

2023-2029年中国OTC药品行业发展趋势与发展前景预测报告

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

《2023-2029年中国OTC药品行业发展趋势与发展前景预测报告》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/202303/342777.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

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，不需要医师或其它医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般公众凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在美国又称为柜台发售药品（over the counter drug），简称OTC药。这些药物大都用于多发病常见病的自行诊治，如感冒、咳嗽、消化不良、头痛、发热等。为了保证人民健康，我国非处方药的包装标签、使用说明书中标注了警示语，明确规定药物的使用时间、疗程，并强调指出“如症状未缓解或消失应向医师咨询”。简言之：可自行根据需要选购。中企顾问网发布的《2023-2029年中国OTC药品行业发展趋势与发展前景预测报告》共十六章。首先介绍了OTC药品相关概念及发展环境，接着分析了中国OTC药品规模及消费需求，然后对中国OTC药品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国OTC药品面临的机遇及发展前景。您若想对中国OTC药品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。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家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：第一章 非处方药的行业概况第一节 OTC定义与分类介绍一、OTC的定义与标准二、处方药三、非处方药四、处方药与非处方药的区别五、OTC产品的分类第二节 OTC产品的特性一、医药行业特性二、OTC药品的特性三、OTC药品的五大特征四、OTC市场的独特地位和特点第三节 药品分类管理相关法规和政策说明第四节 OTC管理制度一、国外OTC的管理制度二、我国OTC制度建设三、建立OTC制度处方监管是核心第二章 2022年中国医药行业的运行现状分析第一节 2022年中国医药行业的发展分析一、中国医药工业总体增长较快二、中国医药行业销售收入及应收帐款情况三、中国医药行业的经济效益及成本费用四、中国医药行业运行主要影响因素第二节 2022年中国医药行业发展存在的问题一、医药行业发展面临的生存危机二、中国医药行业存在的问题三、医药行业发展遇到的三大政策困境四、影响中国中医药发展的现实问题综述第三节 2022年中国医药行业的发展对策一、实现中国医药强国目标之措施二、发展医药行业的措施三、医药企业选择技术创新模式的建议第三章 2022年全球OTC行业市场行业发展状况分析第一节 2022年国际OTC药品市场的总体概况一、OTC市场是全球医药业发展的重要领域二、世界OTC市场的发展回顾三、国际非处方药转换市场的简析四、亚太地区非处方药市场的发展概况第二节 2022年全球OTC行业市场竞争格局分析第三节 2023-2029年全球OTC市场展望分析一、处方药向OTC转换二、DTC营销三、市场开发的成长机会四、医药工业全球化第四章 2022年世界主要国家OTC行业运行情况第一节 美国一

、美国医药行业发展现状分析二、美国OTC药物市场持续上涨的概况三、美国OTC药企广告支出增长边际利润下降四、美国FDA批准用于减肥的非处方药

第二节 日本一、日本医药行业的总体回顾二、日本药品零售市场迅猛增长扩大经营范围三、日本非处方药市场的发展稳定四、日本OTC市场的发展存在着矛盾

第三节 欧洲一、欧洲OTC经销业的发展将发生改变二、英国政府将放宽对非处方药品的管理三、法国政府鼓励非处方药市场的发展

第五章 2022年中国OTC药品市场发展动态分析

第一节 2022年中国OTC药品市场的发展概况一、OTC市场的发展综述二、中国非处方药市场的发展扩容三、OTC市场经营模式的分类综述四、医药OTC三级市场操作模式简析

第二节 2022年非处方药市场的消费者行为简析一、OTC消费者市场的内容三、OTC消费者的决策

第三节 2022年OTC药品市场沟通组合以及其意义一、OTC药品市场的沟通过程二、OTC药品市场沟通组合三、市场沟通的构成要素四、OTC药品市场沟通的意义五、确定沟通和促销组合须考虑的因素六、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤

第四节 2022年中国OTC药品市场发展存在的问题及对策一、中国OTC市场的发展缺乏领导品牌二、OTC药品的包装成为医药市场竞争的盲点三、非处方药品市场发展的几大策略四、多层次资本市场的发展可以从OTC入手五、药品陈列成为OTC市场创造最大利润的有效途径

第六章 2022年中国OTC药品的市场营销战略研究

第一节 OTC药品营销概况一、OTC市场营销管理是药企推广市场的关键二、OTC药品已经向保健品营销方式发展三、OTC医药营销模式的变革以及创新的综述四、OTC药品和保健品现行销售模式的思考

第二节 2022年OTC营销调研浅析一、市场调研与营销调研的含义二、营销调研的作用及意义三、OTC营销调研的范围

第三节 2022年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比一、OTC市场终端概述二、药店市场终端及营销策略三、医院市场终端及营销策略四、OTC市场终端模式展望

第四节 2022年OTC市场营销存在的问题及对策一、OTC药品市场营销存在的五个陷阱二、OTC营销面临的四大软肋三、有效性成为OTC营销发展的硬伤四、OTC市场营销应以拉动为主推动为辅五、走出OTC终端带金销售泥潭的建议六、医药企业OTC市场未来营销的发展道路

第五节 2022年OTC药品市场营销的挑战及趋势一、零售终端连锁化的趋势给OTC终端营销带来新的挑战二、OTC药品市场营销的十大趋势三、情感营销是OTC药品市场营销的新理念

第七章 2022年中国OTC药品研究开发分析

第一节 全球医药研发渐移中国

第二节 2022年国内医药研发动态一、肝病新药在我国研制成功二、我国首个治疗丙肝中药新药松栢丸获准生产三、东阿阿胶治疗血栓的新药获得国家新药证书网络四、新药研究国家企业影响医药产品市场前景五、新制剂开发市场四类研制发展方向值得期待

第三节 2022年中国企业参与新药研发的最佳切入点一、OTC原研药诞生流程二、OTC研发易于切入三、政策导向是鼓励开发OTC市场

第四节 2022年OT江中药业股份有限公司新产品上市一般特点与规律一、中国本土OTC产业新产品上市特点二、中国OT江中药业股份有限公司新产品上市规律

第五节 2022年药品市场的专利分析

第八章 2022

年中国感冒药市场运行形势分析第一节 2022年中国感冒药市场的分析一、中国感冒药市场的概况二、国内感冒药市场的总体简析三、OTC感冒药市场的发展四、知名品牌主宰着感冒药市场五、中国感冒药市场的销售概况第二节 2022年感冒药细分市场的发展分析一、中成药及西药在感冒药市场上的发展二、中药感冒药迎来春天化学药仍是全国市场的主导三、中药感冒药主力品种优势显现整体市场前景向好四、中药感冒药市场的发展亟待大展宏图第三节 2022年中国感冒药报刊广告市场竞争简析一、感冒药报刊广告投放走势清晰二、全国各区域感冒药报刊广告出现全线回落三、报刊广告市场品牌竞争的压力有所减缓四、感冒药报刊广告市场被知名企业所主宰第四节 2022年中国感冒药市场的发展对策一、感冒药非处方药市场的导入策略二、感冒药市场发展不易过度细分三、感冒药市场发展的对策第五节 2023-2029年感冒药市场的发展前景一、全球OTC类感冒药及过敏药市场将出现大幅的增长二、感冒药市场的发展趋势三、中西药结合逐渐成为感冒药市场主旋律 第九章 2022年中国维生素市场运行态势分析第一节 2022年国际维生素产业的发展一、世界维生素市场发展的回顾二、世界维生素市场的发展概况三、国际维生素产业的竞争新格局逐渐成型第二节 2022年中国维生素市场的分析一、维生素的概述及分类二、中国维生素市场的发展概况三、维生素市场的发展速度迅猛四、中国维生素类药物的出口形势简析五、2022年份维生素类重点产品的发展第三节 2022年中国维生素主要热点品种的市场一、中国维生素A市场的价格下降二、维生素C制造业的核心竞争力综述三、中国维C出口价格上涨的原因四、中国维生素C出口稳步增长还需防危机五、中国维生素E市场的浅析第四节 2022年中国复合维生素市场分析一、复合维生素保健品市场发展逐渐成熟二、中国复合维生素市场的竞争格局简析三、复合维生素京沪穗蓉等八大城市的市场概况四、复合维生素将发展成为市场的主流产品第五节 2023-2029年中国维生素市场的发展趋势分析一、小品种将是维生素产业的发展方向二、中国维生素市场的发展前景 第十章 2022年中国胃肠用药市场运行走势分析第一节 2022年中国胃肠用药市场的总体概况一、世界胃肠道用药市场的回顾二、胃肠道用药发展的概况三、中国胃动力药及助消化药主要产品市场的综述四、健胃消食片激起中国胃肠药市场战火第二节 2022年中国胃肠道用药报刊广告市场的分析一、市场竞争加剧二、华北东北崛起三、中药勇担主角四、卖点以陈述为主第三节 2022年北京、上海以及广州胃肠用药的零售市场一、胃肠用药零售的市场特点二、重点品种分析第四节 2022年中国抗消化性溃疡药物市场分析一、消化性溃疡药市场的总体概况二、国内抗消化性溃疡药物的研发动态三、抗消化性溃疡药物的市场份额综述四、国内抗消化性溃疡药的医院市场竞争力简析第五节 2023-2029年中国胃肠用药市场的发展对策及前景一、中国肠胃用药市场的发展要以招商为先二、胃肠病用药的发展前景广阔三、治疗消化系统疾病药品的市场发展潜力巨大 第十一章 2022年中国解热镇痛药市场发展局势分析第一节 2022年中国解热镇痛药的总体概况一、中国解热镇痛药市场的回顾二、国内解热镇痛药市场的优势

显现三、解热镇痛药市场的产销分析四、解热镇痛抗炎药的零售市场综述第二节 2022年解热镇痛药细分品种的分析一、扑热息痛、阿司匹林和布洛芬原料药的出口概况二、国内阿司匹林市场出口概况三、中国老牌镇痛药扑热息痛的出口显现新的动态四、布洛芬市场的总体分析五、萘普生原料药的潜力有待挖掘第三节 2023-2029年中国解热镇痛药市场的发展趋势 第十二章 2022年中国其他OTC药品的市场监测分析第一节 妇科外用药一、妇科炎症用药市场的现状透析二、妇科炎症用药市场细分逐渐明显三、2022年中国妇科用药市场的现况第二节 皮肤外用药一、抗真菌产品在皮肤外用药市场处领先地位二、皮肤科外用药市场的综述三、中国皮肤外用药市场的规模四、皮肤外用药京沪穗三地零售市场已接近饱和第三节 咽喉用药一、咽喉用药市场的整体概况二、中国咽喉口腔用药零售市场简析三、2022年国内咽喉产品的零售市场四、2022年中国咽喉疾病用药报刊广告市场分析五、咽喉疾病用药市场细分成为老产品新的出路 第十三章 2022年中国OTC行业市场竞争格局分析第一节 2022年我国医药行业的SWOT分析一、我国医药行业优势领域二、医药行业面临的挑战及应对措施三、我国医药企业的主要问题第二节 2022年OTC药品营销竞争策略一、2022年OTC药品营销策略二、2022年OTC市场的营销战术及管理三、医药企业OTC市场未来营销之路四、走品牌之路将是OTC发展的途径第三节 2023-2029年中国OTC行业市场竞争态势预测分析 第十四章 中国OTC行业重点企业竞争力与关键性数据分析第一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司第二节 云南白药集团股份有限公司第三节 哈药集团股份有限公司第四节 江中药业股份有限公司第五节 三精制药股份有限公司第六节 山东东阿阿胶股份有限公司 第十五章 2023-2029年中国OTC行业投资战略部署第一节 2022年中国医药行业投资概况一、医药业将进入黄金投资期二、中国医药产业投资准入政策分析第二节 2023-2029年中国OTC行业投资机会分析一、我国市场潜力巨大二、OTC市场方兴未艾三、感冒药执掌市场牛耳四、中成药前途无量五、老年疾病用药以及妇女、儿童用药市场发展迅猛六、农村市场亟待开发七、零售药品市场在竞争中继续快速增长第三节 2023-2029年中国OTC行业投资风险第四节 投资观点 第十六章 2023-2029年中国OTC药品市场的前景预测分析第一节 2023-2029年中国医药行业的发展趋势分析一、医药行业迎来药品降价不降利的新时代二、医药市场发展趋势第二节 2023-2029年中国OTC药品市场的发展趋势一、中国将发展成为国际最大的OTC市场二、持续整合是未来中国OTC市场发展的态势三、中国非处方药市场的发展潜力巨大四、非处方药市场的发展前景广阔第三节 2023-2029年中国OTC所属行业盈利能力预测分析 部分图表目录：图表1：我国GDP发展运行情况图表2：我国居民价格指数变化情况（CPI）图表3：2022年城镇与农村居民消费价格指数图表4：我国工业生产出厂价格指数（PPI）图表5：我国居民收入及消费支出情况图表6：2019-2022年我国居民收入基尼系数更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/342777.html>