同比增长2.64%。九芝堂是国家重点中药企业，OTC药品主要有包括六味地黄丸、逍遥丸、补肾固齿丸、归脾丸、补中益气丸、杞菊地黄丸等。2024年上半年公司营收16.79亿元，同比下降7.67%，其中OTC药品收入9.12亿元，同比增长8.2%。

智研咨询研究团队围绕中国OTC药品产业规模、产业结构、重点企业情况、产业发展趋势等方面进行深入分析，并针对OTC药品产业发展中存在的问题提出建议，为各地政府、产业链关联企业、投资机构提供参考。

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 2024年中国医药行业的运行现状分析

第一节 2024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 2024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 2024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 2024年全球OTC行业市场行业发展状况分析

第一节 2024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 2024年全球OTC行业市场竞争格局分析

第三节 2025-2031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 2024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 2024年中国OTC药品市场发展动态分析

第一节 2024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 2024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 2024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 2024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 2024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

第二节 2024年OTC营销调研浅析

第三节 2024年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比

第四节 2024年OTC市场营销存在的问题及对策

第五节 2024年OTC药品市场营销的挑战及趋势

第七章 2024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 2024年国内医药研发动态

第三节 2024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 2024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 2024年药品市场的专利分析

第八章 2024年中国感冒药市场运行形势分析

第一节 2024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 2024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 2024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 2024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 2025-2031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 2024年中国维生素市场运行态势分析

第一节 2024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 2024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、2024年份维生素类重点产品的发展

第三节 2024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 2024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 2025-2031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 2024年中国胃肠用药市场运行走势分析

第一节 2024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 2024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 2024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 2024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 2025-2031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 2024年中国解热镇痛药市场发展局势分析

第一节 2024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 2024年解热镇痛药细分品种的分析

第三节 2025-2031年中国解热镇痛药市场的发展趋势

第十二章 2024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、2024年中国妇科用药市场的现况

第二节 皮肤外用药

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、2024年国内咽喉产品的零售市场

四、2024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 2024年中国OTC行业市场竞争格局分析

第一节 2024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 2024年OTC药品营销竞争策略

- 一、2024年OTC药品营销策略
- 二、2024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 2025-2031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 2025-2031年中国OTC行业投资战略部署

第一节 2024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 2025-2031年中国OTC行业投资机会分析

第三节 2025-2031年中国OTC行业投资风险

第四节 投资观点

第十六章 2025-2031年中国OTC药品市场的前景预测分析

第一节 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年中国OTC所属行业盈利能力预测分析

图表目录：部分

图表1：OTC药品行业定义分类

图表2：OTC药品行业发展历程

图表3：OTC药品产业链分析

图表4：2020-2024年中国OTC药品行业产值走势图

图表5：2020-2024年中国OTC药品市场需求情况

图表6：2020-2024年中国OTC药品行业出口统计情况

图表7：中国OTC药品市场格局分析

图表8：2020-2024年中国OTC药品行业市场规模

图表9：2024年中国OTC药品区域市场规模分析

图表10：2024年中国OTC药品产业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979482.html>