

2016-2022年中国OTC行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国OTC行业市场运行态势及投资战略研究报告》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/286419.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

全球OTC市场规模在2013年约860亿美元，占全球药品市场的12.3%。自2003年以来全球OTC市场规模稳步增长，增速保持在4%以上，历年均高于全球药品市场增速。

我国2015年OTC的市场规模约为2400亿元，约占整个药品市场的17%。根据南方所的数据，OTC市场在2000年至2014年间一直保持较高的增长率，年复合增长率为17%，近几年增速趋于稳健。从市场增长率来看，我国OTC市场的增速高于整体药品市场的增速，08年至09年开始全面推进新医改，我国医疗卫生的财政支出比例增加，推动了药品市场的增长，药品市场整体增速加快，而OTC的增速低于药品市场增速。但我们认为在当前政策背景下，OTC行业增速在未来或将反转。

2000-2014年我国OTC市场规模

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：

第一部分 OTC产业环境透视

第一章 OTC行业发展综述

第一节 OTC行业概述

- 一、OTC的定义
- 二、处方药和非处方药的区别
- 三、OTC产品分类

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

第二章 中国OTC行业市场环境分析

第一节 行业政策环境分析

- 一、行业监管体制
- 二、行业发展相关政策
 - 1、OTC主要相关政策

2、OTC其他相关政策

三、OTC行业发展规划

1、医药工业“十二五”规划

2、医药流通行业“十二五”规划

四、政策环境对行业发展的影响评述

第二节 行业需求环境分析

一、居民支付能力分析

1、国内GDP增长情况

2008-2015年全国GDP及同比增速

2、居民收入水平

3、居民医疗保健水平

二、人口及疾病因素

1、人口数量规模

2、人口结构变化

3、疾病谱的变化

4、自我药疗意识提高

三、需求环境对行业发展的影响评述

第三节 行业研发环境分析

一、国外医药研发环境分析

1、国外医药研发投入分析

2、国外医药研发产出分析

3、全球医药研发最新动向

二、中国新药审批及研发状况

1、中国医药研发投入分析

2、中国药品注册受理情况

3、中国药品注册批准情况

4、中国药品审批进展情况

三、研发环境对行业发展的影响评述

第三章 OTC行业发展状况分析

第一节 全球OTC行业发展状况分析

一、全球OTC行业发展分析

1、全球药品市场需求情况

2、全球OTC行业发展历程

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

第二节 中国OTC行业发展状况分析

一、中国医药行业发展分析

1、中国医药行业发展特点

2、国内医药市场供给情况

3、国内医药市场需求情况

4、医药行业发展驱动因素分析

二、中国OTC行业市场规模

三、中国OTC市场销售品种及品类结构

OTC药品同质化现象十分普遍，同样成分、疗效药品有数个乃至更多不同品牌的产品在售，且同类产品的价格、成本和疗效大相径庭。受专业知识限制，绝大多数的消费者对OTC药品的选择以购买知名品牌为主，故OTC行业的品牌消费特点较突出。根据中国非处方药物协会统计2015年度中国非处方药产品综合排名显示，销售前三的产品多为品牌药。

2015年度中国非处方药产品综合统计排名（部分）

类别

排名

商品名（商标）

药品通用名

企业名称

感冒咳嗽类

1

999

感冒灵颗粒/胶囊

华润三九医药股份有限公司

2

以岭

连花清瘟胶囊

石家庄以岭药业股份有限公司

3

修正

肺宁颗粒

修正药业集团股份有限公司

消化类

1

江中

健胃消食片

江中制药股份有限公司

2

扬子江

胃苏颗粒

扬子江药业集团有限公司

3

康恩贝

肠炎宁片/糖浆/颗粒

浙江康恩贝制药股份有限公司

虚证类

1

东阿阿胶

阿胶系列

东阿阿胶股份有限公司

2

阿谷停云

阿胶

山东华信制药有限公司

3

同仁堂

六味地黄丸

北京同仁堂科技发展股份有限公司

外用类

1

云南白药

云南白药系列

云南白药集团股份有限公司

2

马应龙

马应龙麝香痔疮膏/栓

马应龙药业集团股份有限公司

3

奇正

消痛贴膏

西藏奇正藏药股份有限公司

儿科类

1

丁桂

丁桂儿脐贴

亚宝药业集团股份有限公司

2

神苗

小儿清肺化痰颗粒

神威药业集团有限公司

3

优卡丹

小儿咽扁颗粒

仁和（集团）发展有限公司

妇科类

1

九芝堂

驴胶补血颗粒

九芝堂股份有限公司

2

仲景

逍遥丸

仲景宛西制药股份有限公司

3

同仁堂

加味道遥丸

北京同仁堂科技发展股份有限公司

四、中国OTC行业发展主要特点

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

2004-2015 年中药饮片企业数量

- 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

第二部分 OTC行业深度分析

第四章 我国OTC行业运行现状分析

第一节 我国OTC行业发展状况分析

- 一、我国OTC行业发展阶段
- 二、我国OTC行业发展总体概况
- 三、我国OTC行业发展特点分析
- 四、我国OTC行业商业模式分析

第二节 2015年OTC行业发展现状

- 一、2015年我国OTC行业市场规模
- 二、2015年我国OTC行业发展分析
- 三、2015年中国OTC企业发展分析

第三节 2015年OTC市场情况分析

- 一、2015年中国OTC市场总体概况
- 二、2015年中国OTC产品市场发展分析

第四节 我国OTC市场价格走势分析

- 一、OTC市场定价机制组成
- 二、OTC市场价格影响因素
- 三、2015年OTC产品价格走势分析
- 四、2016-2022年OTC产品价格走势预测

第五章 我国OTC行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014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 2013-2014年中国OTC行业产销情况分析

一、我国OTC行业工业总产值

二、我国OTC行业工业销售产值

三、我国OTC行业产销率

第三节 2013-2014年中国OTC行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国OTC行业销售利润率

2、我国OTC行业成本费用利润率

3、我国OTC行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国OTC行业资产负债比率

2、我国OTC行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国OTC行业应收帐款周转率

2、我国OTC行业总资产周转率

3、我国OTC行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国OTC行业总资产增长率

2、我国OTC行业利润总额增长率

3、我国OTC行业主营业务收入增长率

4、我国OTC行业资本保值增值率

第三部分 OTC行业市场全景调研

第六章 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

第七章 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

1、北京：本地企业风光无限

2、上海：合资产品占鳌头

3、广州：中成药产品受青睐

4、杭州：知名品牌一统江山

5、武汉：本地产品进三甲

6、成都：销售金额本地产品占优

7、南京：本地产品销量排第二

8、沈阳：东北产品销量金额拔头筹

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 官科用药市场分析

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

第八章 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

第四部分 OTC行业竞争格局分析

第九章 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

第十章 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

第十一章 2015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 桂林天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

第五部分 OTC行业发展前景展望

第十二章 2016-2022年OTC行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年OTC市场发展前景

- 一、2016-2022年OTC市场发展潜力
- 二、2016-2022年OTC市场发展前景展望
- 三、2016-2022年OTC细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年OTC市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年OTC行业发展趋势
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
 - 3、产品应用趋势分析

二、2016-2022年OTC市场规模预测

1、OTC行业市场容量预测

2、OTC行业销售收入预测

三、2016-2022年OTC行业应用趋势预测

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国OTC行业供需预测

一、2016-2022年中国OTC行业供给预测

二、2016-2022年中国OTC行业产量预测

三、2016-2022年中国OTC市场销量预测

四、2016-2022年中国OTC行业需求预测

五、2016-2022年中国OTC行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2016-2022年OTC行业投资机会与风险防范

第一节 OTC行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、OTC行业投资现状分析

1、OTC产业投资经历的阶段

2、2015年OTC行业投资状况回顾

3、2015年中国OTC行业风险投资状况

4、2016-2022年我国OTC行业的投资态势

第二节 2016-2022年OTC行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、OTC行业投资机遇

第三节 2016-2022年OTC行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国OTC行业投资建议

一、OTC行业未来发展方向

二、OTC行业主要投资建议

三、中国OTC企业融资分析

1、中国OTC企业IPO融资分析

2、中国OTC企业再融资分析

第六部分 OTC行业发展战略研究

第十四章 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 对我国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、我国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、2015年OTC行业投资战略
- 二、2016-2022年OTC行业投资战略
- 三、2016-2022年细分行业投资战略

第十五章 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

第三节 OTC行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

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：2013-2015年全球OTC行业市场规模
- 图表：2013-2015年中国OTC行业市场规模
- 图表：2013-2015年OTC行业重要数据指标比较
- 图表：2013-2015年中国OTC市场占全球份额比较
- 图表：2013-2015年OTC行业工业总产值
- 图表：2013-2015年OTC行业销售收入
- 图表：2013-2015年OTC行业利润总额
- 图表：2013-2015年OTC行业资产总计
- 图表：2013-2015年OTC行业负债总计
- 图表：2013-2015年OTC行业竞争力分析
- 图表：2013-2015年OTC市场价格走势
- 图表：2013-2015年OTC行业主营业务收入
- 图表：2013-2015年OTC行业主营业务成本
- 图表：2013-2015年OTC行业销售费用分析
- 图表：2013-2015年OTC行业管理费用分析
- 图表：2013-2015年OTC行业财务费用分析
- 图表：2013-2015年OTC行业销售毛利率分析
- 图表：2013-2015年OTC行业销售利润率分析
- 图表：2013-2015年OTC行业成本费用利润率分析
- 图表：2013-2015年OTC行业总资产利润率分析

图表：2013-2015年OTC行业产能分析

图表：2013-2015年OTC行业产量分析

图表：2013-2015年OTC行业需求分析

图表：2013-2015年OTC行业集中度

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286419.html>