

# 2023-2029年中国OTC药品市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2023-2029年中国OTC药品市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/L31618NAA7.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-07-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国OTC药品市场分析与投资前景研究报告》介绍了OTC药品行业相关概述、中国OTC药品产业运行环境、分析了中国OTC药品行业的现状、中国OTC药品行业竞争格局、对中国OTC药品行业做了重点企业经营状况分析及中国OTC药品产业发展前景与投资预测。您若想对OTC药品产业有个系统的了解或者想投资OTC药品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2023-2029年中国OTC药品市场分析与投资前景研究报告》表明：2022年上半年我国中西药品类商品零售类值累计值达3110.7亿元，期末总额比上年累计增长9.7%。

指标	2022年6月	2022年5月	2022年4月	2022年3月	2022年2月	中西药品类商品零售类
值当期值(亿元)	576.3	522.9	505	551.8		中西药品类商品零售类值累计值(亿元)
	2522.6	1990.3	1496	942.5		中西药品类商品零售类值同比增长(%)
						11.9 10.8 7.9 11.9
中西药品类商品零售类值累计增长(%)	9.7	9.2	8.8	9.1	7.5	

## 报告目录：

### 第一章 非处方药的行业概况

#### 第一节 OTC定义与分类介绍

##### 一、OTC的定义与标准

##### 二、处方药

##### 三、非处方药

##### 四、处方药与非处方药的区别

##### 五、OTC产品的分类

## 第二节 OTC产品的特性

### 一、医药行业特性

### 二、OTC药品的特性

### 三、OTC药品的五大特征

### 四、OTC市场的独特地位和特点

## 第三节 药品分类管理相关法规和政策说明

## 第四节 OTC管理制度

### 一、国外OTC的管理制度

### 二、我国OTC制度建设

### 三、建立OTC制度处方监管是核心

## 第二章 2022年中国医药行业的运行现状分析

### 第一节 2022年中国医药行业的发展分析

#### 一、中国医药工业总体增长较快

#### 二、中国医药行业销售收入及应收帐款情况

#### 三、中国医药行业的经济效益及成本费用

#### 四、中国医药行业运行主要影响因素

### 第二节 2022年中国医药行业发展存在的问题

#### 一、医药行业发展面临的生存危机

#### 二、中国医药行业存在的问题

#### 三、医药行业发展遇到的三大政策困境

#### 四、影响中国中医药发展的现实问题综述

### 第三节 2022年中国医药行业的发展对策

#### 一、实现中国医药强国目标之措施

#### 二、发展医药行业的措施

#### 三、医药企业选择技术创新模式的建议

## 第三章 2022年全球OTC行业市场行业发展状况分析

### 第一节 2022年国际OTC药品市场的总体概况

#### 一、OTC市场是全球医药业发展的重要领域

#### 二、世界OTC市场的发展回顾

#### 三、国际非处方药转换市场的简析

#### 四、亚太地区非处方药市场的发展概况

##### 第二节 2022年全球OTC行业市场竞争格局分析

##### 第三节 2022-2027年全球OTC市场展望分析

###### 一、处方药向OTC转换

###### 二、DTC营销

###### 三、市场开发的成长机会

###### 四、医药工业全球化

#### 第四章 2022年世界主要国家OTC行业运行情况分析

##### 第一节 美国

###### 一、美国医药行业发展现状分析

###### 二、美国OTC药物市场持续上涨的概况

###### 三、美国OTC药企广告支出增长边际利润下降

###### 四、美国FDA批准用于减肥的非处方药

##### 第二节 日本

###### 一、日本医药行业的总体回顾

###### 二、日本药品零售市场迅猛增长扩大经营范围

###### 三、日本非处方药市场的发展稳定

###### 四、日本OTC市场的发展存在着矛盾

##### 第三节 欧洲

###### 一、欧洲OTC经销业的发展将发生改变

###### 二、英国政府将放宽对非处方药品的管理

###### 三、法国政府鼓励非处方药市场的发展

#### 第五章 2022年中国OTC药品市场发展动态分析

##### 第一节 2022年中国OTC药品市场的发展概况

###### 一、OTC市场的发展综述

###### 二、中国非处方药市场的发展扩容

###### 三、OTC市场经营模式的分类综述

###### 四、医药OTC三级市场操作模式简析

##### 第二节 2022年非处方药市场的消费者行为简析

###### 一、OTC消费者市场的内容

### 三、OTC消费者的决策

#### 第三节 2022年OTC药品市场沟通组合以及其意义

##### 一、OTC药品市场的沟通过程

##### 二、OTC药品市场沟通组合

##### 三、市场沟通的构成要素

##### 四、OTC药品市场沟通的意义

##### 五、确定沟通和促销组合须考虑的因素

##### 六、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤

#### 第四节 2022年中国OTC药品市场发展存在的问题及对策

##### 一、中国OTC市场的发展缺乏领导品牌

##### 二、OTC药品的包装成为医药市场竞争的盲点

##### 三、非处方药品市场发展的几大策略

##### 四、多层次资本市场的发展可以从OTC入手

##### 五、药品陈列成为OTC市场创造最大利润的有效途径

### 第六章 2022年中国OTC药品的市场营销战略研究

#### 第一节 OTC药品营销概况

##### 一、OTC市场营销管理是药企推广市场的关键

##### 二、OTC药品已经向保健品营销方式发展

##### 三、OTC医药营销模式的变革以及创新的综述

##### 四、OTC药品和保健品现行销售模式的思考

#### 第二节 2022年OTC营销调研浅析

##### 一、市场分析与营销调研的含义

##### 二、营销调研的作用及意义

##### 三、OTC营销调研的范围

#### 第三节 2022年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比

##### 一、OTC市场终端概述

##### 二、药店市场终端及营销策略

##### 三、医院市场终端及营销策略

##### 四、OTC市场终端模式展望

#### 第四节 2022年OTC市场营销存在的问题及对策

##### 一、OTC药品市场营销存在的五个陷阱

二、OTC营销面临的四大软肋

三、有效性成为OTC营销发展的硬伤

四、OTC市场营销应以拉动为主推动为辅

五、走出OTC终端带金销售泥潭的建议

六、医药企业OTC市场未来营销的发展道路

第五节 2022年OTC药品市场营销的挑战及趋势

一、零售终端连锁化的趋势给OTC终端营销带来新的挑战

二、OTC药品市场营销的十大趋势

三、情感营销是OTC药品市场营销的新理念

第七章 2022年中国OTC药品研究开发分析

第一节 全球医药研发渐移中国

第二节 2022年国内医药研发动态

一、肝病新药在我制成功

二、我国首个治疗丙肝中药新药松枢丸获准生产

三、东阿阿胶治疗血栓的新药获得国家新药证书网络

四、新药研究国家企业影响医药产品市场前景

五、新制剂开发市场四类研制发展方向值得期待

第三节 2022年中国企业参与新药研发的最佳切入点

一、OTC原研药诞生流程

二、OTC研发易于切入

三、政策导向是鼓励开发O T C 市场

第四节 2022年OT江中药业股份有限公司新产品上市一般特点与规律

一、中国本土OTC产业新产品上市特点

二、中国OT江中药业股份有限公司新产品上市规律

第五节 2022年药品市场的专利分析

第八章 2022年中国感冒药市场运行形势分析

第一节 2022年中国感冒药市场的分析

一、中国感冒药市场的概况

二、国内感冒药市场的总体简析

三、OTC感冒药市场的发展

#### 四、知名品牌主宰着感冒药市场

#### 五、中国感冒药市场的销售概况

#### 第二节 2022年感冒药细分市场的发展分析

##### 一、中成药及西药在感冒药市场上的发展

##### 二、中药感冒药迎来春天化学药仍是全国市场的主导

##### 三、中药感冒药主力品种优势显现整体市场前景向好

##### 四、中药感冒药市场的发展亟待大展宏图

#### 第三节 2022年中国感冒药报刊广告市场竞争简析

##### 一、感冒药报刊广告投放走势清晰

##### 二、全国各区域感冒药报刊广告出现全线回落

##### 三、报刊广告市场品牌竞争的压力有所减缓

##### 四、感冒药报刊广告市场被知名企业所主宰

#### 第四节 2022年中国感冒药市场的发展对策

##### 一、感冒药非处方药市场的导入策略

##### 二、感冒药市场发展不易过度细分

##### 三、感冒药市场发展的对策

#### 第五节 2022-2027年感冒药市场的趋势预测

##### 一、全球OTC类感冒药及过敏药市场将出现大幅的增长

##### 二、感冒药市场的发展趋势

##### 三、中西药结合逐渐成为感冒药市场主旋律

### 第九章 2022年中国维生素市场现状分析

#### 第一节 2022年国际维生素产业的发展

##### 一、世界维生素市场发展的回顾

##### 二、世界维生素市场的发展概况

##### 三、国际维生素产业的竞争新格局逐渐成型

#### 第二节 2022年中国维生素市场的分析

##### 一、维生素的概述及分类

##### 二、中国维生素市场的发展概况

##### 三、维生素市场的发展速度迅猛

##### 四、中国维生素类药物的出口形势简析

##### 五、2022年份维生素类重点产品的发展



### 第三节 2022年中国维生素主要热点品种的市场

- 一、中国维生素A市场的价格下降
- 二、维生素C制造业的核心竞争力综述
- 三、中国维C出口价格上涨的原因
- 四、中国维生素C出口稳步增长还需防危机
- 五、中国维生素E市场的浅析

### 第四节 2022年中国复合维生素市场调研

- 一、复合维生素保健品市场发展逐渐成熟
- 二、中国复合维生素市场的竞争格局简析
- 三、复合维生素京沪穗蓉等八大城市的市场概况
- 四、复合维生素将发展成为市场的主流产品

### 第五节 2022-2027年中国维生素市场的发展趋势分析

- 一、小品种将是维生素产业的发展方向
- 二、中国维生素市场的趋势预测

## 第十章 2022年中国胃肠用药市场运行走势分析

### 第一节 2022年中国胃肠用药市场的总体概况

- 一、世界胃肠道用药市场的回顾
- 二、胃肠道用药发展的概况
- 三、中国胃动力药及助消化药主要产品市场的综述
- 四、健胃消食片激起中国胃肠药市场战火

### 第二节 2022年中国胃肠道用药报刊广告市场的分析

- 一、市场竞争加剧
- 二、华北东北崛起
- 三、中药勇担主角
- 四、卖点以陈述为主

### 第三节 2022年北京、上海以及广州胃肠用药的零售市场

- 一、胃肠用药零售的市场特点
- 二、重点品种分析

### 第四节 2022年中国抗消化性溃疡药物市场调研

- 一、消化性溃疡药市场的总体概况
- 二、国内抗消化性溃疡药物的研发动态

三、抗消化性溃疡药物的市场份额综述

四、国内抗消化性溃疡药的医院市场竞争力简析

第五节 2022-2027年中国胃肠用药市场的发展对策及前景

一、中国肠胃用药市场的发展要以招商为先

二、胃肠病用药的趋势预测广阔

三、治疗消化系统疾病药品的市场发展潜力巨大

第十一章 2022年中国解热镇痛药市场发展局势分析

第一节 2022年中国解热镇痛药的总体概况

一、中国解热镇痛药市场的回顾

二、国内解热镇痛药市场的优势显现

三、解热镇痛药市场的产销分析

四、解热镇痛抗炎药的零售市场综述

第二节 2022年解热镇痛药细分品种的分析

一、扑热息痛、阿司匹林和布洛芬原料药的出口概况

二、国内阿司匹林市场出口概况

三、中国老牌镇痛药扑热息痛的出口显现新的动态

四、布洛芬市场的总体分析

五、萘普生原料药的潜力有待挖掘

第三节 2022-2027年中国解热镇痛药市场的发展趋势

第十二章 2022年中国其他OTC药品的市场分析分析

第一节 妇科外用药

一、妇科炎症用药市场的现状透析

二、妇科炎症用药市场细分逐渐明显

三、2022年中国妇科用药市场的现况

第二节 皮肤外用药

一、抗真菌产品在皮肤外用药市场处领先地位

二、皮肤科外用药市场的综述

三、中国皮肤外用药市场的规模

四、皮肤外用药京沪穗三地零售市场已接近饱和

第三节 咽喉用药

- 一、咽喉用药市场的整体概况
- 二、中国咽喉口腔用药零售市场简析
- 三、2022年国内咽喉产品的零售市场
- 四、2022年中国咽喉疾病用药报刊广告市场调研
- 五、咽喉疾病用药市场细分成为老产品新的出路

## 第十三章 2022年中国OTC行业市场竞争格局分析

### 第一节 2022年我国医药行业的SWOT分析

- 一、我国医药行业优势领域
- 二、医药行业面临的挑战及应对措施
- 三、我国医药企业的主要问题

### 第二节 2022年OTC药品营销竞争策略

- 一、2022年OTC药品营销策略
- 二、2022年OTC市场的营销战术及管理
- 三、医药企业OTC市场未来营销之路
- 四、走品牌之路将是OTC发展的途径

### 第三节 2022-2027年中国OTC行业市场竞争格局预测分析

## 第十四章 中国OTC行业重点企业竞争力与关键性数据分析

### 第一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

### 第二节 云南白药集团股份有限公司

### 第三节 哈药集团股份有限公司

### 第四节 江中药业股份有限公司

### 第五节 三精制药股份有限公司

### 第六节 山东东阿阿胶股份有限公司

## 第十五章 2022-2027年中国OTC行业投资前景建议部署

### 第一节 2022年中国医药行业投资概况

- 一、医药业将进入黄金投资期
- 二、中国医药产业投资准入政策分析

### 第二节 2022-2027年中国OTC行业投资机会分析

- 一、我国市场潜力巨大

- 二、OTC市场方兴未艾
- 三、感冒药执掌市场牛耳
- 四、中成药前途无量
- 五、老年疾病用药以及妇女、儿童用药市场发展迅猛
- 六、农村市场亟待开发
- 七、零售药品市场在竞争中继续快速增长

### 第三节 2022-2027年中国OTC行业投资前景

### 第四节 投资观点

## 第十六章 2022-2027年中国OTC药品市场的趋势分析

### 第一节 2022-2027年中国医药行业的发展趋势分析

- 一、医药行业迎来药品降价不降利的新时代
- 二、医药市场发展趋势

### 第二节 2022-2027年中国OTC药品市场的发展趋势

- 一、中国将发展成为国际最大的OTC市场
- 二、持续整合是未来中国OTC市场发展的态势
- 三、中国非处方药市场的发展潜力巨大
- 四、非处方药市场的趋势预测广阔

### 第三节 2022-2027年中国OTC所属行业盈利能力预测分析

#### 部分图表目录：

图表1：我国GDP发展运行情况

图表2：我国居民价格指数变化情况（CPI）

图表3：2022年城镇与农村居民消费价格指数

图表4：我国工业生产在出厂价格指数（PPI）

图表5：我国居民收入及消费支出情况

图表6：2018-2022年我国居民收入基尼系数

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/L31618NAA7.html>