

中国非处方药（OTC）市场发展现状及前景形势分析报告2023-2028年

产品名称	中国非处方药（OTC）市场发展现状及前景形势分析报告2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
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

中国非处方药（OTC）市场发展现状及前景形势分析报告2023-2028年【报告编号】：390764【出版时间】：2023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
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第一章 非处方药（OTC）相关概述 19第一节 OTC简介 19一、OTC的定义 19二、OTC的特点 19三、OTC类药品主要种类 20四、非处方药和处方药的区别 20第二节 OTC药发展概述 21一、OTC类药品发展概述 21二、国家审批OTC药品的主要原则 22三、非处方药的市场特点 22四、非处方药市场的培育形成 24第二章 2020-2022年中国医药行业发展形势分析 26第一节 2020-2022年中国医药行业发展概述 26一、中国医药产业发展概述 26二、中国医药行业发展取得的成就 27三、中医药产业将得到重点扶持 29四、国家政策助推医药产业升级 31五、中国继续推进医药的创新研发 33第二节 2020-2022年中国医药行业发展情况分析 34一、2022年中国医药行业投资情况分析 34二、2022年中国医药行业产销状况分析 35三、2020-2022年中国医药生产情况分析 40四、2022年中国医药行业进出口情况分析 43五、2022年中国医药行业运行情况分析 44第三节 2020-2022年中国医药行业运营情况分析 50一、2022年中国医药行业发展概述 50二、2022年中国医药行业细分市场分析 53三、2020-2022年医药行业销售收入分析 56四、2020-2022年医药行业利润总额分析 57五、2020-2022年医药行业盈利能力分析 57第四节 2022年相关政策对医药行业发展的影响分析 58一、新版GMP规范药品生产质量 58二、新版医保药品目录对医药行业的影响 59三、新医改对中国医药零售行业的影响 63四、基本药物制度掀起医药行业新竞争 64五、新医改提升中国医药产业竞争力 66六、新医改对医药市场的影响分析 68第五节 2020-2022年中国医药行业存在的难题 71一、中国医药行业存在的主要问题及对策 71二、中国中药产业国际化面临的问题与战略 75三、国内中小医药企业融资难问题和融资策略 81第三章 2022年中国OTC药品行业运行环境分析 87第一节 2022年中国宏观经济环境分析 87一、2022年中国GDP增长情况分析 87二、2022年中国工业经济发展形势分析 88三、2022年中国全社会固定资产投资分析 91四、2022年中国社会消费品零售总额分析 92五、2022年中国城乡居民收入与消费分析 93六、2022年中国对外贸易发展形势分析

96七、2022年中国宏观经济运行情况分析 96第二节 2022年中国OTC行业政策环境分析
100一、医药行业相关监管部门及其职能 100二、2020-2022年中国医药流通监管政策
101三、国家发改委进一步规范药品定价机制 102四、处方药与非处方药分类管理办法（试行）
106五、处方药与非处方药流通管理暂行规定 107六、《药品生产质量管理规范（2022年修订）》
110第三节 2022年中国OTC行业社会环境分析 112一、人口环境分析 112二、教育环境分析
115三、文化环境分析 117四、生态环境分析 117第四节 2022年中国OTC行业技术环境分析 121第四章
2020-2022年中国OTC药品市场运行动态分析 123第一节 2020-2022年中国OTC市场发展概况
123一、中国OTC市场产品格局 123二、中国OTC市场发展特征 123三、中国非处方药市场发展现状
124四、2022年OTC重点企业销售情况 125五、促进中国OTC市场快速发展因素 128第二节
2020-2022年中国OTC市场发展存在的问题 128一、中国OTC市场存在的渠道问题
128二、农村OTC药品市场发展存在的问题 129三、OTC市场的“潜规则”问题探析
129四、中国OTC市场经营亟待规范 131第三节 2020-2022年中国OTC市场发展策略
132一、中国OTC市场发展对策 132二、医药企业应把握机遇进军OTC市场
132三、开拓OTC市场人才与资金运用策略 134四、农村OTC药品市场发展的对策
135五、OTC产品医院推广策略分析 136第五章 2022年中国OTC行业市场运行新动态研究 139第一节
2022年非处方药市场特点及与处方药市场的比较 139一、政策法规方面 139二、研发系统方面
140三、市场结构和竞争策略 141第二节 2022年中国OTC市场竞争分析 143一、OTC市场竞争格局
143二、外资药企布局中国OTC市场分析 143三、外资OTC医药招标状况分析
144四、保健企业纷纷试水中国OTC市场 146五、中国OTC市场竞争策略分析 146第三节
2022年中国OTC产品包装分析 147一、中国OTC药品包装设计现状 147二、开发OTC包装广告功能的要素
149三、新需求推进OTC药包装革新 150四、OTC药品包装成为市场竞争的盲区
151五、OTC药盒包装设计发展方向浅析 151第六章 2020-2022年中国感冒用药市场运行局势研究
154第一节 2020-2022年中国感冒药市场发展概况 154一、中国感冒药市场将快速增长
154二、中国维C银翘片市场发展分析 154三、中国感冒药市场品牌竞争分析
155四、影响感冒药购买行为的因素分析 156五、限售令政策对感冒药市场的影响分析 156第二节
2020-2022年中国感冒药市场分析 157一、受甲流影响药材板蓝根市场走俏
157二、感冒药市场大半为外资品牌占据 158三、2022年中国感冒药市场规模分析
159四、2020-2022年中国板蓝根市场分析 159五、感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析 160第三节
2020-2022年中国部分地区感冒药市场 162一、上海感冒用药零售市场分析
162二、太原感冒药零售市场特点分析 162三、广州感冒药零售市场竞争分析 163第四节
2020-2022年中国感冒药市场存在的问题及发展对策 163一、感冒药市场存在的问题及建议
163二、感冒药市场不宜过度细分 165三、中西结合感冒药渐成市场发展方向 167第七章
2020-2022年中国维生素行业市场动态透析 168第一节 中国维生素市场发展概况 168一、维生素的概述
168二、全球维生素市场应用及竞争格局 168三、中国维生素生产与消费情况分析
168四、复合维生素在零售市场占有重要地位 169五、中国复合维生素产品市场发展现状 170第二节
2018-2022年中国维生素类产品出口分析 171一、2021年维生素类产品出口情况分析
171二、2021年中国维生素类产品出口情况 173三、2022年中国维生素出口情况分析 174第三节
2020-2022年维生素细分品种市场分析 175一、中国维生素A市场现状分析
175二、中国B族维生素生产发展现状 176三、维生素B1市场发展前景看好
177四、维生素B2市场景气价格上涨 177五、2022年中国维生素D3市场分析
178六、2022年中国维生素C市场分析 179七、2022年中国维生素E发展分析 180八、维生素K3
市场前景预测分析 180第四节 中国维生素市场趋势及发展前景分析 181一、未来维生素行业发展趋势分析
181二、中国维生素市场发展潜力巨大 181三、维生素保健品市场前景看好 182第八章
2020-2022年中国其它OTC药品细分市场分析 183第一节 胃肠道用药 183一、肠胃药市场概述
183二、肠胃药市场特点分析 184三、胃肠药重点品种品牌分析 185四、胃肠药市场营销策略分析
186第二节 皮肤用药 188一、皮肤用药市场及品牌概况 188二、中国皮肤病用药市场分析
190三、皮肤药主要品种市场竞争格局 191四、皮肤瘙痒类用药品牌调查分析
192五、皮肤用药未来市场前景分析 194第三节 五官用药 194一、鼻炎药物零售市场分析
194二、2022年咽喉用药市场概况 196三、咽喉用药品牌及市场策略 198四、中国滴眼液市场发展概述
200五、国内滴眼液市场存在隐患 201六、滴眼液市场发展策略分析 202第四节 解热镇痛药
203一、中国解热镇痛药生产发展概述 203二、2022年中国镇痛药市场规模分析

204三、中国止痛类非处方药认知度分析 204四、解热镇痛药市场发展存在的问题
205五、中国解热镇痛药市场发展对策 207第五节 钙制剂 208一、中国钙制剂市场概况
208二、主要钙制剂品牌分析 210三、钙制剂市场品牌的竞争局势 211四、钙制剂产品零售情况调查分析
212第六节 心脑血管药 214一、世界心血管药市场前景分析 214二、中国心脑血管疾病用药持续增长
215三、2022年中国心脑血管市场规模 215四、中国心血管药市场品牌竞争分析
216五、中国调血脂药物市场发展分析 217第七节 妇科用药 217一、妇科用药市场发展状况分析
217二、妇科炎症用药零售市场快速发展 219三、成都妇科用药市场发展格局分析 220第八节 抗过敏药
221一、中国抗过敏药品市场发展分析 221二、外国品牌占据抗过敏药市场优势
223三、挖掘抗过敏药的多元化空间 224第九章 2022年中国OTC市场营销策略及消费者深度调研
226第一节 OTC市场营销概况 226一、非处方药市场的营销特征 226二、OTC药品DTC推广模式
226三、中国OTC营销渠道的主要模式分析 228四、新医改下OTC市场营销面临的机会
230五、中国OTC经典营销案例分析 231六、OTC药品营销发展要点与方向 238第二节
OTC市场营销之消费者分析 241一、OTC产品消费特征 241二、中国OTC市场消费者行为模式分析
241三、消费者选择OTC药品影响因素分析 242四、城乡OTC市场消费情况比较分析
244五、中国OTC消费者决策过程 246六、OTC消费者购买过程分析
247七、OTC消费者保护与品牌建设分析 248第三节 OTC广告营销分析 249一、OTC广告的作用
249二、OTC广告成功的条件 250三、OTC广告营销策略 252四、OTC广告传播八大趋势
254五、OTC市场营销广告与终端的平衡策略 259第四节 OTC品牌营销分析
260一、OTC市场品牌营销概述 260二、OTC品牌建立要点分析 261三、OTC品牌营销面临的问题及误区
263四、OTC品牌营销策略成败的关键因素 264五、OTC品牌营销策略实施准则
265六、OTC品牌产品市场终端维价策略 267第五节 OTC市场营销策略
268一、OTC市场产品运作营销策略 268二、新医改政策下OTC药品营销策略分析
270三、适应市场变化的非处方药营销策略 271四、OTC产品终端营销策略
273五、OTC新产品选经销商遵循的原则 275六、OTC市场营销主要渠道分析
276七、后促销时代的OTC市场运作策略分析 277第十章 2020-2022年中国医药零售市场发展分析
280第一节 2022年中国医药零售行业发展分析 280一、美国药品零售业现状与经营特色
280二、中国药品零售业发展沿革 283三、医药商业流通及产业链分析
284四、中国药品零售业发展现状分析 285五、网上药店发展现状与经营模式
287六、国内药品零售发展中存在的问题 289第二节 2022年中国医药零售及药店经营分析
290一、2022年中国药品零售市场规模分析 290二、2022年中国药店**销售规模分析
291三、2022年药店**集中度变化情况 296四、2022年中国**药店门店规模分析
296五、2022年中国药店企业经营产品分析 300六、2022年中国**药店运营效率情况
314七、2022年中国药店单店经营情况分析 322第三节 2020-2022年新医改下医药零售行业分析
328一、新医改下药品零售业发展形势探析 328二、新医改下单体及小型连锁药店发展状况
329三、新医改下医药零售业直供模式发展分析 330四、新医改下医药零售集中度升级路径选择
332五、应对新医改药品零售行业发展对策分析 334第四节 2020-2022年中国医药零售连锁行业发展分析
335一、中国医药零售连锁经营模式现状 335二、零售连锁药店经营模式加速转型
337三、连锁药店欲抢占网上医药市场 338四、国内制药企业加速抄底连锁药店
341五、中国连锁药店赢利模式发展方向 341六、医药零售连锁企业发展策略分析 344第五节
2020-2022年中国医药零售市场竞争态势分析 345一、中国区域药品零售市场竞争形势分析
345二、中国药品零售业掀起新一轮价格战 348三、中国药品零售业的“竞争五力”解析
351四、中国药品零售业新进入者及竞争分析 352五、新医药竞争环境下药品零售竞争策略 353第六节
2020-2022年中国医药零售业联盟发展分析 360一、中国医药零售行业联盟的发展阶段
360二、中国药品零售联盟发展模式创新 361三、医药零售业联盟的发展意义分析
362四、医药零售采购联盟及其趋势特点 364五、中国药店联盟的发展趋势分析 366第七节
2020-2022年中国医药零售市场发展策略及建议 367一、中国医药零售业发展的策略分析
367二、医药零售经营战略模式创新发展 370三、中国医药零售市场发展潜力较大 372第十一章
2020-2022年中国OTC药品重点生产企业竞争性分析 373第一节 修正药业集团股份有限公司
373一、公司基本情况 373二、2022年企业主要经济指标 373三、2022年企业偿债能力分析
374四、2022年企业盈利能力分析 374五、2022年企业运营能力分析 374六、2022年企业成本费用分析
375第二节 西安杨森制药有限公司 376一、公司基本情况 376二、2022年企业主要经济指标

376三、2022年企业偿债能力分析 376四、2022年企业盈利能力分析 377五、2022年企业运营能力分析
378六、2022年企业成本费用分析 378第三节 中美天津史克制药有限公司 379一、公司基本情况
379二、2022年企业主要经济指标 380三、2022年企业偿债能力分析 380四、2022年企业盈利能力分析
381五、2022年企业运营能力分析 382六、2022年企业成本费用分析 382第四节 北京同仁堂股份有限公司
383一、企业基本情况 383二、2022年企业经营情况分析 384三、2022年企业经济指标分析
386四、2022年企业盈利能力分析 386五、2022年企业偿债能力分析 387六、2022年企业运营能力分析
387七、2022年企业成本费用分析 388八、企业发展战略及未来展望 388第五节 哈药集团股份有限公司
389一、企业基本情况 389二、企业经营优势分析 390三、2022年企业经营情况分析
391四、2022年企业经济指标分析 394五、2022年企业盈利能力分析 394六、2022年企业偿债能力分析
395七、2022年企业运营能力分析 395八、2022年企业成本费用分析 395九、企业发展战略及未来展望
396第六节 哈药集团三精制药股份有限公司 397一、企业基本情况 397二、2022年企业经营情况分析
398三、2022年企业经济指标分析 401四、2022年企业盈利能力分析 402五、2022年企业偿债能力分析
402六、2022年企业运营能力分析 402七、2022年企业成本费用分析 403八、企业发展战略及未来展望
403第七节 云南白药集团股份有限公司 405一、企业基本情况 405二、2022年企业经营情况分析
406三、2022年企业经济指标分析 407四、2022年企业盈利能力分析 408五、2022年企业偿债能力分析
408六、2022年企业运营能力分析 409七、2022年企业成本费用分析 409八、企业发展战略及未来展望
409第八节 华润三九医药股份有限公司 410一、企业基本情况 410二、2022年企业经营情况分析
410三、2022年企业经济指标分析 412四、2022年企业盈利能力分析 413五、2022年企业偿债能力分析
413六、2022年企业运营能力分析 414七、2022年企业成本费用分析 414八、企业发展战略及未来展望
414第九节 广州药业股份有限公司 416一、企业基本情况 416二、2022年企业经营情况分析
416三、2022年企业经济指标分析 420四、2022年企业盈利能力分析 420五、2022年企业偿债能力分析
420六、2022年企业运营能力分析 421七、2022年企业成本费用分析 421八、企业发展战略及未来展望
422第十节 浙江康恩贝制药股份有限公司 423一、企业基本情况 423二、2022年企业经营情况分析
424三、2022年企业经济指标分析 425四、2022年企业盈利能力分析 426五、2022年企业偿债能力分析
426六、2022年企业运营能力分析 427七、2022年企业成本费用分析 427八、企业发展战略及未来展望
428第十一节 江中药业股份有限公司 429一、企业基本情况 429二、2022年企业经营情况分析
429三、2022年企业经济指标分析 430四、2022年企业盈利能力分析 431五、2022年企业偿债能力分析
431六、2022年企业运营能力分析 432七、2022年企业成本费用分析 432八、企业发展战略及未来展望
433第十二节 山东东阿阿胶股份有限公司 433一、企业基本情况 433二、2022年企业经营情况分析
433三、2022年企业经济指标分析 435四、2022年企业盈利能力分析 435五、2022年企业偿债能力分析
436六、2022年企业运营能力分析 436七、2022年企业成本费用分析 437八、企业发展战略及未来展望
437第十二章 2023-2028年中国OTC药品市场前景分析 439第一节 2023-2028年中国医药行业发展前景分析
439一、国内医药行业发展趋势及前景展望 439二、未来推动中国医药市场的因素分析
440三、“十四五”中国医药工业发展展望 440四、2023-2028年中国生物医药产业前景 441第二节
2023-2028年中国OTC市场前景趋势分析 442一、中国OTC市场蕴藏极其巨大的潜力
442二、新医改下中国OTC市场面临的机会 443三、农村市场OTC巨大潜力有待开发
444四、OTC市场发展呈现两大趋势分析 445五、中成药OTC市场发展前景广阔 445第三节
2023-2028年中国OTC药品市场前景预测分析 446一、2023-2028年中国药品零售市场规模预测
446二、2023-2028年中国OTC药品市场规模预测 446图表目录 图表1 OTC药品的市场细分 20 图表2
2022年中国医药行业固定资产投资情况 35 图表3 2022年中国医药行业工业总产值情况 36 图表4
2022年中国医药行业增加值增速情况 37 图表5 2022年中国医药行业新产品产值情况 38 图表6
2022年中国医药行业工业销售产值情况 39 图表7 2022年中国中西药品零售总额情况 40 图表8
2020-2022年中国化学原料药产量情况 41 图表9 2018-2022年中国化学药品原药产量趋势图 41 图表10
2017-2022年中国中成药产量情况 42 图表11 2018-2022年中国中成药产量增长趋势图 43 图表12
2022年中国医药行业出口交货值情况 44 图表13 2022年中国医药行业固定资产投资情况 45 图表14
2022年中国医药行业工业总产值情况 46 图表15 2022年中国医药行业增加值增速情况 46 图表16
2022年中国医药行业工业销售产值情况 47 图表17 2022年中国中西药品零售总额情况 47 图表18
2022年中国医药行业出口交货值情况 49 图表19 2022年全国及医药行业工业生产者出厂价格指数情况
50 图表20 2022年中西药品及医疗保健用品零售价格指数情况 50 图表21
2022年中国医药制造行业经济指标统计 51 图表22 2022年中国医药制造行业前5省区企业数量排名
52 图表23 2022年中国医药制造行业前5省总资产排名 52 图表24

2022年中国医药制造行业前5省区销售规模排名 53图表 25 2022年中国医药制造行业前5省区利润排名 53图表 26 2018-2022年中国医药行业及细分子行业销售收入统计 54图表 27
2018-2022年中国医药行业及细分子行业销售收入增长速度 54图表 28
2022年中国医药细分子行业销售收入占比 54图表 29
2018-2022年中国医药行业及细分子行业利润总额统计 55图表 30
2018-2022年中国医药行业及细分子行业利润总额增长速度 55图表 31
2022年中国医药细分子行业利润总额占比 55图表 32
2018-2022年中国医药行业及细分子行业销售毛利率统计 56图表 33
2018-2022年中国医药行业及细分子行业销售利润率统计 56图表 34
2013-2022年中国医药行业销售收入增长趋势图 57图表 35
2013-2022年中国医药行业利润总额增长趋势图 57图表 36
2013-2022年中国医药行业销售毛利率变化趋势图 58图表 37
2013-2022年中国医药行业销售利润率变化趋势图 58图表 38
新版《药品目录》中成药和西药品种数量变化情况 62图表 39
新版《药品目录》中成药和西药品种占比变化情况 62图表 40 新医改对医药零售企业的潜在影响分析 63图表 41 2018-2022年中国国内生产总值及增长速度趋势图 87图表 42
1998-2022年中国规模以上工业企业经济指标统计 90图表 43
2013-2022年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 91图表 44
2018-2022年中国全社会固定资产投资增长趋势图 92图表 45
2018-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 93图表 46
2013-2022年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 94图表 47
2013-2022年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 94图表 48
2018-2022年农村居民纯收入及增长情况统计 95图表 49
2013-2022年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 95图表 50 2013-2022年中国进出口总额增长趋势图 96图表 51 中国医药行业相关监管部门及主要职能介绍 100图表 52
2020-2022年中国医药流通业政策汇总 101图表 53 2018-2022年国家发改委对于药品价格的历次调整 103图表 54 新版药品GMP质量管理内容的主要规定 111图表 55 2022年中国人口数及其构成情况 113图表 56 2011-2022年中国人口数量变化趋势图 113图表 57
2013-2022年中国各级各类学校招生人数统计 117图表 58 2011-2022年中国文化事业机构数统计 117图表 59 2018-2022年中国环境污染治理投资情况 118图表 60 2018-2022中国年工业“三废”治理效率 119图表 61 主要OTC细分市场结构归纳 123图表 62 消费者保健医疗行为 124图表 63
OTC市场特征分类 124图表 64 2022年中国OTC重点企业销售排行榜 125图表 65
2022年度非处方药产品（化学药）排名情况统计 126图表 66
2022年度非处方药产品（中成药）排名情况统计 127