

# 2014-2018年中国非处方药 ( OTC ) 市场深度调研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

《2014-2018年中国非处方药（OTC）市场深度调研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/xiyao1401/0575045ELI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-09

【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《2014-2018年中国非处方药（OTC）市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了非处方药（OTC）相关概述、中国非处方药（OTC）市场运行环境等，接着分析了中国非处方药（OTC）市场发展的现状，然后介绍了中国非处方药（OTC）重点区域市场运行形势。随后，报告对中国非处方药（OTC）重点企业经营状况分析，最后分析了中国非处方药（OTC）行业发展趋势与投资预测。您若想对非处方药（OTC）产业有个系统的了解或者想投资非处方药（OTC）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，不需要医师或其他医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般消费者凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在国外又称柜台发售药（Over The Counter，OTC），已成为全球通用的俗称。

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。

## 第一章 非处方药（OTC）相关概述

### 1.1 OTC简介

#### 1.1.1 OTC的定义

#### 1.1.2 OTC的特点

#### 1.1.3 OTC类药品主要种类

#### 1.1.4 非处方药和处方药的区别

### 1.2 OTC药发展概述

#### 1.2.1 OTC类药品发展概述

#### 1.2.2 国家审批OTC药品的主要原则

#### 1.2.3 非处方药的市场特点

#### 1.2.4 非处方药市场的培育形成

## 第二章 医药行业发展分析

### 2.1 医药行业发展概况

#### 2.1.1 中国医药产业发展概述

#### 2.1.2 我国医药产业发展特点

- 2.1.3 中医药产业国际化发展分析
- 2.1.4 我国医药行业整合步伐加快
- 2.1.5 我国医药行业竞争力及可持续发展策略分析
- 2.2 2011-2013年医药行业的发展现状
- 2.3 中国医药行业政策分析
- 2.4 中国医药行业存在的问题及发展对策

### 第三章 OTC药品市场分析

- 3.1 中国OTC市场概况
- 3.2 2011-2013年中国OTC市场销售排名情况
- 3.3 非处方药市场特点及与处方药市场的比较
- 3.4 OTC市场竞争分析
- 3.5 OTC产品包装分析
- 3.6 OTC行业发展存在的问题及建议

### 第四章 感冒用药市场

- 4.1 感冒药市场发展概况
- 4.2 感冒药危机分析
- 4.3 感冒药细分市场分析
- 4.4 地区感冒药市场分析
- 4.5 感冒药市场存在的问题及发展对策方向

### 第五章 维生素

- 5.1 维生素市场概况
- 5.2 维生素出口分析
- 5.3 维生素细分品种市场分析
  - 5.3.1 维生素C市场
  - 5.3.2 维生素E市场
  - 5.3.3 B族维生素市场
  - 5.3.4 维生素B1市场
- 5.4 维生素市场发展策略与前景分析

## 第六章 其它OTC药品细分市场

### 6.1 胃肠道用药

### 6.2 皮肤用药

### 6.3 五官用药

### 6.4 解热镇痛药

### 6.5 钙制剂

### 6.6 心脑血管药

### 6.7 妇科用药

### 6.8 抗过敏药

## 第七章 OTC市场营销分析

### 7.1 OTC市场营销概况

#### 7.1.1 非处方药市场的营销特征

#### 7.1.2 OTC药品DTC推广模式

#### 7.1.3 我国OTC营销渠道的主要模式

#### 7.1.4 新医改下OTC市场营销面临的机会

#### 7.1.5 中国OTC经典营销案例分析

#### 7.1.6 OTC药品营销发展要点与方向

### 7.2 OTC市场营销之消费者分析

#### 7.2.1 OTC产品消费特征

#### 7.2.2 OTC市场消费者行为研究

#### 7.2.3 中国OTC市场消费者心理行为特点

#### 7.2.4 城乡OTC市场消费情况比较分析

#### 7.2.5 新形势下OTC消费者营销分析

#### 7.2.6 OTC市场顾客满意营销策略分析

### 7.3 OTC广告营销分析

#### 7.3.1 OTC广告的作用

#### 7.3.2 OTC广告成功的条件

#### 7.3.3 OTC广告营销八大策略

#### 7.3.4 OTC市场营销广告与终端的平衡策略

### 7.4 OTC品牌营销分析

#### 7.4.1 OTC市场品牌营销概述

- 7.4.2 OTC品牌营销面临的问题及误区
- 7.4.3 OTC品牌营销策略成败的关键因素
- 7.4.4 OTC品牌营销策略实施准则
- 7.4.5 OTC品牌产品市场终端维价策略
- 7.5 OTC市场营销策略
- 7.5.1 OTC市场产品运作营销策略
- 7.5.2 适应市场变化的非处方药营销策略
- 7.5.3 OTC产品终端营销的几个策略
- 7.5.4 OTC新产品选经销商遵循的原则
- 7.5.5 OTC市场正确运用渠道策略
- 7.5.6 后促销时代的OTC市场运作策略分析

## 第八章 医药零售行业分析

- 8.1 医药零售行业发展分析
  - 8.1.1 中国药品零售业发展沿革
  - 8.1.2 我国药品零售业发展现状分析
  - 8.1.3 政策导向下药品零售业发展动向
  - 8.1.4 我国药品零售市场产品销售情况分析
  - 8.1.5 医药零售网络市场运行态势分析
  - 8.1.6 我国医药零售市场的发展潜力较大
- 8.2 新医改下医药零售行业分析
  - 8.2.1 国家颁布基本药物零售指导价
  - 8.2.2 新医改推动医药零售业迈入洗牌期
  - 8.2.3 新医改下药品零售业发展形势探析
  - 8.2.4 应对新医改药品零售发展对策分析
  - 8.2.5 新医改下医药零售业直供模式发展分析
- 8.3 中国医药零售连锁行业的发展
  - 8.3.1 我国医药零售连锁市场格局发展回顾
  - 8.3.2 2013年中国连锁药店发展现状分析
  - 8.3.3 制药企业经营连锁药店条件分析
  - 8.3.4 连锁药店的赢利模式发展及展望
- 8.4 医药零售行业竞争分析

- 8.4.1 我国区域药品零售市场竞争形势分析
- 8.4.2 新医改政策驱使零售业将成争夺焦点
- 8.4.3 我国药品零售业新进入者分析
- 8.4.4 新医改竞争环境下药品零售业竞争策略分析
- 8.5 医药零售业联盟分析
  - 8.5.1 我国医药零售行业联盟现象盛行
  - 8.5.2 药品零售联盟发展状况分析
  - 8.5.3 医药零售业联盟的发展特点分析
  - 8.5.4 医药零售采购联盟及趋势分析

## 第九章 OTC药品重点生产企业

- 9.1 哈药集团有限公司
  - 9.1.1 公司简介
  - 9.1.2 经营状况分析
- 9.2 华润三九医药股份有限公司
  - 9.2.1 公司简介
  - 9.2.2 经营状况分析
- 9.3 江中集团有限公司
  - 9.3.1 公司简介
  - 9.3.2 经营状况分析
- 9.4 北京同仁堂（集团）有限责任公司
  - 9.4.1 公司简介
  - 9.4.2 经营状况分析
- 9.5 广州医药集团有限公司
  - 9.5.1 公司简介
  - 9.5.2 经营状况分析
- 9.6 山东东阿阿胶股份有限公司
  - 9.6.1 公司简介
  - 9.6.2 经营状况分析
- 9.7 修正药业集团
- 9.9 西安杨森制药有限公司
- 9.9 中美天津史克制药有限公司

## 第十章 OTC药品发展前景展望

### 10.1 医药行业的发展前景

#### 10.1.1 “十二五”期间我国医药工业发展形势展望

#### 10.1.2 “十二五”我国医药行业的发展方向

#### 10.1.3 中国医药市场发展预测

### 10.2 2011-2015全国药品流通行业发展规划纲要

#### 10.2.1 指导思想与发展目标

#### 10.2.2 主要任务

#### 10.2.3 主要政策和措施

### 10.3 OTC市场前景趋势分析

#### 10.3.1 我国OTC市场发展空间巨大

#### 10.3.2 2014-2018年中国非处方药市场规模预测分析

#### 10.3.3 新医改下OTC市场面临的机会

#### 10.3.4 OTC市场呈现两大趋势

### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;



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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1401/0575045ELI.html>