

2026-2031年中国OTC行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

otc是overthecounter的缩写，即非处方药，是指那些不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中即可购取的药物。otc是在1996年正式提出药品分类管理。

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。OTC中又分甲类OTC和乙类OTC。甲类(红色)的可在医院、药店销售;乙类(绿色)的是可以在医院、药店、超市、宾馆等地方销售。

医药行业是关系公众健康的民生事业，重品质是行业生存的基础。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。

国内OTC行业的整体竞争格局非常分散，没有任何一家企业单独的份额超过10%。OTC行业中前四十家典型企业的销售收入只占中药和化学制药行业销售总额的20.22%，市场集中度偏低。国内OTC生产企业中不乏修正药业、云南白药、哈药集团、江中药业、东阿阿胶等大型知名企业，更多的却是资金和技术都相对较弱的中小型企业。众多的国内企业和跨国公司的进入，决定了中国OTC市场竞争的激烈和混乱，“名牌唱戏，品牌求异”是其主要特征。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国非处方药物协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国OTC及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国OTC行业发展状况和特点，以及中国OTC行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的OTC行业发展态势作了详细分析，并对OTC行业进行了趋向研判，是OTC开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前OTC业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 OTC行业发展综述

第一节 OTC行业概述

- 一、otc的定义
- 二、otc产品分类
- 三、otc(非处方药)和rx(处方药)的区别

第二节 otc产品特性

- 一、otc药品特点
- 二、otc所属医药行业的特性
- 三、otc行业地位分析

第三节 中国otc行业上游原料市场分析

一、中国化学原料药市场分析

- 1、化学原料药市场概况
- 2、化学原料药市场供给分析
- 3、化学原料药市场需求分析
- 4、化学原料药市场价格走势

二、中国中药饮片市场分析

- 1、中药饮片市场发展特点
- 2、中药饮片市场供给分析
- 3、中药饮片市场需求分析
- 4、中药饮片产品价格分析

三、原料市场发展对otc行业影响

第二章 中国otc行业发展环境分析

第一节 otc行业政策环境分析

一、otc行业监管体系

二、otc行业产品规划

三、otc行业布局规划

四、otc行业企业规划

第二节 otc行业经济环境分析

一、中国gdp增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 otc行业市场环境分析

第四节 otc行业技术环境分析

一、otc行业专利申请数分析

二、otc行业专利申请人分析

三、otc行业热门专利技术分析

第三章 otc行业发展状况分析

第一节 全球药品市场需求情况

第二节 全球otc行业发展分析

一、全球otc行业发展分析

2、全球otc行业发展概况

3、全球otc行业市场规模

4、全球otc药品销售品种

二、主要国家和地区otc市场发展分析

1、美国otc市场发展分析

2、日本otc市场发展分析

3、欧洲otc市场发展分析

三、全球otc行业发展趋势

第三节 中国医药市场发展分析

一、中国医药市场发展现状

二、中国医药市场发展规模

三、中国医药市场销售规模

四、中国医药市场零售规模

第四节 中国otc行业发展分析

一、中国otc行业发展阶段

二、中国otc行业发展概况

三、中国otc行业发展特点

四、中国otc行业商业模式

第四章 中国otc行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国otc行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国otc行业产销情况分析

一、中国otc行业工业总产值

二、中国otc行业工业销售产值

三、中国otc行业产销率

第三节 2021-2026年中国otc行业财务指标总体分析

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

第五章 otc行业产业结构分析

第一节 otc产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国otc行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 otc行业热点品种市场分析

第一节 感冒药市场分析

一、感冒药定义及消费特征

1、城市消费者的消费特征

2、农村消费者的消费特征

二、感冒药市场的细分现状

三、感冒药市场规模

四、感冒药市场产品结构

五、感冒药市场竞争格局

六、感冒药市场重点区域

七、感冒药市场广告投放监测

八、感冒药重点细分市场分析

1、儿童感冒药市场分析

2、农村感冒药市场分析

九、影响感冒药销售的主要因素

十、感冒药市场发展前景

第二节 解热镇痛药市场分析

一、解热镇痛药定义及代表药物

二、解热镇痛药市场发展现状

三、解热镇痛药市场规模分析

四、解热镇痛药市场竞争格局

五、解热镇痛药市场前景分析

第三节 胃肠用药市场分析

一、胃肠用药市场规模

二、胃肠用药产品结构分析

三、胃肠用药市场竞争格局

1、胃肠不同种类用药竞争

2、胃肠用药品牌竞争

3、儿童用药品牌竞争

四、胃肠用药市场广告投放监测

五、胃肠用药市场前景分析

第四节 皮肤用药市场分析

一、皮肤用药定义及分类

二、皮肤用药市场规模

三、皮肤用药市场产品结构

四、皮肤用药市场竞争格局

五、皮肤用药市场主要品牌分析

六、皮肤用药市场广告投放监测

七、皮肤用药市场前景分析

第五节 妇科用药市场分析

一、眼科用药市场分析

1、眼科用药主要产品类别

2、眼科用药市场规模

3、眼科用药市场竞争格局

4、眼科用药市场广告投放监测

5、眼科用药市场前景分析

二、咽喉口腔用药市场分析

1、咽喉口腔用药主要产品类别

2、咽喉口腔用药市场规模

3、咽喉口腔用药市场竞争格局

4、咽喉口腔用药重点区域分析

5、咽喉口腔用药市场广告投放监测

6、咽喉口腔用药市场前景分析

第六节 妇科用药市场分析

一、妇科用药定义及分类

二、妇科用药市场规模

三、妇科用药消费特征分析

四、妇科用药市场产品结构

五、妇科用药市场重点区域

六、妇科用药市场竞争格局

七、妇科用药市场广告投放监测

八、妇科用药市场前景分析

第七节 止咳化痰用药市场分析

一、止咳化痰用药市场规模

二、止咳化痰用药市场竞争格局

三、止咳化痰用药市场调查

1、四城市止咳类中成药零售市场总体特征

2、四城市止咳类中成药零售市场消费特征

第八节 其他otc药品市场分析

一、维生素与矿物质类药物市场分析

二、虚证类药物市场分析

三、头痛失眠类药物市场分析

四、痔疮药市场分析

五、避孕药市场分析

第七章 otc市场营销分析

第一节 otc药品营销模式分析

一、消费者otc药品消费行为

二、otc药品营销模式分析

第二节 otc行业营销渠道分析

一、otc药品销售渠道模式分析

二、otc药品销售终端模式

1、otc药品销售终端分布

2、零售终端市场分析

3、医院终端市场分析

第三节 otc行业营销策略分析

一、品牌营销策略

1、品牌营销策略优点

2、品牌营销策略典型案例

二、市场细分营销策略

- 1、市场细分营销策略优点
- 2、otc市场细分营销策略理论基础
- 3、市场细分营销策略典型案例
- 三、广告营销策略
- 四、其他营销策略案例分析
- 1、娱乐营销
- 2、活动营销

第八章 otc行业重点区域发展分析

第一节 北京otc市场分析

- 一、北京医药行业运行分析
- 二、北京otc药品消费分析
- 1、北京人口总量及结构
- 2、北京居民收入水平
- 3、北京人均医药费支出水平
- 4、北京居民医疗保健支出
- 三、北京otc市场供需分析
- 四、北京otc零售药店发展分析
- 五、北京otc市场发展前景

第二节 上海otc市场分析

- 一、上海医药行业运行分析
- 二、上海otc药品消费分析
- 1、上海人口总量及结构

2、上海居民收入水平

3、上海人均医药费支出水平

4、上海居民医疗保健支出

三、上海otc市场供需分析

四、上海otc零售药店发展分析

五、上海otc市场发展前景

第三节 广东otc市场分析

一、广东医药行业运行分析

二、广东otc药品消费分析

1、广东人口总量及结构

2、广东居民收入水平

3、广东人均医药费支出水平

4、广东居民医疗保健支出

三、广东otc市场供需分析

四、广东otc零售药店发展分析

五、广东otc市场发展前景

第四节 江苏otc市场分析

一、江苏医药行业运行分析

二、江苏otc药品消费分析

1、江苏人口总量及结构

2、江苏居民收入水平

3、江苏消费支出水平

4、江苏居民医疗保健支出

三、江苏otc市场供需分析

四、江苏otc零售药店发展分析

五、江苏otc市场发展前景

第九章 otc行业市场竞争分析

第一节 中国otc市场竞争格局分析

一、otc市场企业竞争格局

二、otc市场细分领域格局

第二节 中国otc市场五力分析

一、otc市场上游议价能力分析

二、otc市场下游议价能力分析

三、otc市场潜在进入者分析

四、otc市场替代产品威胁分析

五、otc市场现有竞争者竞争分析

第三节 otc行业投资兼并与重组整合分析

一、otc行业投资兼并与重组整合动因分析

二、国内otc行业投资兼并与重组整合特点

三、otc企业投资兼并与重组整合动态

四、otc行业企业兼并重组典型案例分析

第十章 2026-2031年otc行业领先企业经营形势分析

第一节 仁和药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第二节 贵州百灵企业集团制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第三节 贵州益佰制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第四节 桂林三金药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第五节 吉林敖东药业集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第六节 华润双鹤药业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第七节 丽珠医药集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第八节 北京韩美药品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 杭州民生药业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十节 桂林华润天和药业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十一章 中国otc行业发展前景

第一节 2026-2031年otc行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 中国otc行业发展趋势

一、otc行业发展前景

二、otc行业发展趋势

三、otc行业规模预测

第三节 中国otc行业存在的问题

- 一、otc行业存在的问题
- 二、otc行业面临的挑战
- 三、otc行业发展的对策

第十二章 2026-2031年otc行业投资分析

第一节 otc行业投资特性分析

- 一、otc行业进入壁垒分析
- 二、otc行业盈利因素分析
- 三、otc行业盈利模式分析

第二节 otc行业投资潜力与建议

- 一、otc行业投资现状分析
- 二、otc行业投资机会分析
- 三、otc行业投资风险分析

第三节 otc行业投资建议

- 一、行业投资方向建议
- 二、行业投资方式建议

第十三章 otc行业发展战略研究

第一节 otc行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国otc品牌的战略思考

一、otc品牌的重要性

二、otc实施品牌战略的意义

三、otc企业品牌的现状分析

四、中国otc企业的品牌战略

五、otc品牌战略管理的策略

第三节 otc经营策略分析

一、otc市场细分策略

二、otc市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、otc新产品差异化战略

第四节 otc行业投资战略研究

一、2026-2031年otc行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 otc行业研究结论及建议

第二节 otc子行业研究结论及建议

图表目录

图表：otc行业生命周期

图表：otc行业产业链结构

图表：2021-2026年全球otc行业市场规模

图表：2021-2026年中国otc行业市场规模

图表：2021-2026年otc行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国otc市场占全球份额比较

图表：2021-2026年otc行业工业总产值

图表：2021-2026年otc行业销售收入

图表：2021-2026年otc行业利润总额

图表：2021-2026年otc行业资产总计

图表：2021-2026年otc行业负债总计

图表：2021-2026年otc行业竞争力分析

图表：2021-2026年otc市场价格走势

图表：2021-2026年otc行业主营业务收入

图表：2021-2026年otc行业主营业务成本

图表：2021-2026年otc行业销售费用分析

图表：2021-2026年otc行业管理费用分析

图表：2021-2026年otc行业财务费用分析

图表：2021-2026年otc行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年otc行业销售利润率分析

图表：2021-2026年otc行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年otc行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年otc行业产能分析

图表：2021-2026年otc行业产量分析

图表：2021-2026年otc行业需求分析

图表：2021-2026年otc行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：110261

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190306/110261.shtml>

在线订购：[点击这里](#)