

# 2016-2022年中国非处方药产业竞争态势及投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国非处方药产业竞争态势及投资规划研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/236796236796.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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（通称OTC药）是指那些不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中购取的药物。非处方药是由处方药转变而来，是经过长期应用、确认有疗效、质量稳定、非医疗专业人员也能安全使用的药物。

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。

中国OTC市场自2000年推行处方药和非处方药分类管理以来，呈现快速增长态势，增速高于全球市场，已成为全球增长最快的地区之一。2014年我国OTC零售市场规模约在2000亿元左右，如果算上大健康品类（非药品），则零售规模更大。

自我药疗是OTC主要的命脉，是中国OTC发展中非常重要的机会，中国正好处在初期的发展阶段，中国每个人吃OTC药的比例跟国际相比，远远低于国际性的水平，自我用药的水平还偏低，整个行业还有很好的发展空间和潜力。此外，随着新医改的不断深入，OTC市场也将得以壮大。预计到2020年，中国将可能成为世界最大的OTC市场。

中国报告网发布的《2016-2022年中国非处方药产业竞争态势及投资规划研究报告》首先介绍了非处方药行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 【报告大纲】

#### 第一章 2010-2020年中国医药行业发展概况

##### 第一节 2010-2015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 2010-2020年中国医药行业运行分析

- 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 2010-2020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 2010-2020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、我国医药行业行业发展策略

###### 五、中国医药行业发展的政策建议

##### 第二章 2010-2020年世界OTC药品市场动态分析

##### 第一节 2010-2020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 2010-2020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 2016-2022年世界OTC药品产业发展趋势分析

##### 第三章 2010-2020年中国OTC产业运行环境分析

##### 第一节 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020年中国OTC药品产业运行形势分析

### 第一节 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2015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 2016-2022年中国医药制造行业规模以上企业经济运行数据监测

### 第一节 2016-2022年中国医药制造行业数据监测回顾

- 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 2016-2022年中国医药制造行业投资价值测算

- 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 2016-2022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 2016-2022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 2010-2020年中国感冒药市场运行动态分析

#### 第一节 2010-2020年中国感冒药市场概况

##### 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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020年中国维生素市场运行态势分析

#### 第一节 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2016-2022年中国维生素市场发展前景展望

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 2010-2020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 2010-2020年中国OTC市场营销策略分析

第一节 2010-2020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 2010-2020年OTC药品市场沟通组合及其意义

一、OTC药品市场沟通过程

二、OTC药品市场沟通组合与构成要素

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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020年中国OTC药品产业市场竞争格局分析

第一节 2010-2020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 2010-2020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 2010-2020年中国OTC药品提升竞争力策略分析

第十一章 2010-2020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 2010-2020年国内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、2016-2022年公司成长性分析
- 三、2016-2022年公司财务能力分析
- 四、2016-2022年公司偿债能力分析
- 五、2016-2022年公司现金流量分析表
- 六、2016-2022年公司经营能力分析
- 七、2016-2022年公司盈利能力分析

### 第二节 三九医药股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2016-2022年公司成长性分析
- 三、2016-2022年公司财务能力分析
- 四、2016-2022年公司偿债能力分析
- 五、2016-2022年公司现金流量分析表
- 六、2016-2022年公司经营能力分析
- 七、2016-2022年公司盈利能力分析

### 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、2016-2022年公司成长性分析
- 三、2016-2022年公司财务能力分析
- 四、2016-2022年公司偿债能力分析
- 五、2016-2022年公司现金流量分析表

六、2016-2022年公司经营能力分析

七、2016-2022年公司盈利能力分析

第四节 广州药业股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2016-2022年公司成长性分析

三、2016-2022年公司财务能力分析

四、2016-2022年公司偿债能力分析

五、2016-2022年公司现金流量分析表

六、2016-2022年公司经营能力分析

七、2016-2022年公司盈利能力分析

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、2016-2022年公司成长性分析

三、2016-2022年公司财务能力分析

四、2016-2022年公司偿债能力分析

五、2016-2022年公司现金流量分析表

六、2016-2022年公司经营能力分析

七、2016-2022年公司盈利能力分析

第十三章 2016-2022年中国OTC药品产业投资潜力分析

第一节 2016-2022年中国OTC药品产业投资环境分析

第二节 2016-2022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 2016-2022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 专家投资建议

第十四章 2016-2022年中国OTC药品发展前景展望分析

第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国OTC药品产业市场盈利预测分析

##### 图表目录

图表 2015年OTC市场各城市销售额排序

图表 2015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 2015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

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/236796236796.html>