

2021-2027年中国非处方药 (OTC) 行业分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国非处方药（OTC）行业分析与发展趋势研究报告》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/202106/225291.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（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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国非处方药（OTC）行业分析与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了非处方药（OTC）行业市场发展环境、非处方药（OTC）整体运行态势等，接着分析了非处方药（OTC）行业市场运行的现状，然后介绍了非处方药（OTC）市场竞争格局。随后，报告对非处方药（OTC）做了重点企业经营状况分析，最后分析了非处方药（OTC）行业发展趋势与投资预测。您若想对非处方药（OTC）产业有个系统的了解或者想投资非处方药（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。

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 2015-2019年中国医药行业发展分析

2.1 2015-2019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 2015-2019年中国医药市场运行情况分析

2.2.1 2017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 2015-2019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 2015-2019年中国非处方药（OTC）行业分析

3.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年维生素出口情况分析
 - 5.2.1 2017年出口市场
 - 5.2.2 2019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 2015-2019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 2015-2019年其它OTC药品细分市场

6.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国医药零售行业发展分析

- 8.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国医药电商行业发展分析

- 9.1 2015-2019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 2015-2019年中国医药电商市场规模分析
 - 9.2.1 2017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 2021-2027年中国非处方药（OTC）市场前景展望

- 11.1 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年中国非处方药市场规模预测分析

部分图表目录：

- 图表 2015-2019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 2015-2019年医药细分行业薪酬涨幅
 - 图表 2015-2019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 2015-2019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
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225291.html>