中国非处方药行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国非处方药行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://www.chinabaogao.com/baogao/202308/651349.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

非处方药（又称 OTC）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，公众凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用，其特点是安全、有效、方便、质量稳定。OTC 又分为甲类（红底白字）和乙类（绿底白字）。其中乙类 OTC 除在药店销售外，还可以在超市、宾馆、百货商店等场所销售。自国办发〔2019〕42号《关于加快发展流通促进商业消费的意见》提出“深化‘放管服’改革”、“开展简化乙类非处方药经营审批手续试点”以来，甘肃、山东、四川、江西、北京、浙江金华、内蒙古等数地发布了配套的支持措施，进一步放开乙类非处方药的经营。

近年全球非处方药市场规模总体呈现上涨趋势，虽然2020年受到新冠疫情的影响，市场规模有所下降.但从2021年开始回暖。预计未来随着人们对处方药需求的上涨，市场规模将会继续扩大。数据显示，2013-2019年全球 OTC 药物市场规模从930亿美元增长到了1150亿美元，复合增长率为 3.6%。2021 年全球 OTC市场规模有望达到 1,210 亿美元，由于 2020 年基数较低，增速或达 6.1%。

数据来源：观研天下整理

我国市场是全球最具潜力的非处方药市场，也是全球发展最快的市场之一。近年来，我国民众“大病上医院，小病去药店”的意识不断提高，自我保健与自我药疗已经成为医疗保健消费领域的一道崭新风景线。由此，也带动了非处方药市场的发展。而虽然目前尽管在医药产业总额中，非处方药占比不到20%，但是随着公众健康意识的日益增强，非处方药近年来备受社会关注，非处方药产业也成为医药行业中独具特色的领域。数据显示，2020年我国非处方药市场规模达1,092.2亿元，较2019年增加76亿元，同比增长7.48%。

数据来源：观研天下整理

目前我国非处方药细分产品主要有感冒药、肠胃用药、皮肤用药、止咳化痰、妇科用药、解热镇痛、其他，其中感冒药占比最重，占据了非处方药17%的市场份额，肠胃用药占比第二，占据了非处方药9%的市场份额。

数据来源：观研天下整理

目前我国非处方药市场企业众多，行业竞争较为激烈。目前市场企业主要有华润三九、太极集团、修正药业、扬子江药业、东阿阿胶、仁和集团、云南白药、白云山医药等。

我国非处方药市场主要企业竞争优势情况

发布时间

发布部门

华润三九

品牌策略优势：公司采取“1+N”品牌策略,在“999”主品牌的基础上,陆续发展“天和”、“顺峰”、“澳诺”、“康妇特”等深受消费者认可的药品品牌,并将其分别打造为骨科贴膏、皮肤用药、儿童健康、妇科用药等领域的专业品牌,为长期的业务发展奠定了坚实的基础。

品牌优势：公司通过收购昆药集团将进一步补充 “昆中药1381”等传统精品国药品牌。“999”主品牌在消费者和医药行业中均享有较高的认可度,多次被评为“中国最高认知率商标”、“中国最有价值品牌”。公司已连续多年位列中国非处方药协会发布的非处方药生产企业综合排名榜首,并在2022年7月发布的“2021年度中国医药工业中药企业百强榜单”中蝉联第3。

产品优势：公司产品线丰富。CHC健康消费品业务覆盖了感冒、皮肤、胃肠、止咳、骨科、儿科、膳食营养补充剂等近10个品类,处方药业务覆盖了抗肿瘤、心脑血管、消化系统、骨科、儿科等治疗领域。2022年公司拥有年销售额过亿元的品种28个,“999感冒灵”、“999皮炎平”、“三九胃泰”、“999小儿感冒药”、“999抗病毒口服液”、“气滞胃痛颗粒”、“天和骨通贴膏”、“易善复”、“澳诺葡萄糖酸钙锌口服溶液”等在相关品类内具领先地位。

销售渠道优势：依托于三九商道客户体系,与全国最优质的经销商和连锁终端广泛深入合作,覆盖全国超过40万家药店,线上与京东大药房、阿里健康大药房、平安好医生等建立战略合作,深入挖掘线上增长潜力及营销模式。处方药方面,已覆盖全国数千家等级医院,数万家基层医疗机构,并积极探索互联网医疗市场。

渠道商业体系优势：公司拥有一支管理成熟的销售队伍,拥有覆盖全国的完善的渠道商业体系。

太极集团

产业链优势：公司以中西成药制造为核心业务,拥有医药工业、医药商业、药材种植、科研等完整的医药产业链。拥有13家制药厂、20多家医药商业公司,是集"工、商、科、贸"一体的大型医药集团,是目前国内医药产业链最为完整的大型企业集团之一。

产品优势：目前公司拥有中西药品种批文1242个,其中化药品种批文552个,中药品种批文690个,全国独家生产品种86个、获得国家专利278项、驰名商标2项。

销售网络优势：公司医药商业系统是西部地区药品经营业态最完善、综合实力前三强的大型医药商业体系,经营品规达5万余个,涵盖药品批发、配送、零售、进出口等业务,业务覆盖川渝100多个市、区、县,2万多个直接配送终端,拥有立足川渝、辐射全国重点城市的强大市场网络。

品牌优势："太极"(TAIJI)为中国首批驰名商标,OTC品牌药企第一名;"桐君阁"为百年老字号,桐君阁传统丸剂制作技艺已进入国家"非物质文化遗产"保护名录。

修正药业

技术创新优势：修正拥有集科技管理、创新药物研究、新技术成果转化为一体国内的科研体系，拥有中技术专家300余人，取得授权专利700余个，荣获国家级科技进步奖7个。

产品种类优势：修正拥有24种剂型，医药、保健品等品种2千余个。通过二次开发培育了肺

宁、消糜栓、六味地黄、颈腰康、益气养血等十几个大品种。
研发优势：修正有国家认定企业技术中心、中药质量控制技术国家工程实验室、博士后科研工作站、中药标准化关键工程技术重点实验室。
扬子江药业
营销网络优势：公司营销网络覆盖全国各省、市、自治区。
市场布局优势：公司旗下30多家成员公司分布泰州、北京、上海、南京、广州、成都、苏州、常州等地。
品牌优势：公司3次夺得中国品牌价值榜医药健康板块品牌强度、品牌价值双第一，荣获“EFQM全球奖（原欧洲质量奖）”“全球卓越绩效奖（世界级）”“亚洲质量创新奖”“全国重合同守信用企业”“全国文明单位”等称号。
东阿阿胶
品牌优势：东阿阿胶地处道地正宗阿胶发源地——山东省东阿县,拥有广泛认知的心智资源优势,为行业第一品牌,市场领先优势明显。东阿阿胶为国家非物质文化遗产代表性传承人企业,拥有无可替代的品牌资源优势。
功效优势：多年来,东阿阿胶十分注重阿胶与现代医学的结合,与国内外多家知名科研院所及高校开展合作,进行了阿胶在补血止血、妇科备孕、防雾霾引起的肺损伤、地中海贫血等疾病、复方阿胶浆气血双补和用于登革热的临床应用和药理机制研究,并在阿胶体外研究与动物模型研究上取得了补血美容、备孕保胎、提高怀孕率等大量研究成果。目前,公司逐步向社会系统性地公开阿胶研究成果,并通过医生、专家等权威人士进行学术推广。同时,公司也在持续推进阿胶的文化和价值传播,让阿胶产品更加贴近消费者,让消费者更加了解阿胶产品及其功效。
原料掌控优势：在山东、内蒙古、辽宁等地建立了毛驴药材标准养殖示范基地,在多个国家建立了采购网络,实现控制与涵养并举,确保公司可持续发展。
仁和集团
研发优势：仁和集团拥有三家医药科研机构，形成了一支以博士、硕士为主体的核心科研团队，并与中科院生物物理研究所、上海药物研究所等国家科研单位合作建立了新药开发联合实验室等科技研发中心。
生产优势：仁和工业拥有15家药品、保健品、药用塑胶制品、日用化妆品生产企业和1个高科技工业园区，形成了占地总面积100余万平方米的现代化工业生产基地，已有大容量注射剂、小容量注射剂 、滴眼剂、原料药、硬胶囊剂、软胶囊剂、颗粒剂、片剂、洗剂、橡胶膏剂等49条药品生产线获得国家GMP认证证书，是全国通过GMP认证生产线最多的企业之一。
销售网络优势：仁和集团旗下拥有15家销售物流企业和2万人的销售团队，营销网络遍布全国30多个省、市、自治区。
品牌集群优势：仁和集团现已形成由仁和企业品牌和主导产品品牌组成的品牌集群。其中，

妇炎洁、优卡丹等产品分别为中国女性保健护卫市场和儿童感冒药市场的领袖品牌，销量均居全国同类产品第一。仁和牌可立克、清火胶囊、正胃胶囊，闪亮牌萘敏维滴眼液、复方门冬维甘滴眼液、复方虫草口服液等也都是国内同类市场的名牌产品。

云南白药

区位优势：低纬高原地区的地貌特征,造就了云南“植物王国”的美誉,从高原雪山到热带雨林,丰富的气候类型孕育了三七、滇重楼、灯盏花等占全国51%的6559种药物资源。公司紧握云南得天独厚的气候及地理条件优势,全方位打造中药材种植全产业链,从药用植物的选育种植,到终端市场的布局,公司充分利用道地中药材资源优势,稳步推进战略药材种植繁育基地建设,在通过产业扶贫增强贫困地区造血功能的同时,也为公司提供了药用原材料的持续保障和供应。

品牌优势：多年来,公司围绕主品牌的核心体系和内涵,不断推动多元化子品牌的立体式发展,提升品牌市场吸引力。经过公司多年的打造和积累,广大消费者对云南白药的品牌认可度不断提高,品牌市场价值逐年攀升。2019年12月,云南白药以品牌价值255亿元位列2019胡润品牌榜第66位,蝉联医疗健康行业第1位,连续11年入围榜单。

产品格局优势：多年来,公司始终致力于深挖产品内生潜力,从最初的云南白药散剂,产品类别、剂型、规格不断创新开拓,逐渐形成了以云南白药传统核心产品为主,辐射天然药物、中药材饮片、特色药、医疗器械、健康日化产品、个人护理产品等多个领域之产品格局。

白云山医药

产品优势：公司在糖尿病、心脑血管、抗菌消炎、清热解毒、肠外营养、止咳镇咳、跌打镇痛、风湿骨痛、妇科及儿童用药、滋补保健等领域形成齐全的品种系列。拥有各类剂型 40 余种、近2,000 个品种规格,独家生产品种超过 90 个。

品牌优势：集团拥有中国驰名商标 10 项、广东省著名商标 22项、广州市著名商标 27 项。其中,“王老吉”、“白云山”的品牌知名度和美誉度在全国消费者中具有较大的影响力和感召力,是国内最具价值的品牌之一。

营销策略优势：集团在整合品牌资源的基础上,推动大品牌战略,实现品牌营销策划模式由零散企业品牌向统一的集体战略品牌群转变,并逐步形成了“大南药”、“大健康”、“大商业”、“大医疗”四大独具特色的业务板块,将品牌价值从传统医药产品向新的大健康产品辐射。

研发优势：公司不断构建完善的技术创新体系,与国内外科研名院所构建了广泛的合作网络,聘请诺贝尔奖得主及国内外知名专家形成专家智库,发挥内外协同效应,高效利用各方有利资源,以科技推动发展。

产业链优势：公司通过内外部的前向一体化和后向一体化发展,形成较为完善的原料、研发、生产、流通及终端产业链;在中药材供应方面,因地制宜在全国范围内选择药材种植基地,本集团及合营企业拥有 80 多个 GAP 药材基地,建立了原材料、辅料统一采购平台,有效保障中药材质量及供应并控制生产成本。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国非处方药行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国非处方药行业发展概述
第一节非处方药行业发展情况概述
一、非处方药行业相关定义
二、非处方药特点分析
三、非处方药行业基本情况介绍
四、非处方药行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、非处方药行业需求主体分析
第二节中国非处方药行业生命周期分析
一、非处方药行业生命周期理论概述
二、非处方药行业所属的生命周期分析
第三节非处方药行业经济指标分析
一、非处方药行业的赢利性分析
二、非处方药行业的经济周期分析
三、非处方药行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球非处方药行业市场发展现状分析
第一节全球非处方药行业发展历程回顾
第二节全球非处方药行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲非处方药行业地区市场分析
一、亚洲非处方药行业市场现状分析
二、亚洲非处方药行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲非处方药行业市场前景分析
第四节北美非处方药行业地区市场分析
一、北美非处方药行业市场现状分析
二、北美非处方药行业市场规模与市场需求分析
三、北美非处方药行业市场前景分析
第五节欧洲非处方药行业地区市场分析
一、欧洲非处方药行业市场现状分析
二、欧洲非处方药行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲非处方药行业市场前景分析
第六节 2023-2030年世界非处方药行业分布走势预测
第七节 2023-2030年全球非处方药行业市场规模预测

第三章 中国非处方药行业产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
第二节我国宏观经济环境对非处方药行业的影响分析
第三节中国非处方药行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
三、主要行业标准
第四节政策环境对非处方药行业的影响分析
第五节中国非处方药行业产业社会环境分析

第四章 中国非处方药行业运行情况
第一节中国非处方药行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节中国非处方药行业市场规模分析

一、影响中国非处方药行业市场规模的因素
二、中国非处方药行业市场规模
三、中国非处方药行业市场规模解析
第三节中国非处方药行业供应情况分析
一、中国非处方药行业供应规模
二、中国非处方药行业供应特点
第四节中国非处方药行业需求情况分析
一、中国非处方药行业需求规模
二、中国非处方药行业需求特点
第五节中国非处方药行业供需平衡分析

第五章 中国非处方药行业产业链和细分市场分析
第一节中国非处方药行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、非处方药行业产业链图解
第二节中国非处方药行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对非处方药行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对非处方药行业的影响分析
第三节我国非处方药行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国非处方药行业市场竞争分析
第一节中国非处方药行业竞争现状分析
一、中国非处方药行业竞争格局分析
二、中国非处方药行业主要品牌分析
第二节中国非处方药行业集中度分析
一、中国非处方药行业市场集中度影响因素分析
二、中国非处方药行业市场集中度分析
第三节中国非处方药行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国非处方药行业模型分析
第一节中国非处方药行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国非处方药行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国非处方药行业SWOT分析结论
第三节中国非处方药行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国非处方药行业需求特点与动态分析
第一节中国非处方药行业市场动态情况
第二节中国非处方药行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节非处方药行业成本结构分析
第四节非处方药行业价格影响因素分析

一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节中国非处方药行业价格现状分析
第六节中国非处方药行业平均价格走势预测
一、中国非处方药行业平均价格趋势分析
二、中国非处方药行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国非处方药行业所属行业运行数据监测
第一节中国非处方药行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节中国非处方药行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节中国非处方药行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国非处方药行业区域市场现状分析
第一节中国非处方药行业区域市场规模分析
一、影响非处方药行业区域市场分布的因素
二、中国非处方药行业区域市场分布
第二节中国华东地区非处方药行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区非处方药行业市场分析
（1）华东地区非处方药行业市场规模
（2）华南地区非处方药行业市场现状
（3）华东地区非处方药行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区非处方药行业市场分析
（1）华中地区非处方药行业市场规模
（2）华中地区非处方药行业市场现状
（3）华中地区非处方药行业市场规模预测
第四节华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区非处方药行业市场分析
（1）华南地区非处方药行业市场规模
（2）华南地区非处方药行业市场现状
（3）华南地区非处方药行业市场规模预测
第五节华北地区非处方药行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区非处方药行业市场分析
（1）华北地区非处方药行业市场规模
（2）华北地区非处方药行业市场现状
（3）华北地区非处方药行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区非处方药行业市场分析
（1）东北地区非处方药行业市场规模
（2）东北地区非处方药行业市场现状
（3）东北地区非处方药行业市场规模预测
第七节西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区非处方药行业市场分析
（1）西南地区非处方药行业市场规模
（2）西南地区非处方药行业市场现状
（3）西南地区非处方药行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区非处方药行业市场分析
（1）西北地区非处方药行业市场规模
（2）西北地区非处方药行业市场现状
（3）西北地区非处方药行业市场规模预测

第十一章 非处方药行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第五节 企业

一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第六节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第七节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第八节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第九节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第十节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国非处方药行业发展前景分析与预测
第一节中国非处方药行业未来发展前景分析
一、非处方药行业国内投资环境分析
二、中国非处方药行业市场机会分析
三、中国非处方药行业投资增速预测

第二节中国非处方药行业未来发展趋势预测
第三节中国非处方药行业规模发展预测
一、中国非处方药行业市场规模预测
二、中国非处方药行业市场规模增速预测
三、中国非处方药行业产值规模预测
四、中国非处方药行业产值增速预测
五、中国非处方药行业供需情况预测
第四节中国非处方药行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国非处方药行业进入壁垒与投资风险分析
第一节中国非处方药行业进入壁垒分析
一、非处方药行业资金壁垒分析
二、非处方药行业技术壁垒分析
三、非处方药行业人才壁垒分析
四、非处方药行业品牌壁垒分析
五、非处方药行业其他壁垒分析
第二节非处方药行业风险分析
一、非处方药行业宏观环境风险
二、非处方药行业技术风险
三、非处方药行业竞争风险
四、非处方药行业其他风险
第三节中国非处方药行业存在的问题
第四节中国非处方药行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国非处方药行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国非处方药行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国非处方药行业进入策略分析
一、行业目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 非处方药行业营销策略分析
一、非处方药行业产品策略
二、非处方药行业定价策略

三、非处方药行业渠道策略
四、非处方药行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：http://www.chinabaogao.com/baogao/202308/651349.html