

# 中国OTC市场现状动态与发展方向分析报告2021-2026年

产品名称	中国OTC市场现状动态与发展方向分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国OTC市场现状动态与发展方向分析报告2021-2026年【报告编号】：326334【出版时间】：2021年2月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递  
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/326334.html>  
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】第1章：OTC行业概念界定及发展环境剖析1.1 OTC概念界定1.1.1 OTC概念界定及产品特性（1）定义（2）特性1.1.2 处方药和非处方药的区别1.1.3 OTC产品分类1.1.4 行业所属的国民经济分类1.1.5 本报告的数据来源及统计标准说明1.2 OTC业政策环境分析1.2.1 行业监管体系及机构介绍1.2.2 行业管理体制1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读（1）医药行业相关政策动向（2）OTC行业发展相关政策及规划汇总1.2.4 政策环境对OTC行业发展的影响分析1.3 OTC行业经济环境分析1.3.1 宏观经济发展现状1.3.2 宏观经济发展展望（1）主要经济指标预测（2）新型冠状病毒疫情影响1.3.3 中国居民收入与支出水平（1）居民可支配收入（2）居民人均消费支出水平1.3.4 宏观经济环境对行业发展的影响1.4 OTC行业社会环境分析1.4.1 中国人口规模及环境（1）人口数量规模（2）人口结构变化1.4.2 中国城镇化水平变化1.4.3 中国居民消费支出结构及历史演变1.4.4 中国人口健康状况（1）健康状况（2）疾病状况1.4.5 中国居民医疗保健水平（1）全国卫生总费用（2）卫生费用结构分布（3）人均卫生费用（4）城乡居民医疗保健支出分析1.4.6 社会环境对行业发展的影响分析1.5 OTC行业技术环境分析1.5.1 中国医药研发投入1.5.2 中国医药研发现状1.5.3 中国药品注册受理情况1.5.4 中国药品注册批准情况1.5.5 中国药品审批进展情况1.5.6 OTC新药上市情况1.5.7 技术环境变化对行业发展带来的深刻影响分析1.6 OTC行业发展机遇与挑战第2章：全球OTC行业发展趋势前景及经验借鉴2.1 全球OTC行业发展现状分析2.1.1 全球OTC行业发展现状2.1.2 全球OTC市场规模分析2.1.3 全球OTC市场需求分析2.1.4 全球主要国家的OTC药物政策（1）有关OTC药物的销售使用（2）有关OTC药物的广告宣传、标识等（3）有关OTC药物转换的规定2.1.5 全球OTC药物管理模式分析2.2 全球OTC市场竞争格局分析2.2.1 全球OTC行业企业竞争格局2.2.2 全球OTC行业区域发展格局及代表性区域发展现状2.2.3 全球OTC行业投资兼并与重组整合分析2.2.4 跨国

公司在中国的竞争策略分析（1）兼并与扩张策略（2）品牌塑造策略（3）行销与渠道策略（4）研发与创新1）赛诺菲：全球领先疫苗供应商2）拜耳：糖尿病领域的领先者3）罗氏：与国内科研机构合作2.3 全球OTC代表性企业案例及其在华投资布局分析2.3.1

辉瑞公司（1）企业简介（2）企业经营业绩（3）企业在华产品结构概况2.3.2

葛兰素史克公司（1）企业简介（2）企业经营业绩（3）企业在华产品结构概况2.3.3

诺华公司（1）企业简介（2）企业经营业绩（3）企业在华产品结构概况2.3.4 勃林格殷格翰（Boehringer Ingelheim）（1）企业发展概况（2）企业在华销售网络分析（3）企业在华产品结构分析（4）企业经营情况分析（5）上海勃林格殷格翰药业有限公司经营情况分析2.3.5 罗氏（Roche Holding Ltd.）（1）企业发展概况（2）企业在华销售网络分析（3）企业在华产品结构分析（4）企业经营情况分析（5）上海罗氏制药有限公司经营情况分析2.3.6

阿斯利康公司（1）企业简介（2）企业经营业绩（3）企业在华投资布局2.4

全球OTC行业发展前景预测第3章：中国OTC行业发展现状分析3.1 中国医药行业发展现状3.1.1

中国医药行业发展特点3.1.2 中国医药行业市场供给（1）企业数量（2）产品产量3.1.3

中国医药行业市场需求3.2 中国OTC行业发展历程及发展特点分析3.2.1 发展历程3.2.2

发展特点（1）行业技术研发高投入（2）行业竞争进一步加剧（3）行业线上销售渠道加速布局3.3

中国OTC行业市场供给及需求现状分析3.3.1

中国OTC参与者类型及数量规模（1）OTC行业制药企业分析（2）OTC行业销售端参与者3.3.2

中国OTC市场供给研究3.3.3 中国OTC市场需求研究3.3.4 中国OTC行业进出口统计（1）中国OTC进出口概况（2）中国OTC行业进口统计（3）中国OTC行业出口统计3.3.5 中国OTC行业供需平衡现状3.3.6

中国OTC价格水平分析3.4 中国OTC行业经营效益分析3.5

中国OTC行业发展痛点分析第4章：中国OTC行业竞争状态及市场格局分析4.1

OTC行业波特五力模型分析4.1.1 现有竞争者之间的竞争4.1.2 关键要素的供应商议价能力分析4.1.3

行业潜在进入者分析4.1.4 替代品风险分析4.1.5 竞争情况总结4.2 OTC行业投资、兼并与重组分析4.2.1

行业投融资现状4.2.2 行业兼并与重组4.3 中国OTC市场销售品种及品类结构4.4 中国OTC区域发展格局4.5

中国OTC企业/品牌竞争格局4.5.1 行业总体品牌竞争分析4.5.2 行业流通领域企业竞争分析4.5.3

行业销售电商平台竞争分析4.6

中国OTC市场集中度分析第5章：中国OTC行业产业链全景预览及上游市场发展解析5.1

OTC行业产业链全景预览5.2 中国化学原料药市场5.2.1 化学原料药市场概况5.2.2 化学原料药市场供给5.2.3

化学原料药市场格局5.2.4 化学原料药市场价格走势5.3 中国中药饮片市场5.3.1 中药饮片市场概况5.3.2

中药饮片市场规模5.3.3 中药饮片市场格局（1）中药饮片产品格局（2）中药饮片销售结构占比5.3.4

中药饮片市场价格走势第6章：中国OTC细分产品市场需求潜力分析6.1 感冒药6.1.1

感冒药定义及分类6.1.2 感冒药市场供给分析6.1.3 感冒药市场需求分析（1）消费特征（2）市场规模6.1.4

感冒药产品分布结构6.1.5 感冒药品牌竞争格局（1）化学类（2）中药类6.1.6 感冒药市场前景预判6.2

解热镇痛药6.2.1 解热镇痛药定义及分类6.2.2 解热镇痛药市场供给分析6.2.3 解热镇痛药市场需求分析6.2.4

解热镇痛药产品分布结构6.2.5 解热镇痛药品牌竞争格局6.2.6 解热镇痛药市场前景预判6.3 胃肠用药6.3.1

胃肠用药定义及分类6.3.2 胃肠用药市场供给分析6.3.3 胃肠用药市场需求分析6.3.4

胃肠用药产品分布结构6.3.5 胃肠用药品牌竞争格局（1）化学类（2）中药类6.3.6

胃肠用药市场前景预判6.4 皮肤用药6.4.1 皮肤用药定义及分类6.4.2 皮肤用药市场供给分析6.4.3

皮肤用药市场需求分析6.4.4 皮肤用药产品分布结构6.4.5

皮肤用药品牌竞争格局（1）化学药竞争格局（2）中成药竞争格局6.4.6 皮肤用药市场前景预判6.5

五官科用药6.5.1 五官科用药定义及分类6.5.2 五官科用药市场供给分析6.5.3 五官科用药市场需求分析6.5.4

五官科用药产品分布结构6.5.5 五官科用药品牌竞争格局（1）化学药竞争格局（2）中成药竞争格局6.5.6

五官科用药市场前景预判6.6 妇科用药6.6.1 妇科用药定义及分类6.6.2 妇科用药市场供给分析6.6.3

妇科用药市场需求分析6.6.4 妇科用药产品分布结构6.6.5

妇科用药品牌竞争格局（1）化学药竞争格局（2）中成药竞争格局6.6.6 妇科用药市场前景预判6.7

止咳化痰用药6.7.1 止咳化痰用药定义及分类6.7.2 止咳化痰用药市场供给分析6.7.3

止咳化痰用药市场需求分析6.7.4 止咳化痰用药产品分布结构6.7.5

止咳化痰用药品牌竞争格局（1）化学药竞争格局（2）中成药竞争格局6.7.6

止咳化痰用药市场前景预判第7章：OTC下游销售渠道市场需求潜力分析7.1

OTC不同销售渠道发展对比7.2 线下销售渠道的OTC销售情况7.2.1 医院7.2.2 药店7.2.3

第三终端（社区卫生服务中心(站)、乡镇卫生院、诊所）7.3 线上渠道的OTC销售情况7.3.1 中国医药电商

行业发展现状分析 (1) 中国医药电商行业销售规模 (2) 中国医药电商行业销售品类 (3) OTC在电商渠道销售规模分析7.3.2 OTC行业流通企业O2O模式探索 (1) 消费者痛点与医药O2O价值 (2) 当前医药行业主流O2O模式剖析 (3) 医药企业O2O布局战略规划第8章：中国OTC供应链代表性企业案例分析8.1 中国OTC供应链代表性企业案例分析8.1.1 修正药业集团股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析8.1.2 哈药集团有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业销售网络分析 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业发展战略分析 (7) 下属哈药集团医药有限公司分析8.1.3 华润三九医药股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络分析 (4) 企业研发能力分析 (5) 企业OTC药业务分析 (6) 企业发展优劣势分析8.1.4 江中药业股份有限公司 (1) 企业发展概况 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业OTC产品分析 (5) 企业经营情况优劣势分析8.1.5 云南白药集团股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业主要销售区域 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 下属云南省医药有限公司分析8.1.6 浙江康恩贝制药股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业OTC产品分析 (5) 企业经营情况优劣势分析8.1.7 扬子江药业集团有限公司 (1) 企业总体发展概况 (2) 企业总体经营情况 (3) 企业产品定位与市场定位 (4) 企业市场分布区域情况 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业zui新发展动向8.1.8 广东太安堂药业股份有限公司 (1) 企业总体发展概况 (2) 企业产品定位与市场定位 (3) 企业市场分布区域情况 (4) 企业总体经营情况 (5) 企业经营优劣势分析8.1.9 天士力医药集团股份有限公司 (1) 企业总体发展概况 (2) 企业总体经营情况 (3) 企业产品定位与市场定位 (4) 企业市场分布区域情况 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业zui新发展动向8.1.10 仁和药业股份有限公司 (1) 企业发展概况 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业OTC产品分析 (4) 企业经营情况优劣势分析 (5) 企业投资兼并与重组分析8.1.11 贵州益佰制药股份有限公司 (1) 企业总体发展概况 (2) 企业总体经营情况 (3) 企业产品定位与市场定位 (4) 企业市场分布区域情况 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业zui新发展动向8.1.12 北京同仁堂股份有限公司经营分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业主要客户与供货商 (5) 企业组织架构分析 (6) 企业经营优劣势分析 (7) 下属北京同仁堂商业投资集团有限公司分析8.2 OTC药品流通企业案例分析8.2.1 国药集团药业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业主要客户与供货商 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业物流系统建设分析 (7) 下属国药控股大药房有限公司分析8.2.2 国药集团一致药业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营产品结构 (4) 企业门店数量与分布 (5) 企业市场拓展分析 (6) 企业定位与服务对象 (7) 企业经营优劣势分析8.2.3 上海医药集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业主要客户与供货商 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业渠道分析 (7) 企业未来发展方向分析 (8) 下属上海华氏大药房有限公司分析8.2.4 中国海王星辰连锁药店有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业供货商与采购 (4) 企业门店数量与分布 (5) 企业经营情况分析 (6) 企业经营优劣势分析第9章：中国OTC行业投资前景及建议9.1 中国OTC行业投资潜力分析9.1.1 行业投资促进因素分析 (1) 人口老龄化 (2) 国家对中医药行业的政策支持 (3) 全民医保带来需求扩容 (4) 我国深厚的中医药理论和文化底蕴9.1.2 行业投资制约因素分析 (1) 行业集中度低 (2) 自主研发与创新能力薄弱9.2 OTC发展前景预测9.2.1 行业市场容量预测9.2.2 行业发展趋势预测 (1) 药店成为OTC药物的重要销售途径 (2) OTC药物营销化 (3) 药物销售电商化9.3 OTC投资壁垒分析9.3.1 政策准入壁垒9.3.2 资金、技术、人才壁垒9.3.3 品牌壁垒9.3.4 营销网络壁垒9.4 OTC投资机会与投资建议9.4.1 行业投资机会分析9.4.2 行业投资发展建议 (1) OTC连锁终端快速扩张 (2) OTC企业营销模式的转型 (3) 营销培训的必要性图表目录图表1：非处方药特点分析图表2：处方药和非处方药的区别图表3：OTC产品分类图表4：OTC行业所属的国民经济分类图表5：本报告的主要数据来源说明图表6：我国医药行业监管部门图表7：OTC行业主要监管制度图表8：2017-2020年医药行业主要相关政策图表9：2005-2020年OTC行业发展政策汇总图表10：2011-2020年中国国内生产总值及其增长速度 (单位：万亿元，%) 图表11：2020年主要经济指标增长预测 (单位：%) 图表12：疫情对中国经济影响 (2020年GDP增速) 的三种可能性 (单位：%) 图表13：2013-2020年中国居民人均可支配收入及增长速度 (单位：元，%) 图表14：2014-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图 (单位：元，%) 图表15：2014-2020年中国居民人均消费支出 (单位：元) 图表16：2014-2020年中国居民人均消费支出额 (单位：元) 图表17：2009-2020年中国人口数量趋势图 (单位：万人，%) 图表18：2011-2020年我国城乡人口比重情况 (单位：%) 图表19：2012-2020年中国65周岁及以上人口数量

(单位：万人) 图表20：2011-2020年中国城镇化水平变化(单位：万人，%) 图表21：2014-2020年中国居民消费结构情况(单位：元) 图表22：2020年中国居民人均消费支出结构(单位：%) 图表23：城市常见疾病发生状况(单位：%) 图表24：城市主要疾病状况(单位：%) 图表25：2011-2019年中国卫生总费用趋势图(单位：亿元，%) 图表26：2000-2019年中国卫生总费用构成(按支出来源)(单位：亿元) 图表27：2011-2019年中国居民人均卫生费用变化情况(单位：元，%) 图表28：2015-2020年城乡居民人均医疗保健支出(单位：元) 图表29：2015-2020年中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例(单位：%) 图表30：社会环境影响分析 图表31：2015-2020年我国A股医药企业(266家)研发投入情况分析(单位：亿元，%) 图表32：2020年中国药品研发综合实力TOP10 图表33：2016-2020年中国各类药品注册申请受理情况(单位：件) 图表34：2016-2020年中国各类药品注册申请评审完成情况(单位：件) 图表35：2016-2020年中国各类注册申请评审完成情况(单位：件) 图表36：2020年我国最新OTC药品批准种类 图表37：2020年我国处方药转为非处方药物名录 图表38：中国OTC行业发展机遇与挑战分析 图表39：2014-2020年全球OTC市场规模(单位：亿美元，%) 图表40：部分国家药品分类情况 图表41：欧洲部分国家对非处方药的管理和控制 图表42：药品分类表 图表43：2020年世界OTC企业排名TOP10(单位：%) 图表44：2019年世界各地OTC市场份额和增速变化(单位：%) 图表45：近年全球OTC药物行业并购 图表46：辉瑞制药(Pfizer)基本信息表 图表47：2014-2020财年辉瑞公司经营情况(单位：亿美元) 图表48：2016-2020年辉瑞公司(Pfizer)在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表49：葛兰素史克(Glaxo Smith Kline)基本信息表 图表50：2011-2020财年葛兰素史克公司经营情况(单位：亿英镑) 图表51：2016-2020年葛兰素史克(Glaxo Smith Kline)在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表52：诺华公司(Novartis AG)基本信息表 图表53：2017-2020年诺华公司主要经济指标(单位：亿美元) 图表54：2016-2020年诺华公司(Novartis AG)在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表55：勃林格殷格翰(Boehringer Ingelheim)基本信息表 图表56：2020年勃林格殷格翰(Boehringer Ingelheim)在华样本医院销售金额按省市分布(单位：%) 图表57：2016-2020年勃林格殷格翰(Boehringer Ingelheim)在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表58：2015-2019年勃林格殷格翰(Boehringer Ingelheim)主要经济指标(单位：亿欧元) 图表59：上海勃林格殷格翰药业有限公司基本信息表 图表60：2016-2018年上海勃林格殷格翰药业有限公司经营情况分析(单位：百万元) 图表61：罗氏(Roche Holding Ltd.)基本信息表 图表62：2020年罗氏(Roche Holding Ltd.)在华样本医院销售金额按省市分布(单位：%) 图表63：2016-2020年罗氏公司在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表64：2017-2019年瑞士罗氏公司经营情况(单位：百万瑞士法郎) 图表65：上海罗氏制药有限公司基本信息表 图表66：2016-2018年上海罗氏制药有限公司经营情况分析(单位：百万元) 图表67：阿斯利康(AstraZeneca)基本信息表 图表68：2017-2020年阿斯利康公司主要经济指标(单位：亿美元) 图表69：2016-2020年阿斯利康(AstraZeneca)在华样本医院销售金额细分产品情况(单位：亿元) 图表70：2021-2026年全球OTC市场规模(单位：亿美元) 图表71：2012-2019年中国医药行业规模以上企业数量变化情况(单位：家，%) 图表72：2017-2020年中国医药行业产品产量(单位：万吨) 图表73：2016-2020年中国医药制造行业规模以上工业企业营业收入及增长率变化趋势图(单位：亿元，%) 图表74：中国OTC行业发展历程示意图 图表75：2012-2020年中国零售药店总数及其增长(单位：万家，%) 图表76：2012-2020年中国医疗机构数量变化趋势图(单位：万家，%) 图表77：2018-2019年中国医疗机构结构(按种类)(单位：家) 图表78：2019年中国医疗机构结构(按种类)(单位：%) 图表79：截至2020年4月2日中国非处方药品种类分析(单位：种) 图表80：2015-2020年中国OTC市场规模及增速分析(单位：亿元，%) 图表81：2015-2020年中国医药品进出口总额及贸易逆差分析(单位：亿美元) 图表82：2015-2020年中国医药品进口数量及增速分析(单位：万吨，%) 图表83：2015-2020年中国医药品进口金额及增速分析(单位：亿美元，%) 图表84：2020-2020年中国医药品进口均价分析(单位：美元/吨) 图表85：2015-2020年中国医药品出口数量及增速分析(单位：万吨，%) 图表86：2015-2020年中国医药品出口金额及增速分析(单位：亿美元，%) 图表87：2020-2020年中国医药品出口均价分析(单位：美元/吨) 图表88：非处方药企业定价需考虑因素分析 图表89：我国主要非处方感冒药价格一览 图表90：2011-2019年中国非处方药对药店销售额和利润贡献率分析(单位：%) 图表91：中国OTC行业发展痛点分析 图表92：OTC行业现有企业的竞争分析表 图表93：中国OTC行业五力竞争综合分析 图表94：2019-2020年OTC行业主要投融资事件一览 图表95：OTC行业主要兼并重组事件一览 图表96：中国OTC市场主要销售品种分类 图表97：2018-2020年中国OTC市场销售品类结构分布(单位：%) 图表98：IQVIA监测的41个核心城市名单 图表99：2020年中国OTC行业区域分布情况(单位：%) 图表100：2020年度中国OTC生产企业TOP10 图表101：2019年全国药品流通行业市场竞争格局(单位：%) 图表102：我国代表性OTC销售电商平台分析 图表103：2020年

中国本土企业和跨国企业OTC市场份额分析（单位：%）图表104：2020年中国非处方药和保健品集团TOP市场占有率分析（单位：%）图表105：医药行业产业链图表106：2012-2020年我国化学药品原药产量变化情况（单位：万吨，%）图表107：2014-2019年各省级行政区域化学药品原料药产量排名（单位：万吨）图表108：2005-2020年中国原料药价格走势图表109：2016-2020年中国中药饮片行业主营业务收入走势（单位：亿元）图表110：2020年中国中药饮片加工行业主要产品市场份额（单位：%）图表111：中国中药饮片主要消费市场占比情况（单位：%）图表112：2014-2020年康美中国中药材价格总指数图表113：感冒药分类图表114：代表性感冒药市场品牌产品图表115：感冒药市场消费特征图表116：2015-2020年中国OTC感冒药市场规模分析（单位：亿元，%）图表117：2020年前三季度感冒药市场产品结构分布（仅中成药类）（单位：%）图表118：2020年度中国非处方感冒药品牌TOP5（化学类）图表119：2020年度中国非处方感冒咳嗽类品牌TOP10（中药类）图表120：2020年度中国非处方感冒暑湿类品牌TOP10（中药类）