

2020-2026年中国非处方药 市场深度分析与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国非处方药市场深度分析与行业前景预测报告》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/202009/186429.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

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，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。

中企顾问网网发布的《2020-2026年中国非处方药市场深度分析与行业前景预测报告》共十一章。首先介绍了非处方药相关概念及发展环境，接着分析了中国非处方药规模及消费需求，然后对中国非处方药市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国非处方药面临的机遇及发展前景。您若想对中国非处方药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（OTC）相关概述

1.1 OTC简介

1.1.1 OTC的定义

1.1.2 OTC的特点

1.1.3 OTC类药品主要种类

1.1.4 非处方药和处方药的区别

1.2 OTC药发展概述

1.2.1 OTC药品发展概述

1.2.2 OTC药品审批原则

1.2.3 OTC药品市场特点

1.2.4 OTC市场培育形式

第二章 2016-2019年中国医药行业发展分析

2.1 2016-2019年中国医药行业的发展分析

2.1.1 产业发展综述

2.1.2 技术研发进展

2.1.3 产业园区发展

2.1.4 行业薪酬成本

2.1.5 行业发展热点

2.1.6 中医药国际发展

2.2 2016-2019年中国医药市场运行情况分析

2.2.1 2016年市场运行

2.2.2 2019年市场运行

2.2.3 2019年市场运行

2.3 2016-2019年中国医药市场竞争分析

2.3.1 国际竞争分析

2.3.2 市场格局变动

2.3.3 行业整合进度

2.3.4 行业转型升级

2.4 中国医药行业存在的问题及发展对策

2.4.1 发展制约因素

2.4.2 发展面临问题

2.4.3 行业应对措施

2.4.4 药企发展对策

第三章 2016-2019年中国非处方药（OTC）行业分析

3.1 2016-2019年中国非处方药（OTC）行业发展综述

3.1.1 发展历程回顾

3.1.2 市场发展形势

3.1.3 产品发展现状

3.1.4 行业动态影响

3.1.5 市场发展潜力

3.2 2016-2019年中国非处方药（OTC）市场格局分析

3.2.1 产品格局

- 3.2.2 电商渠道
- 3.2.3 竞争动态
- 3.2.4 企业格局
- 3.2.5 企业竞争加剧
- 3.3 非处方药（OTC）产品包装分析
 - 3.3.1 药品包装广告功能
 - 3.3.2 药品包装革新需求
 - 3.3.3 药品包装竞争盲区
 - 3.3.4 药盒包装设计方向
- 3.4 非处方药与处方药的市场特点比较
 - 3.4.1 政策法规方面
 - 3.4.2 研发系统方面
 - 3.4.3 市场结构和竞争策略
- 3.5 非处方药（OTC）行业发展存在的问题
 - 3.5.1 药品注册存在的问题
 - 3.5.2 OTC药品转换的困境
 - 3.5.3 药品定价的主要问题
 - 3.5.4 地方OTC的发展制约
 - 3.5.5 地方OTC的众筹困境
- 3.6 中国非处方药（OTC）行业的发展建议
 - 3.6.1 OTC药品注册建议
 - 3.6.2 OTC转换工作建议
 - 3.6.3 OTC定价政策建议
 - 3.6.4 OTC行业跨界建议

第四章 2016-2019年感冒用药市场发展分析

- 4.1 中国感冒药行业发展综述
 - 4.1.1 行业消费特点
 - 4.1.2 行业运行特征
 - 4.1.3 影响因素分析
- 4.2 2016-2019年感冒药市场发展分析
 - 4.2.1 市场发展规模

- 4.2.2 市场竞争态势
- 4.2.3 企业竞争格局
- 4.2.4 区域市场发展
- 4.3 2016-2019年感冒药细分市场分析
 - 4.3.1 板蓝根市场发展现状
 - 4.3.2 口服液市场发展形势
 - 4.3.3 儿童感冒药市场规模
- 4.4 感冒药市场存在的问题及发展对策
 - 4.4.1 市场不宜过度细分
 - 4.4.2 市场开拓策略探析
 - 4.4.3 市场存在的问题及建议

第五章 2016-2019年中国维生素市场发展分析

- 5.1 维生素市场发展概况
 - 5.1.1 维生素的概述
 - 5.1.2 产品消费特征
 - 5.1.3 市场现状分析
 - 5.1.4 市场竞争格局
- 5.2 2016-2019年维生素出口情况分析
 - 5.2.1 2015年出口市场
 - 5.2.2 2016年出口市场
 - 5.2.3 2019年出口市场
 - 5.2.4 印度征收反倾销税
- 5.3 2016-2019年维生素细分品种市场发展分析
 - 5.3.1 维生素A市场分析
 - 5.3.2 维生素B3市场分析
 - 5.3.3 维生素B4市场分析
 - 5.3.4 维生素C市场分析
 - 5.3.5 维生素E市场分析
- 5.4 维生素市场发展策略与前景分析
 - 5.4.1 市场营销策略
 - 5.4.2 行业发展展望

第六章 2016-2019年其它OTC药品细分市场

6.1 2016-2019年皮肤用药市场发展分析

6.1.1 终端市场规模

6.1.2 终端市场结构

6.1.3 细分市场规模

6.1.4 企业竞争格局

6.2 2016-2019年解热镇痛药市场发展分析

6.2.1 国内市场发展优势

6.2.2 市场出口规模分析

6.2.3 儿童药物市场规模

6.3 2016-2019年心脑血管药市场发展分析

6.3.1 市场发展形势

6.3.2 市场发展规模

6.3.3 RAAS市场规模

6.3.4 企业发展动态

6.4 2016-2019年妇科用药市场发展分析

6.4.1 妇科用药市场竞争格局

6.4.2 妇科炎症用药市场规模

6.4.3 妇科炎症用药竞争形势

6.4.4 妇科用药市场规模预测

第七章 2016-2019年非处方药（OTC）市场营销分析

7.1 OTC市场营销概况

7.1.1 市场营销特征

7.1.2 营销渠道模式

7.1.3 市场战略模式

7.1.4 营销发展方向

7.2 OTC市场消费者营销分析

7.2.1 产品消费特征

7.2.2 市场消费者行为

7.2.3 市场消费者心理

- 7.2.4 消费者营销分析
- 7.3 OTC广告营销分析
 - 7.3.1 OTC广告营销作用
 - 7.3.2 OTC广告营销关键
 - 7.3.3 市场广告营销困境
 - 7.3.4 OTC广告营销策略
 - 7.3.5 市场营销平衡策略
 - 7.3.6 产品广告创新策略
- 7.4 OTC品牌营销
 - 7.4.1 OTC市场品牌营销
 - 7.4.2 品牌营销关键因素
 - 7.4.3 品牌营销实施准则
 - 7.4.4 品牌营销面临挑战
 - 7.4.5 品牌终端维价策略
- 7.5 OTC市场营销策略
 - 7.5.1 市场渠道营销策略
 - 7.5.2 市场运作策略分析
 - 7.5.3 产品运作营销策略
 - 7.5.4 产品终端营销策略
 - 7.5.5 市场营销战略趋势
 - 7.5.6 产品营销发展趋势

第八章 2016-2019年中国医药零售行业发展分析

- 8.1 2016-2019年中国医药零售发展综述
 - 8.1.1 药品零售发展环境
 - 8.1.2 医药零售竞争格局
 - 8.1.3 药品零售发展机遇
 - 8.1.4 药品零售面临挑战
- 8.2 2016-2019年中国医药零售市场发展规模
 - 8.2.1 2019年药品流通规模
 - 8.2.2 2019年行业融资规模
 - 8.2.3 2019年药品零售规模

- 8.2.4 2019年药品零售规模
- 8.2.5 2019年药品零售形势
- 8.3 2016-2019年中国医药零售连锁行业分析
 - 8.3.1 连锁经营模式
 - 8.3.2 连锁经营条件
 - 8.3.3 行业竞争形势
 - 8.3.4 行业并购热潮
 - 8.3.5 行业发展趋势
- 8.4 新医改下医药零售行业前景展望
 - 8.4.1 医改方案发展方向
 - 8.4.2 医药行业销售变化
 - 8.4.3 地方医药改革方向

第九章 2016-2019年中国医药电商行业发展分析

- 9.1 2016-2019年中国医药电商行业发展态势
 - 9.1.1 行业竞争优势
 - 9.1.2 行业发展形势
 - 9.1.3 政策环境分析
 - 9.1.4 运营模式竞争
 - 9.1.5 竞争格局分析
- 9.2 2016-2019年中国医药电商市场规模分析
 - 9.2.1 2016年市场规模
 - 9.2.2 2019年市场规模
 - 9.2.3 2019年市场规模
- 9.3 中国医药电商标杆企业分析
 - 9.3.1 健一网
 - 9.3.2 一心堂
 - 9.3.3 珍诚在线
 - 9.3.4 天猫医药馆
- 9.4 中国医药电商发展策略建议
 - 9.4.1 经营痛点建议
 - 9.4.2 线上线下联动

9.4.3 健康管理转型

9.5 中国医药电商发展前景分析

9.5.1 行业发展趋势分析

9.5.2 医药电商发展机遇

9.5.3 “互联网+医药”前景

第十章 非处方药（OTC）重点企业分析

10.1 哈药集团股份有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营效益分析

10.1.3 业务经营分析

10.1.4 财务状况分析

10.2 江中药业股份有限公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 经营效益分析

10.2.3 业务经营分析

10.2.4 财务状况分析

10.3 华润三九医药股份有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.4 云南白药集团股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务经营分析

10.4.4 财务状况分析

10.5 山东东阿阿胶股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.6 马应龙药业集团股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 经营效益分析

10.6.3 业务经营分析

10.6.4 财务状况分析

第十一章 2020-2026年中国非处方药（OTC）市场前景展望

11.1 2020-2026年中国医药行业发展前景

11.1.1 “十三五”发展重点

11.1.2 医药市场发展趋势

11.1.3 医药市场发展空间

11.1.4 医药市场发展潜力

11.2 2020-2026年OTC市场前景趋势分析

11.2.1 OTC市场发展方向

11.2.2 OTC企业发展趋势

11.2.3 OTC产品发展动向

11.2.4 2020-2026年中国非处方药市场规模预测分析

图表目录：

图表 2016-2019年纳斯达克生物科技指数IBB走势

图表 美国典型生物医药公司市值一览

图表 奥巴马精准医疗法案示意图

图表 2016-2019年医药细分行业薪酬涨幅

图表 2016-2019年医药行业层级薪酬涨幅

图表 2019年医药行业一线城市专业经理薪酬水平

图表 2019年医药行业毕业生起薪

图表 2019年医药行业城市薪酬系数

图表 2016-2019年医疗工业增加值增速及在全国工业占比

图表 2019年医药工业主营业务收入完成情况

图表 2019年医药工业利润总额及利润率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/186429.html>