

2022-2028年中国非处方药 市场评估与战略咨询报告

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

《2022-2028年中国非处方药市场评估与战略咨询报告》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/202202/269465.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。生物仿制药的生产技术不断进步。未来几年内，有些企业的生物仿制药生产将占其全球生物生产能力的10%或者更多。2016-2022

年全球销售额排名前15的处方药与非处方治疗种类 - 治疗领域 2016年全球销售额（十亿美元） 2022年全球预计销售额（十亿美元）

1. 抗肿瘤	93.7	192.2
2. 糖尿病用药	43.6	57.9
3. 抗风湿药剂	53.3	55.4
4. 抗病毒药	48.5	42.8
5. 疫苗	27.5	35.3
6. 支气管扩张剂	28.3	30.1
7. 感觉器官用药	20.2	28.3
8. 免疫抑制剂	11.6	26.3
9. 抗高血压药	24.8	24.4
10. 抗凝血剂	14.1	23.2
11. 多发性硬化治疗	21.6	21.7
12. 皮肤科用药	10.5	19.9
13. 抗纤溶药	11.6	17.1
14. 抗高脂血症药	13.8	13.4
15. 抗菌药	10.5	12.8

前15 - 434 601 其他 - 369 500 总计 - 803 1,100 中企顾问网发布的

《2022-2028年中国非处方药市场评估与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国非处方药行业市场发展环境、非处方药整体运行态势等，接着分析了中国非处方药行业市场运行的现状，然后介绍了非处方药市场竞争格局。随后，报告对非处方药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国非处方药行业发展趋势与投资预测。您若想对非处方药产业有个系统的了解或者想投资中国非处方药行业，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 2022-2028年中国医药所属行业发展概况第一节 2015-2019年医药行业发展分析一、全球医药行业发展概况二、中国医药业长期稳步发展的原动力三、中国医药行业发展综述四、我国医药行业正处在转折时期第二节 2022-2028年中国医药所属行业运行分析

2018年1-12月我国医药行业主要产品产量整体保持增长状态。其中，化学药品原药产量达282.3万吨，累计减少1.1%。中成药产量达261.9万吨，累计减少7.7%。

2018年1-12月我国医药行业主营业务收入达到23986.3亿元，同比增长12.6%。行业实现利润总额达到3094.2亿元，同比增长9.5%。2018年1-12月我国医药行业营业收入及增长情况一、

医药行业生产情况二、医药行业销售情况三、医药行业进出口情况四、医药行业价格走势及景气度分析

第三节 2022-2028年医改对医药行业发展的影响一、新医改方案争辩的要点二、医改给医药行业带来的机遇与挑战三、医改推进医药商业区域龙头加快重组四、农村医改助推医药市场增长

第四节 2022-2028年中国医药行业发展面临的挑战及对策一、我国医药行业存在的主要问题二、高成本对医药行业发展的影响三、我国医药流通发展不容乐观四、我国医药行业发展策略五、中国医药行业发展的政策建议

第二章 2022-2028年世界OTC药品市场动态分析

第一节 2022-2028年世界OTC药品产业分析一、全球OTC市场表现分析二、欧洲OTC市场概述三、国际OTC金融衍生品的最新发展及其启示

第二节 2022-2028年世界OTC药品主要国家市场概况一、巴西OTC药品销售情况分析二、美国OTC市场迎来发展新机遇三、俄罗斯和日本OTC市场浅析四、法国非处方药市场发展状况

第三节 2022-2028年世界OTC药品产业发展趋势分析

第三章 2022-2028年中国OTC产业运行环境分析

第一节 2022-2028年中国OTC产业政策分析一、中华人民共和国药品管理法二、处方药与非处方药分类管理办法（试行）三、非处方药专有标识管理规定

第二节 2022-2028年中国宏观经济环境分析一、中国GDP分析二、消费价格指数分析三、城乡居民收入分析四、社会消费品零售总额五、全社会固定资产投资分析六、进出口总额及增长率分析

第三节 2022-2028年中国OTC产业社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析

第四章 2022-2028年中国OTC药品产业运行形势分析

第一节 2022-2028年中国OTC药品市场发展环境一、国家发改委首调药品定价权二、中国OTC制度建设的步伐加快三、OTC市场快速发展的四大驱动因素

第二节 2022-2028年中国OTC市场分析一、OTC市场特征分析二、城乡OTC市场消费特征对比综述三、OTC细分市场浅析和操作建议四、我国的OTC市场发展对策

第三节 2022-2028年中国农村OTC药品市场开发分析一、农村OTC药品市场的发展潜力二、农村OTC药品市场发展存在的问题三、农村OTC药品市场发展的对策

第四节 2015-2019年OTC市场消费者行为分析一、OTC消费者行为研究内容二、影响OTC购买者行为的因素三、OTC消费者决策四、OTC购买过程

第五章 2022-2028年中国医药制造所属行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2022-2028年中国医药制造所属行业数据监测回顾一、竞争企业数量二、亏损面情况三、市场销售额增长四、利润总额增长五、投资资产增长性六、行业从业人数调查分析

第二节 2022-2028年中国医药制造所属行业投资价值测算一、销售利润率二、销售毛利率三、资产利润率四、未来5年医药制造盈利能力预测

第三节 2022-2028年中国医药制造行业产销率调查一、工业总产值二、工业销售产值三、产销率调查四、未来5年医药制造产品产销预测

第四节 2022-2028年医药制造出口交货值数据一、出口交货值增长二、出口交货值占工业产值的比重

第六章 2022-2028年中国感冒药所属行业市场运行动态分析

第一节 2022-2028年中国感冒药所属行业市场概况一、感冒药市场概述二、我国感冒药市场调查分析三、感冒药市场发展不宜过度细分四、儿科感冒药市场

简述第二节 2022-2028年中国中药类感冒药市场分析一、中药类抗感冒药市场发展回顾二、中药类感冒药市场日渐扩大三、中药类感冒药市场发展看好第三节 2022-2028年中国主要地区感冒药市场概况一、重点城市感冒药市场分析二、上海感冒药市场概况三、杭州感冒药市场品牌竞争激烈四、宁波感冒药市场浅析第四节 2022-2028年中国感冒药顾客导向策略分析一、选准目标顾客二、了解目标顾客三、品牌制胜四、广告传播五、产品制胜 第七章 2022-2028年中国维生素所属行业市场运行态势分析第一节 2022-2028年中国维生素市场概况一、维生素简介二、各类维生素市场概述三、我国复合维生素市场应加强终端促销第二节 2022-2028年中国维生素市场价格变化分析一、我国维生素市场价格变化分析二、主要维生素各品种价格行情分析第三节 2022-2028年中国主要维生素品种市场分析一、我国维生素C 市场运行平稳二、维生素E市场分析三、维生素B2市场浅析第四节 2022-2028年中国维生素市场前景展望一、我国维生素市场发展潜力巨大二、维生素保健品市场前景看好三、小品种维生素市场前景乐观第八章 2022-2028年中国其它OTC药品细分市场分析第一节 胃肠药一、胃肠药OTC市场概况二、胃肠道疾病用药广告投放分析三、胃肠药OTC品种品牌分析第二节 解热镇痛药一、解热镇痛药OTC市场概述二、解热镇痛药市场发展存在的四大问题三、解热镇痛药市场发展的对策第三节 口服避孕药一、15城市口服避孕药零售市场调查分析二、口服避孕药发展概述三、我国主要城市口服避孕药市场增幅明显第四节 皮肤外用药一、我国皮肤科外用药零售市场回顾二、皮肤病外用药市场调查分析三、国内皮肤病外用药市场的发展规模第五节 滴眼液市场一、我国滴眼液产品市场概述二、国内滴眼液市场发展存在的隐患三、滴眼液市场竞争状况第九章 2022-2028年中国OTC市场营销策略分析第一节 2022-2028年中国OTC市场营销概况一、OTC营销发展的六个阶段二、非处方药品牌营销的五大标杆三、OTC药品营销十大特征第二节 2022-2028年OTC药品市场沟通组合及其意义一、OTC药品市场沟通过程三、OTC药品市场沟通的意义四、确定沟通和促销组合须考虑的因素五、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤第三节 2022-2028年中国OTC终端营销分析一、OTC终端的含义与类型二、OTC终端营销的意义三、OTC终端形象营销浅析四、第三终端OTC营销面临的问题及策略第四节 2022-2028年中国OTC广告营销分析一、OTC广告的作用二、OTC广告成功的条件三、OTC广告媒体营销状况四、OTC广告营销应走整合创新之路第五节 2022-2028年中国OTC营销中的连锁主推分析一、连锁主推的定义二、适合主推的OTC产品三、OTC药品连锁主推建议第六节 2022-2028年中国OTC市场营销发展对策分析一、OTC市场营销战术及管理变化解析二、我国非处方药营销的发展之道三、我国OTC市场营销策略分析四、OTC市场营销建议五、医药企业OTC市场营销发展对策第十章 2022-2028年中国OTC药品产业市场竞争格局分析第一节 2022-2028年中国OTC药品市场竞争分析一、OTC的延伸产品服务成竞争新热点二、OTC市场竞争不应忽视包装三、OTC市场竞争中的差异化战略第二节 2022-2028年中国OTC药品产业重点省市分析一

、北京二、上海三、深圳第三节 2022-2028年中国OTC药品提升竞争力策略分析 第十一章 2022-2028年重点外资及合资OTC制药企业分析第一节 拜耳一、公司简介二、拜耳医药业务开始发力OTC市场三、拜耳整合盖天力强攻中国OTC市场第二节 诺华一、公司简介二、诺华OTC业务简述三、诺华全力开拓中国OTC市场第三节 中美史克一、公司简介二、中美史克OTC品牌发展状况及未来计划三、中美史克重塑品牌应对OTC产品新规 第十二章 国内OTC上市公司经营财务分析第一节 北京同仁堂（集团）有限责任公司一、公司基本情况概述二、公司成长性分析三、公司财务能力分析四、公司偿债能力分析五、公司现金流量分析表六、公司经营能力分析第二节 三九医药股份有限公司一、公司基本情况概述二、公司成长性分析三、公司财务能力分析四、公司偿债能力分析五、公司现金流量分析表六、公司经营能力分析第三节 江西江中药业股份有限公司一、公司基本情况概述二、公司成长性分析三、公司财务能力分析四、公司偿债能力分析五、公司现金流量分析表六、公司经营能力分析第四节 广州药业股份有限公司一、公司基本情况概述二、公司成长性分析三、公司财务能力分析四、公司偿债能力分析五、公司现金流量分析表六、公司经营能力分析第五节 山东东阿阿胶股份有限公司一、公司基本情况概述二、公司成长性分析三、公司财务能力分析四、公司偿债能力分析五、公司现金流量分析表六、公司经营能力分析 第十三章 2022-2028年中国OTC药品产业投资潜力分析第一节 2022-2028年中国OTC药品产业投资环境分析第二节 2022-2028年中国OTC药品产业投资机会分析一、规模的发展及投资需求分析二、总体经济效益判断三、与产业政策调整相关的投资机会分析第三节 2022-2028年中国OTC药品产业投资风险分析一、宏观调控风险二、行业竞争风险三、供需波动风险四、技术风险五、经营管理风险第四节 投资建议 第十四章 2022-2028年中国OTC药品发展前景展望分析（ ）第一节 2022-2028年中国医药行业的发展前景一、国际医药行业发展前景展望二、三大利好形势将推动我国医药行业发展三、我国医药行业的发展前景第二节 2022-2028年中国OTC市场发展预测一、OTC市场呈现两大趋势二、我国OTC市场开发潜力巨大三、OTC电子商务发展前景展望（ ）第三节 2022-2028年中国OTC药品产业市场盈利预测分析 图表目录：图表 2019年OTC市场各城市销售额排序图表 2019年OTC市场各企业销售额排序图表 城市居民对中药品牌的知晓率图表 城市居民对西药品牌的知晓率图表 2019年中西药销售额分布图表 感冒用药使用人群分布图表 感冒药整体及子类销售规模比较图表 2022-2028年华源复方氨酚烷胺制剂销售数量与金额图表 2022-2028年复方氨酚烷胺产品销售金额与数量变化趋势图表 2019年华源复方氨酚烷胺产品销售金额图表 2019年华源复方氨酚烷胺产品销售数量图表 上海感冒用药企业销售额及数量比较图表 2019年宁波感冒用中西药占比图表 2019年宁波感冒药各剂型占比图表 2019年宁波感冒药价格情况图表 2019年宁波市场泰诺家族市场额走势图 2019年宁波市场双黄连系列市场额走势图 2019年宁波感冒药市场产品排名图表 2019年宁波感冒药市场企业排名图表 2022-2028年成长快乐杭州市场

额图表 国内市场上销量较好、知名度相对较高的保健类复合维生素产品图表 消费者选择复合维生素产品时的主要考虑因素图表 2019年胃肠道用药市场的主流品牌图表 2022-2028年全国胃肠道用药前十位品牌市场集中度变动趋势图表 2019年全国药店终端胃肠用药各细分子类别市场销售额比重情况图表 2019年胃肠道疾病用药细分品种平面和网络广告投入额比例图表 2019年不同城市胃肠道疾病用药平面广告投放费用图表 主要品牌胃肠道疾病用药平面广告投放篇数与费用比较（费用前10位）图表 2019年胃肠道疾病用药网络广告投放费用比较图表 2019年胃肠道疾病用药网络广告构成

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/269465.html>