

2018-2024年中国非处方药（OTC）市场竞争格局 分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国非处方药（OTC）市场竞争格局分析及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/331017.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

中国的OTC药品直接面向消费者，以消费者为中心，消费者自行选购，不需要经过医生，比处方药显出更多的一般消费品的特征，对消费者愿望和需求反应比较敏捷，因而市场具有非常大的潜力。预计到2010年中国将成为世界上最大的药品市场之一，OTC销售额可以达到全球药品销售额的30~40%，2020年将成为世界最大的药品市场。面对巨大的市场蛋糕，全球性跨国公司如杨森、施贵宝、史克、辉瑞已作好抢占中国OTC市场准备，纷纷加大研发力度，加速其在华布局。

另外，中国城镇人口每年以2000万左右的速度增长，而城镇居民对非处方药的需求将促进这个市场的发展；中国人口老年化趋势加快，这部分人群的医疗消费越来越大；城镇居民收入增加较快，其医药卫生费用也相应快速增加；基本医疗保险制度和医疗体制改革等都大大加快了非处方药品市场的壮大。随着农村“两网建设”、医保和新型农村合作医疗制度的全面推广，农村药品市场逐渐成为新热点。中国的OTC市场前景十分可观。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章2017年世界非处方药行业发展态势分析

第一节2017年世界非处方药市场发展状况分析

一、世界非处方药行业特点分析

二、世界非处方药市场需求分析

第二节2017年全球非处方药市场分析

一、2017年全球非处方药需求分析

二、2017年全球非处方药产销分析

三、2017年中外非处方药市场对比

第二章我国非处方药行业发展现状

第一节我国非处方药行业发展现状

一、非处方药行业品牌发展现状

二、非处方药行业消费市场现状

三、非处方药市场消费层次分析

四、我国非处方药市场走向分析

第二节2011-2017年非处方药行业发展情况分析

一、2017年非处方药行业发展特点分析

二、2017年非处方药行业发展情况

第三节2017年非处方药行业运行分析

一、2017年非处方药行业产销运行分析

二、2017年非处方药行业利润情况分析

三、2017年非处方药行业发展周期分析

四、2018-2024年非处方药行业发展机遇分析

五、2018-2024年非处方药行业利润增速预测

第四节对中国非处方药市场的分析及思考

一、非处方药市场特点

二、非处方药市场分析

三、非处方药市场变化的方向

四、中国非处方药产业发展的新思路

五、对中国非处方药产业发展的思考

第三章2017年中国非处方药市场运行态势剖析

第一节2017年中国非处方药市场动态分析

一、非处方药行业新动态

二、非处方药主要品牌动态

三、非处方药行业消费者需求新动态

第二节2017年中国非处方药市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节2017年中国非处方药市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章非处方药行业经济运行分析

第一节2017年非处方药行业主要经济指标分析

一、2017年非处方药行业主要经济指标分析

二、2017年非处方药行业主要经济指标分析

第二节2017年我国非处方药行业绩效分析

一、2017年行业产销能力

- 二、2017年行业规模情况
- 三、2017年行业盈利能力
- 四、2017年行业经营发展能力
- 五、2017年行业偿债能力分析

第五章中国非处方药行业消费市场分析

第一节非处方药市场消费需求分析

- 一、非处方药市场的消费需求变化
- 二、非处方药行业的需求情况分析
- 三、2017年非处方药品牌市场消费需求分析

第二节非处方药消费市场状况分析

- 一、非处方药行业消费特点
- 二、非处方药行业消费分析
- 三、非处方药行业消费结构分析
- 四、非处方药行业消费的市场变化
- 五、非处方药市场的消费方向

第三节非处方药行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、非处方药行业品牌忠诚度调查
- 六、非处方药行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章我国非处方药行业市场调查分析

第一节2017年我国非处方药行业市场宏观分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度

第二节2017年中国非处方药行业市场微观分析

- 一、品牌关注度格局
- 二、产品关注度调查
- 三、不同价位关注度

第七章非处方药行业上下游产业分析

第一节上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对非处方药行业的意义

第二节下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对非处方药行业的影响

五、行业竞争状况及其对非处方药行业的意义

第八章非处方药行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国非处方药行业竞争格局综述

一、2017年非处方药行业集中度

二、2017年非处方药行业竞争程度

三、2017年非处方药企业与品牌数量

四、2017年非处方药行业竞争格局分析

第四节2011-2017年非处方药行业竞争格局分析

一、2011-2017年国内外非处方药行业竞争分析

二、2011-2017年我国非处方药市场竞争分析

第九章非处方药企业竞争策略分析

第一节非处方药市场竞争策略分析

一、2017年非处方药市场增长潜力分析

二、2017年非处方药主要潜力品种分析

三、现有非处方药市场竞争策略分析

四、潜力非处方药竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节非处方药企业竞争策略分析

一、2018-2024年我国非处方药市场竞争趋势

二、2018-2024年非处方药行业竞争格局展望

三、2018-2024年非处方药行业竞争策略分析

第三节非处方药行业发展机会分析

第四节非处方药行业发展风险分析

第十章重点非处方药企业竞争分析

第一节A公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第二节B公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略略

第三节C公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第四节D公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第五节E公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第六节F公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第十一章非处方药行业发展趋势分析

第一节我国非处方药行业前景与机遇分析

一、我国非处方药行业发展前景

二、我国非处方药发展机遇分析

三、2017年非处方药行业的发展机遇分析

第二节2018-2024年中国非处方药市场趋势分析

一、2017年非处方药市场趋势总结

二、2017年非处方药行业发展趋势分析

三、2018-2024年非处方药市场发展空间

四、2018-2024年非处方药产业政策趋向

五、2018-2024年非处方药行业技术革新趋势

六、2018-2024年非处方药价格走势分析

七、2018-2024年国际环境对非处方药行业的影响

第十二章非处方药行业发展趋势与投资战略研究

第一节非处方药市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节非处方药行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节非处方药行业发展战略研究

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

第四节对我国非处方药品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、非处方药实施品牌战略的意义

三、非处方药企业品牌的现状分析

四、我国非处方药企业的品牌战略

五、非处方药品牌战略管理的策略

第十三章2018-2024年非处方药行业发展预测

第一节未来非处方药需求与消费预测

一、2018-2024年非处方药产品消费预测

二、2018-2024年非处方药市场规模预测

三、2018-2024年非处方药行业总产值预测

四、2018-2024年非处方药行业销售收入预测

五、2018-2024年非处方药行业总资产预测

第二节2018-2024年中国非处方药行业供需预测

一、2018-2024年中国非处方药供给预测

二、2018-2024年中国非处方药产量预测

三、2018-2024年中国非处方药需求预测

四、2018-2024年中国非处方药供需平衡预测

五、2018-2024年中国非处方药产品价格预测

六、2018-2024年主要非处方药产品进出口预测

第三节影响非处方药行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响非处方药行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响非处方药行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响非处方药行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国非处方药行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国非处方药行业发展面临的机遇分析

第四节非处方药行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2024年非处方药行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年非处方药行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年非处方药行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年非处方药行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年非处方药行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年非处方药行业其他风险及控制策略

第十四章投资建议

第一节行业研究结论

第二节行业发展建议

图表目录：

图表：非处方药产业链分析

图表：国际非处方药市场规模

图表：国际非处方药生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2017年我国非处方药行业产销情况

图表：2014-2017年我国非处方药行业利润总额及增长情况

图表：2014-2017年我国非处方药行业利润总额及增长对比

图表：2014-2017年我国非处方药行业工业销售产值及增长情况

图表：2014-2017年我国非处方药行业工业销售产值及增长对比

图表：2014-2017年我国非处方药行业需求及增长情况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/331017.html>