

# 2011-2015年中国OTC行业运行态势与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2011-2015年中国OTC行业运行态势与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201108/74011.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

从2000年至今我国正式施行药品分类管理的10年间，中国OTC市场规模增长了近5倍，2009年为1209.5亿元，预计到2015年将达到2000亿元。依据相关资料表明，中国OTC行业未来发展空间将十分广阔。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国OTC行业运行态势与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了OTC相关概述、中国OTC市场运行环境等，接着分析了中国OTC市场发展的现状，然后介绍了中国OTC重点区域市场运行形势。随后，报告对中国OTC重点企业经营状况分析，最后分析了中国OTC行业发展趋势与投资预测。您若想对OTC产业有个系统的了解或者想投资OTC行业，本报告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。

### 第一章 OTC行业发展概述

#### 第一节 OTC定义与分类

##### 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药品的发展特征

##### 四、OTC市场的独特地位和特点

#### 第三节 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 国外OTC行业发展分析

#### 第一节 国际OTC行业发展轨迹综述

- 一、国际OTC行业发展历程
- 二、国际OTC行业发展面临的问题
- 三、国际OTC行业技术发展现状及趋势
- 四、2010-2011年国际OTC行业发展情况
- 第二节 主要地区OTC行业发展的借鉴
  - 一、2010-2011年美国OTC行业发展分析
  - 二、2010-2011年欧洲OTC行业发展分析
  - 三、2010-2011年亚洲OTC行业发展分析
  - 四、2010-2011年印度OTC行业发展分析
- 第三章 我国OTC行业发展现状
  - 第一节 全国OTC用药分析
    - 一、2010年OTC用药规模分析
    - 二、2011年OTC用药变化趋势
  - 第二节 OTC市场发展现状分析
    - 一、我国OTC市场发展前景分析
    - 二、2010年我国OTC市场发展现状
  - 第三节 OTC市场需求分析
    - 一、OTC消费者的需求分析
    - 二、OTC市场需求分析
  - 第四节 农村OTC药品市场发展分析
    - 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
  - 第五节 OTC包装分析
    - 一、OTC药品的包装要求
    - 二、OTC包装市场发展概况
- 第四章 OTC行业经济运行分析
  - 第一节 OTC行业主要经济指标分析
    - 一、销售收入前十家企业分析
    - 二、2010年OTC行业主要经济指标分析
    - 三、2011年OTC行业主要经济指标分析
  - 第二节 我国OTC行业绩效分析

- 一、2010-2011年行业产销情况
- 二、2010-2011年行业规模情况
- 三、2010-2011年行业盈利能力
- 四、2010-2011年行业经营发展能力
- 五、2010-2011年行业偿债能力分析
- 第五章 OTC细分市场发展分析
  - 第一节 感冒药市场分析
    - 一、感冒药市场环境分析
    - 二、感冒药市场竞争分析
    - 三、2010年感冒药广告投放分析
    - 四、中国感冒药市场发展趋势
  - 第二节 中成药市场分析
    - 一、2010年中成药产量分析
    - 二、2010年中成药制造业经济运行分析
    - 三、抗心脑血管病中成药市场分析预测
  - 第三节 维生素类药品市场分析
    - 一、2010年维生素市场运行分析
    - 二、2010年维生素市场行情走势分析
  - 第四节 皮肤病外用药市场分析
    - 一、皮肤病外用药主要品种分析
    - 二、我国中药皮肤病外用药市场前景分析
    - 三、各地家庭皮肤病外用药分析
  - 第五节 妇科用药市场分析
    - 一、妇科用药市场发展分析
    - 二、妇科炎症口服药市场现状分析
    - 三、2010年国内妇科口服抗感染药物市场分析
    - 四、2010-2011年中国妇科炎症用药市场规模
- 第六章 OTC消费市场分析
  - 第一节 OTC市场特征分析
    - 一、OTC市场消费特征
    - 二、OTC消费者行为分析
    - 三、OTC市场特征分析

## 第二节 消费行为及心理分析

- 一、主要城市OTC市场调查
- 二、消费者治疗日常疾病的方法
- 三、消费者治疗日常疾病的花费
- 四、消费者青睐主流OTC品牌

## 第三节 连锁药店市场分析

- 一、连锁药店市场分析
- 二、重庆和平药房连锁有限公司
- 三、天津中新药业连锁药店
- 四、重庆桐君阁大药房连锁
- 五、深圳一致
- 六、青岛国风大药房连锁
- 七、四川天诚大药房
- 八、中联大药房
- 九、辽宁成大方圆
- 十、黄庆仁栈药店
- 十一、海王星辰

## 第七章 OTC药品营销分析

### 第一节 OTC市场营销现状分析

- 一、2010年OTC市场营销分析
- 二、品牌OTC企业在终端被渠道拦截的原因
- 三、2011年OTC市场营销分析

### 第二节 OTC市场营销策略分析

- 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

### 第三节 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分析

八、OTC品牌推广的良方

第八章 OTC行业竞争格局分析

第一节 OTC行业历史竞争格局概况

一、OTC行业集中度分析

二、OTC行业竞争程度分析

第二节 中国OTC行业结构分析

一、行业的省份分布概况

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

四、行业规模集中度分析

第三节 OTC行业竞争格局分析

一、2010年国内外OTC竞争分析

二、2010年我国OTC市场竞争分析

三、2010年我国OTC市场集中度分析

四、2011年国内主要OTC企业动向

五、2011年国内OTC拟在建项目分析

第九章 OTC企业竞争策略分析

第一节 OTC市场竞争策略分析

一、2011年OTC市场增长潜力分析

二、2011年OTC主要潜力品种分析

三、现有OTC产品竞争策略分析

四、潜力OTC品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 OTC企业竞争策略分析

一、金融危机对OTC行业竞争格局的影响

二、金融危机后OTC行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国OTC市场竞争趋势

四、2011-2015年OTC行业竞争格局展望

五、2011-2015年OTC行业竞争策略分析

六、2011-2015年OTC企业竞争策略分析

第十章 OTC重点企业竞争分析

第一节 修正药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 哈药集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 华润三九医药股份

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 江中药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 西安杨森

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 中美天津史克

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况



#### 四、2011-2015年发展战略

##### 第七节 云南白药

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

##### 第八节 浙江康恩贝

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

##### 第九节 扬子江药业

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

##### 第十节 浙江仙琚制药

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

#### 第十一章 OTC行业发展趋势分析

##### 第一节 2011-2015年中国医药发展趋势分析

###### 一、2010-2011年中国医药产业发展趋势总结

###### 二、2011-2015年中国医药市场发展方向分析

###### 三、2011-2015年中国医药行业发展趋势分析

###### 四、2011-2015年中国医药行业竞争态势分析

##### 第二节 2011-2015年中国OTC市场趋势分析

###### 一、2011-2015年我国OTC发展趋势分析

###### 二、2010-2011年我国OTC市场趋势总结

###### 三、2011-2015年我国OTC市场发展空间

##### 第三节 2011-2015年OTC产业发展趋势分析

- 一、2011-2015年OTC产业政策趋向
- 二、2011-2015年OTC技术革新趋势
- 三、2011-2015年OTC价格走势分析
- 四、2011-2015年国际环境对行业的影响
- 第十二章 未来OTC行业发展预测
  - 第一节 2011-2015年国际OTC市场预测
    - 一、2011-2015年全球OTC行业产能预测
    - 二、2011-2015年全球OTC市场需求前景
    - 三、2011-2015年全球OTC市场价格预测
  - 第二节 2011-2015年国内OTC市场预测
    - 一、2011-2015年国内OTC行业产能预测
    - 二、2011-2015年国内OTC行业产量预测
    - 三、2011-2015年国内OTC市场需求前景
    - 四、2011-2015年国内OTC市场价格预测
    - 五、2011-2015年国内OTC行业集中度预测
- 第十三章 中国OTC行业发展环境分析
  - 第一节 国内OTC经济环境分析
    - 一、GDP历史变动轨迹分析
    - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
    - 三、2011年中国OTC经济发展预测分析
  - 第二节 中国OTC行业政策环境分析
- 第十四章 OTC行业投资机会与风险
  - 第一节 OTC行业投资效益分析
    - 一、2010-2011年OTC行业投资状况分析
    - 二、2011-2015年OTC行业投资效益分析
    - 三、2011-2015年OTC行业投资趋势预测
    - 四、2011-2015年OTC行业的投资方向
    - 五、2011-2015年OTC行业投资的建议
    - 六、新进入者应注意的障碍因素分析
  - 第二节 影响OTC行业发展的主要因素
    - 一、2011-2015年影响OTC行业运行的有利因素分析
    - 二、2011-2015年影响OTC行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响OTC行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国OTC行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国OTC行业发展面临的机遇分析

### 第三节 OTC行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年OTC行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年OTC行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年OTC行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年OTC行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年OTC同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年OTC行业其他风险及控制策略

## 第十五章 OTC行业投资战略分析

### 第一节 OTC行业发展战略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

### 第二节 对我国OTC品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、OTC实施品牌战略的意义

三、OTC企业品牌的现状分析

四、我国OTC企业的品牌战略

五、OTC品牌战略管理的策略

### 第三节 OTC医院推广策略

一、学术推广策略

二、机理概念策略

三、患者教育策略

### 第四节 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

## 第五节 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分析

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

## 第六节 OTC行业投资战略研究

一、2011年医药行业投资战略

二、2011年OTC行业投资战略

三、2011-2015年OTC行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201108/74011.html>