

2024-2030年中国非处方药 (OTC) 行业发展趋势与投资战略咨询报告

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

《2024-2030年中国非处方药（OTC）行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202401/437050.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国非处方药（OTC）行业发展趋势与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章相关概述 20 第一节 OTC简介 20 一、OTC的定义 20 二、OTC的特点 20 三、OTC类药品主要种类 21 四、非处方药和处方药区别 21 第二节 OTC药发展概述 23 一、OTC类药品发展概述 23 二、国家审批OTC药品原则 23 三、非处方药市场发展特点 24 四、非处方药市场的培育形成 26 第二章 中国OTC行业运行环境分析 28 第一节 中国OTC行业政策环境分析 28 一、医药行业监管体制 28 二、医药监管政策情况 30 三、OTC行业相关政策 31 四、OTC行业相关法规 33 五、中国医改政策线路图 34 第二节 中国OTC行业社会环境分析 35 一、中国人口规模及结构分析 35 二、中国城镇化发展情况分析 36 三、中国居民医疗保健水平 40 四、中国卫生支出情况分析 41 第三节 中国医药行业发展状况分析 42 一、医药行业发展概况 42 二、医药投资情况分析 43 三、医药工业的增加值 45 四、医药生产情况分析 47 五、医药市场规模分析 50 六、医药行业的毛利率 52 七、医药市场价格分析 53 第三章 OTC行业运行分析 56 第一节 OTC行业发展分析 56 一、OTC行业发展概况 56 二、OTC市场发展特征 58 三、OTC广告拟禁影响 59 四、OTC零售终端模式 60 五、OTC零售终端价值 65 第二节 OTC市场运行分析 66 一、OTC市场规模 66 二、OTC药品数量分析 66 三、OTC市场规模分析 67 四、OTC细分终端规模 67 五、OTC产品结构分析 72 第三节 OTC行业竞争分析 73 一、OTC行业竞争状况 73 二、OTC主要竞争企业 73 三、OTC品牌竞争力分析 74 四、OTC市场竞争策略分析 75 第四节 OTC市场营销分析 76 一、OTC市场营销特征 76 二、OTC营销渠道分析 78 三、OTC营销行为分析 81 四、OTC新市场开发策略 82 五、OTC产品终端营销策略 83 第四章 中国OTC细分产品分析 87 第一节 感冒药市场发展分析 87 一、感冒药市场发展概况 87 二、限麻令对感冒药影响 89 三、感冒药市场规模分析 92 四、感冒药零售品牌份额 92 五、止咳化痰用药品品牌份额 93 第二节 维生素市场发展分析 94 一、维生素市场发展概况 94 二、维生素类药零售规模 95 三、维生素零售品牌份额 96 四、维生素市场价格情况 97 五、维生素类商品出口情况 98 六、复合维生素市场发展分析 102 第三节 胃肠道用药市场分析 104 一、肠胃药市场发展概况 104 二、肠胃药市场特点分析 105 三、肠胃药市场规模分析 106 四、肠胃药零售品牌份额 106 五、消化系统用药市场份额 107 六、消化系统用药品品牌份额 109 第四节 皮肤用药市场分析 112 一、皮肤用药市场发展特点 112 二、皮肤用药市场发展状况 113 三、皮肤用药市场份额分析 113 四、皮肤用药医院终端份额 114 五、皮肤用药零售品牌份额 114

第五节 五官用药市场分析 114 一、五官用药市场发展分析 114 二、五官用药市场品牌份额 115 三、鼻炎药物市场发展分析 115 四、咽喉用药市场发展分析 116 五、眼科药物市场发展分析 116 第六节 解热镇痛药市场分析 117 一、解热镇痛药发展概述 117 二、解热镇痛药价格调整 122 三、镇痛药市场规模分析 122 四、解热镇痛药发展策略 128 第七节 钙制剂市场发展分析 129 一、钙制剂市场发展概况 129 二、钙制剂主要品牌分析 131 三、钙制剂市场规模分析 131 四、钙制剂品牌份额分析 132 第八节 心脑血管药市场分析 132 一、心脑血管用药市场分析 132 二、心脑血管用药产品市场 133 三、心脑血管药零售品牌份额 137 四、心脑血管用药市场前景 138 第九节 妇科用药市场分析 140 一、妇科用药市场发展分析 140 二、妇科用药零售市场规模 147 三、妇科用药零售品牌份额 148 四、妇科炎症用药市场分析 154 第十节 抗过敏药市场分析 157 一、抗过敏药市场发展分析 157 二、抗过敏药外国品牌优势 158 三、抗过敏药的多元化空间 159 第五章 中国药品零售市场分析 162 第一节 药品零售市场发展状况 162 一、中国药品市场规模分析 162 二、药品零售市场规模分析 163 三、中西药品零售总额分析 164 四、药品零售市场品类结构 165 第二节 药品医院零售终端市场分析 165 一、药品医院零售终端市场规模 165 二、医院终端的用药比例及容量 166 三、药品医院零售终端细分产品 170 第三节 药品药店零售终端市场分析 186 一、药店零售终端市场规模 186 二、药品零售药店数量规模 187 三、药品零售市场药店结构 191 四、药品零售企业区域格局 191 五、百强药店销售规模分析 192 六、百强药店集中度的变化 192 七、百强药店门店规模分析 193 第六章 中国OTC重点生产企业竞争分析 199 第一节 北京同仁堂股份有限公司 199 一、企业基本情况 199 二、企业经营情况分析 200 三、企业经济指标分析 203 四、企业盈利能力分析 205 五、企业偿债能力分析 206 六、企业运营能力分析 207 七、企业成本费用分析 208 八、企业发展战略及未来展望 209 第二节 哈药集团股份有限公司 209 一、企业基本情况 209 二、企业经营情况分析 210 三、企业经济指标分析 214 四、企业盈利能力分析 216 五、企业偿债能力分析 217 六、企业运营能力分析 218 七、企业成本费用分析 219 八、企业发展战略及未来展望 220 第三节 哈药集团三精制药股份有限公司 221 一、企业基本情况 221 二、企业经营情况分析 222 三、企业经济指标分析 225 四、企业盈利能力分析 227 五、企业偿债能力分析 228 六、企业运营能力分析 229 七、企业成本费用分析 230 八、企业发展战略及未来展望 231 第四节 云南白药集团股份有限公司 231 一、企业基本情况 231 二、企业经营情况分析 233 三、企业经济指标分析 236 四、企业盈利能力分析 238 五、企业偿债能力分析 240 六、企业运营能力分析 241 七、企业成本费用分析 242 八、企业发展战略及未来展望 243 第五节 华润三九医药股份有限公司 243 一、企业基本情况 243 二、企业经营情况分析 245 三、企业经济指标分析 249 四、企业盈利能力分析 250 五、企业偿债能力分析 252 六、企业运营能力分析 253 七、企业成本费用分析 254 八、企业发展战略及未来展望 255 第六节 广州白云山医药集团股

