

2009-2012年OTC行业发 展前景分析及投资风险预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年OTC行业发展前景分析及投资风险预测报告》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.cction.com/report/200909/26583.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国非处方药销售额保持着11%左右的增长速度，远远高于全球非处方药5.4%的平均增长率。在我国销售的所有非处方药中，维生素、矿物质及食品补充剂占总销售额近四成，约26亿美元；治疗咳嗽、感冒药物及过敏药销售额为20亿美元，位居第二；消化类药物、皮肤科药物以及解热镇痛药均跻身非处方药销售额的前5名。目前，中国非处方药销售额占全国医药市场总份额的10-15%，这与一些发达国家非处方药销售额占全国医药市场30-40%的比例还有很大差距，说明我国在非处方药方面还具有较大的发展空间。我国药品分类管理制度执行力度进一步加强，相关政策环境趋于稳定，消费者对非处方药认知程度提高，品牌建设及创新能力增强将有助于推动我国非处方药市场更快发展。中国的OTC市场具有非常大的潜力，2010年我国将成为世界上最大的药品市场之一，OTC销售额可以达到全药品销售额的30%-40%，到2020年可成为世界最大的药品市场。国家“十一五”规划明确提出要培育若干20亿元以上的大型医药批发企业，而类似老百姓和海王的连锁营业额却已经达到了相当于一个国家拟建立扶持的大型医药批发商业规模。面对巨大的OTC市场蛋糕，全球性跨国公司如杨森、施贵宝、史克、辉瑞已作好抢占我国OTC市场准备，纷纷加大研发力度，加速其在华布局。反观国内大部分医药企业，在管理水平、方法、手段、制度等方面不如发达国家的医药企业，资金不足，设备较为落后，市场开拓能力差，阻碍了新产品的研发，也制约了企业OTC的发展。虽然从国内OTC整体市场看，跨国药企占据约30%的市场份额，国内药企占70%左右，本土OTC团队中并不乏哈药集团、同仁堂这样的大型企业和知名品牌，但更多的却是资金和技术都相对较弱的中小型企业。

目前OTC市场上5万多个品种，亿元品牌不足120个，拥有亿元品牌的医药企业不超过50家。可以说，亿元品牌的拥有数量是评判一个企业是否优秀与卓越的标志——如果企业拥有1个亿元品牌，则可称优秀，成为行业明星，由于普药市场的特性，企业可凭这条“金牛”，获得持续而丰厚的市场回报；如果拥有2个以上的亿元品牌或一个5亿元级品牌，则堪称杰出企业了，对产业发展具有决定性的推动作用。市场现有的亿元级品牌，大多是企业把握住了医药市场初兴时期的先机，在市场竞争环境相对宽松时，先入为主，一崛而起，如马应龙、洁尔阴等。还有就是通过先进的营销理念和营销工具的导入，准确把握市场机会，一举成名的，如达克宁、斯达舒、白加黑、康王洗剂、仲景六味地黄丸、前列康等。随着市场营销环境的变化，打造亿元品牌的资源成本也越来越高，时间周期越来越长。当今的中国医药市场，正面临前所未有的艰难环境，政策管制，尤其是广告管制越来越严厉，市场竞争环境空前恶化，销售通路剧烈变化，营销成本持续上升，市场风险大大增加。现在要从无到有地打造一个亿元级品牌，至少需要持续投入8000万元以上，所需时间3年以上

，且需要有极完善的风险规避机制，尽量提高成功机率，避免血本无归；同时需要认清市场形势，准确把握市场变化，掌握竞争趋势，深刻洞察消费需求，抓住稍纵即逝的市场机会，进行随机应变的战略创新，打造所向披靡的团队执行力，方能有所作为。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国医药商业协会、国家食品药品监督管理局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、《中国药店》、《中国药业情报》、国内外相关报刊杂志的基础信息、医药行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国OTC药品市场的发展状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了OTC市场的发展前景、中国医药生产及流通企业的市场策略，综合了感冒咳嗽类、消化系统类、镇痛类、皮肤用药类以及保健品等OTC大类产品的市场分析。报告还对OTC市场风险进行了预测，为OTC药品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在医药行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国OTC行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 我国OTC行业发展现状

第一节 全国OTC用药分析

一、2008年OTC用药规模分析

二、2009年OTC用药变化趋势

第二节 OTC市场发展现状分析

一、2008年我国OTC市场发展现状

二、2009年我国OTC市场发展分析

第三节 OTC市场需求分析

一、OTC消费者的需求分析

二、OTC市场需求分析

第四节 农村OTC药品市场发展分析

一、农村OTC药品发展前景

二、农村OTC药品市场发展面临的问题

三、农村OTC药品市场问题的解决对策

第五节 OTC包装分析

一、OTC药品的包装要求

二、OTC包装市场发展概况

第二章 中国OTC行业经济运行分析

第一节 2009年OTC行业运行情况分析

一、2009年OTC行业经济指标分析

二、2009年OTC行业收入前十家企业

第二节 2009年OTC行业产量分析

一、2009年我国OTC产量分析

二、2009年我国OTC材料产量分析

第三节 2009年OTC行业进出口分析

一、2009年OTC行业进口总量及价格

二、2009年OTC行业出口总量及价格

三、2009年OTC行业进出口数据统计

四、2009-2012年OTC进出口态势展望

第三章 OTC主要产品市场分析

第一节 感冒药市场分析

一、2009年感冒药市场现状分析

二、2009年感冒药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国感冒药市场发展前景

四、2009-2012年我国感冒药市场投资风险

第二节 解热镇痛药市场分析

一、2009年解热镇痛药市场现状分析

二、2009年解热镇痛药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国解热镇痛药市场发展前景

四、2009-2012年我国解热镇痛药市场投资风险

第三节 中成药市场分析

一、2009年中成药市场现状分析

二、2009年中成药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国中成药市场发展前景

四、2009-2012年我国中成药市场投资风险

第四节 维生素类药品市场分析

一、2009年维生素市场现状分析

二、2009年维生素零售市场容量分析

三、2009-2012年我国维生素市场发展前景

四、2009-2012年我国维生素市场投资风险

第五节 皮肤病外用药市场分析

一、2009年感冒药市场现状分析

二、2009年感冒药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国感冒药市场发展前景

四、2009-2012年我国感冒药市场投资风险

第六节 抗过敏药市场分析

一、2009年抗过敏药市场现状分析

二、2009年抗过敏药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国抗过敏药市场发展前景

四、2009-2012年我国抗过敏药市场投资风险

第七节 肠胃药市场分析

一、2009年肠胃药市场现状分析

二、2009年肠胃药零售市场容量分析

三、2009-2012年我国肠胃药市场发展前景

四、2009-2012年我国肠胃药市场投资风险

第四章 OTC行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年OTC行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 OTC行业投资机会分析

一、OTC投资项目分析

二、可以投资的OTC模式

三、2009年OTC投资机会

四、2009年OTC细分行业投资机会分析

五、2009年OTC投资新方向

第三节 OTC行业发展前景分析

- 一、OTC市场发展前景分析
- 二、我国OTC市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下OTC市场的发展前景
- 四、农村OTC市场面临的发展商机
- 五、新医改为带来OTC行业的商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第五章 OTC行业竞争格局分析

第一节 OTC行业集中度分析

- 一、OTC市场集中度分析
- 二、OTC企业集中度分析
- 三、OTC区域集中度分析

第二节 OTC行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 OTC行业竞争格局分析

- 一、2008年OTC行业竞争分析
- 二、2008年中外OTC产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外OTC竞争分析
- 四、2008-2009年我国OTC市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国OTC市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要OTC企业动向

第六章 2009-2012年中国OTC行业发展形势分析

第一节 OTC行业发展概况

- 一、OTC行业发展特点分析
- 二、OTC行业投资现状分析
- 三、OTC行业总产值分析
- 四、OTC行业技术发展分析

第二节 2008-2009年OTC行业市场情况分析

- 一、OTC行业市场发展分析

二、OTC市场存在的问题

三、OTC市场规模分析

第三节 2008-2009年OTC产销状况分析

一、OTC产量分析

二、OTC产能分析

三、OTC市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 OTC行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年OTC原材料价格走势

二、2008-2009年OTC行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年OTC行业产销情况

二、2008-2009年OTC行业库存情况

三、2008-2009年OTC行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年OTC行业价格走势

二、2008-2009年OTC行业营业收入情况

三、2008-2009年OTC行业毛利率情况

四、2008-2009年OTC行业赢利能力

五、2008-2009年OTC行业赢利水平

六、2009-2012年OTC行业赢利能力预测

第八章 OTC重点企业发展分析

第一节 云南白药集团股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第二节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第三节 江中集团

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第五节 北京同仁堂（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第六节 太极集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第七节 九芝堂股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第八节 三九医药股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第九节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第十节 西安杨森制药有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第九章 OTC行业投资策略分析

第一节 对我国OTC品牌的战略思考

一、OTC实施品牌战略的意义

二、OTC企业品牌的现状分析

三、我国OTC企业的品牌战略

四、OTC品牌战略管理的策略

第二节 OTC行业投资效益分析

一、2009年OTC行业投资状况分析

二、2009年OTC行业投资效益分析

三、2009-2012年OTC行业投资方向

四、2009-2012年OTC行业投资建议

第三节 OTC行业投资策略研究

一、2008年OTC行业投资策略

二、2009年OTC行业投资策略

三、2009-2012年OTC行业投资策略

四、2009-2012年OTC细分行业投资策略

第十章 OTC行业投资风险预警

第一节 影响OTC行业发展的主要因素

一、2009年影响OTC行业运行的有利因素

二、2009年影响OTC行业运行的稳定因素

三、2009年影响OTC行业运行的不利因素

四、2009年我国OTC行业发展面临的挑战

五、2009年我国OTC行业发展面临的机遇

第二节 OTC行业投资风险预警

一、2009-2012年OTC行业市场风险预测

二、2009-2012年OTC行业政策风险预测

三、2009-2012年OTC行业经营风险预测

四、2009-2012年OTC行业技术风险预测

五、2009-2012年OTC行业竞争风险预测

六、2009-2012年OTC行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十一章 OTC行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国OTC市场趋势分析

一、2008-2009年我国OTC市场趋势总结

二、2009-2012年我国OTC发展趋势分析

第二节 2009-2012年OTC产品发展趋势分析

一、2009-2012年OTC产品技术趋势分析

二、2009-2012年OTC产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年OTC行业规划建议

一、OTC行业“十一五”整体规划

二、OTC行业“十一五”发展预测

三、OTC行业规划建议

第十二章 OTC市场营销策略建议

第一节 中国OTC市场营销概况

一、OTC营销发展的六个阶段

二、非处方药品牌营销的五大标杆

三、OTC药品营销十大特征

第二节 中国OTC终端营销分析

一、OTC终端的含义与类型

二、OTC终端营销的意义

三、OTC终端形象营销浅析

四、第三终端OTC营销面临的问题及策略

第三节 中国OTC广告营销分析

一、OTC广告的作用

二、OTC广告成功的条件

三、OTC广告媒体营销状况

四、OTC广告营销应走整合创新之路

第四节 OTC市场营销发展对策建议

一、OTC市场营销战术及管理变化

二、我国非处方药营销的发展之道

三、我国OTC市场营销策略分析

四、OTC市场营销策略建议

第十三章 OTC企业管理策略建议

第一节 中国OTC企业经营管理分析

一、大型OTC企业集团发展问题及策略

二、中国OTC企业成本管理问题及策略

三、中国OTC企业纵向一体化战略探究

四、中国OTC企业循环经济的发展模式

第二节 OTC企业营销策略建议

一、应建立适应市场法则的OTC营销体系

二、营销环境分析方法及在OTC企业中的应用

三、解析OTC企业营销的非价格竞争策略

四、亟需注意OTC营销中的风险防范问题

五、OTC行业企业营销管理问题的探究

第三节 提高OTC企业竞争力的策略

一、提高中国OTC企业核心竞争力的对策

二、OTC国企提升竞争力的三大方向

三、影响OTC企业核心竞争力的因素及提升途径

四、战略联盟能解决国有大型OTC企业竞争优势的不足

图表目录

图表：OTC产业链分析

图表：OTC行业生命周期

图表：2008-2009年中国OTC行业市场规模

图表：2008-2009年全球OTC产业市场规模

图表：2008-2009年OTC重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国OTC行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国OTC行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国OTC行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国OTC竞争力分析

图表：2009-2012年中国OTC市场前景预测

图表：2009-2012年中国OTC市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国OTC发展前景预测

图表：处方药与非处方药的区别

图表：北部沿海地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：南部沿海地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：北方内陆地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：南方内陆地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：西南地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：西北地区购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：医院购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：药店购买率列前十位的皮肤病外用药

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-7月工业生产主要指标

图表：2008-2009年7月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年7月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月中成药产量全国统计

图表：2009年1-8月中成药产量北京市统计

图表：2009年1-8月中成药产量天津市统计

图表：2009年1-8月中成药产量河北省统计

图表：2009年1-8月中成药产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月中成药产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月中成药产量吉林省统计

图表：2009年1-8月中成药产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月中成药产量上海市统计

图表：2009年1-8月中成药产量江苏省统计

图表：2009年1-8月中成药产量浙江省统计

图表：2009年1-8月中成药产量安徽省统计

图表：2009年1-8月中成药产量福建省统计

图表：2009年1-8月中成药产量江西省统计

图表：2009年1-8月中成药产量山东省统计

图表：2009年1-8月中成药产量河南省统计

图表：2009年1-8月中成药产量湖北省统计

图表：2009年1-8月中成药产量湖南省统计

图表：2009年1-8月中成药产量广东省统计

图表：2009年1-8月中成药产量广西区统计

图表：2009年1-8月中成药产量海南省统计

图表：2009年1-8月中成药产量四川省统计

图表：2009年1-8月中成药产量云南省统计

图表：2009年1-8月中成药产量陕西省统计

图表：2009年1-8月中成药产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月中成药产量青海省统计

图表：2009年1-8月中成药产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月中成药产量新疆区统计

图表：2009年1-8月化学药品产量全国统计

图表：2009年1-8月化学药品产量北京市统计

图表：2009年1-8月化学药品产量天津市统计

图表：2009年1-8月化学药品产量河北省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月化学药品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月化学药品产量上海市统计

图表：2009年1-8月化学药品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量福建省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量江西省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量山东省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量河南省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量广东省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量广西区统计

图表：2009年1-8月化学药品产量海南省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量四川省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量云南省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量青海省统计

图表：2009年1-8月化学药品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月化学药品产量新疆区统计

图表：2009年1-8月我国OTC产品进口数据

图表：2009年1-8月我国OTC产品出口数据

图表：2009年1月我国OTC产品进口数据

图表：2009年1月我国OTC产品出口数据

图表：2009年2月我国OTC产品进口数据

图表：2009年2月我国OTC产品出口数据

图表：2009年3月我国OTC产品进口数据

图表：2009年3月我国OTC产品出口数据

图表：2009年1季度我国OTC产品进口数据

图表：2009年1季度我国OTC产品出口数据

图表：2009年4月我国OTC产品进口数据

图表：2009年4月我国OTC产品出口数据

图表：2009年5月我国OTC产品进口数据

图表：2009年5月我国OTC产品出口数据

图表：2009年6月我国OTC产品进口数据

图表：2009年6月我国OTC产品出口数据

图表：2009年2季度我国OTC产品进口数据

图表：2009年2季度我国OTC产品出口数据

图表：2009年7月我国OTC产品进口数据

图表：2009年7月我国OTC产品出口数据

图表：2009年8月我国OTC产品进口数据

图表：2009年8月我国OTC产品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200909/26583.html>