

# 2017-2023年中国OTC行业 发展前景分析及投资策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国OTC行业发展前景分析及投资策略咨询报告》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.chinairr.org/report/R10/R1005/201712/08-246413.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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（over the counter）是指那些不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中即可购取的药物。非处方药是由处方药转变而来，是经过长期应用、确认有疗效、质量稳定、非医疗专业人员也能安全使用的药物。简称OTC。

自2010年以来，我国OTC行业市场规模虽有小幅波动，但总体增长稳定，截至2015年，市场规模已经突破2000亿，中药占比接近50%。未来几年，我国OTC行业整体（包括中药）仍将保持稳定的增长态势，但是整个市场将在医药供给侧改革逐步推进下，产业集中度将稳步提升，市场将逐步向优质品牌倾斜，兼并重组仍将继续活跃；而且在强调“自我诊疗”、“自我选择”的OTC市场，随着居民消费能力的提升，品牌中药的价值也将愈发凸显。

我国OTC市场规模2015年已经超过2000亿（中药占比近50%）

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国OTC行业发展前景分析及投资策略咨询报告》共十五章。首先介绍了OTC相关概念及发展环境，接着分析了中国OTC规模及消费需求，然后对中国OTC市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国OTC面临的机遇及发展前景。您若想对中国OTC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 OTC行业发展综述 1

第一节 OTC行业概述 1

一、OTC的定义 1

二、处方药和非处方药的区别 1

三、OTC产品分类 2

第二节 OTC产品特性 3

一、OTC药品特点 3

二、OTC所属医药行业的特性 3

### 三、OTC行业地位分析 4

## 第二章 中国OTC行业市场环境分析 5

### 第一节 行业政策环境分析 5

#### 一、行业监管体制 5

#### 二、行业发展相关政策 5

##### 1、OTC主要相关政策 5

##### 2、OTC其他相关政策 6

#### 三、OTC行业发展规划 7

##### 1、医药工业“十三五”规划 7

##### 2、医药流通行业“十三五”规划 24

#### 四、政策环境对行业发展的影响评述 33

### 第二节 行业需求环境分析 34

#### 一、居民支付能力分析 34

##### 1、国内GDP增长情况 34

##### 2、居民收入水平 34

##### 3、居民医疗保健水平 35

#### 二、人口及疾病因素 36

##### 1、人口数量规模 36

##### 2、人口结构变化 37

##### 3、疾病谱的变化 37

##### 4、自我药疗意识提高 38

#### 三、需求环境对行业发展的影响评述 38

### 第三节 行业研发环境分析 39

#### 一、国外医药研发环境分析 39

##### 1、国外医药研发投入分析 39

##### 2、国外医药研发产出分析 40

##### 3、全球医药研发最新动向 40

#### 二、中国新药审批及研发状况 44

##### 1、中国医药研发投入分析 44

##### 2、中国药品注册受理情况 44

##### 3、中国药品注册批准情况 45

- 4、中国药品审批进展情况 46
- 三、研发环境对行业发展的影响评述 46

### 第三章 OTC行业发展状况分析 48

#### 第一节 全球OTC行业发展状况分析 48

- 一、全球OTC行业发展分析 48
  - 1、全球药品市场需求情况 48
  - 2、全球OTC行业发展历程 48
  - 3、全球OTC行业市场规模 49
  - 4、全球OTC药品销售品种 50
- 二、主要国家和地区OTC市场发展分析 50
  - 1、美国OTC市场发展分析 50
  - 2、日本OTC市场发展分析 51
  - 3、欧洲OTC市场发展分析 51
- 三、全球OTC行业发展趋势 51

#### 第二节 中国OTC行业发展状况分析 52

- 一、中国医药行业发展分析 52
  - 1、中国医药行业发展特点 52
  - 2、国内医药市场供给情况 54
  - 3、国内医药市场需求情况 54
  - 4、医药行业发展驱动因素分析 55
- 二、中国OTC行业市场规模 57
- 三、中国OTC市场销售品种及品类结构 58
- 四、中国OTC行业发展主要特点 59

#### 第三节 中国OTC行业上游原料市场分析 60

- 一、中国化学原料药市场分析 60
  - 1、化学原料药市场概况 60
  - 2、化学原料药市场供给分析 60
  - 3、化学原料药市场需求分析 61
  - 4、化学原料药市场价格走势 61
- 二、中国中成药饮片市场分析 61
  - 1、中成药饮片市场发展特点 61

- 2、中成药饮片市场供给分析 62
- 3、中成药饮片市场需求分析 63
- 4、中成药饮片产品价格分析 63
- 三、原料市场发展对OTC行业影响 63

## 第四章 我国OTC行业运行现状分析 65

### 第一节 我国OTC行业发展状况分析 65

- 一、我国OTC行业发展阶段 65
- 二、我国OTC行业发展总体概况 65
- 三、我国OTC行业发展特点分析 66
- 四、我国OTC行业商业模式分析 66

### 第二节 2014-2016年OTC行业发展现状 67

- 一、2014-2016年我国OTC行业市场规模 67
- 二、2014-2016年我国OTC行业发展分析 67
- 三、2014-2016年中国OTC企业发展分析 68

### 第三节 2014-2016年OTC市场情况分析 69

- 一、2014-2016年中国OTC市场总体概况 69
- 二、2014-2016年中国OTC产品市场发展分析 69

### 第四节 我国OTC市场价格走势分析 69

- 一、OTC市场定价机制组成 69
- 二、OTC市场价格影响因素 70
- 三、2014-2016年OTC产品价格走势分析 71
- 四、2017-2023年OTC产品价格走势预测 71

## 第五章 我国OTC行业整体运行指标分析 73

### 第一节 2014-2016年中国OTC行业总体规模分析 73

- 一、企业数量结构分析 73
- 二、人员规模状况分析 73
- 三、行业资产规模分析 74
- 四、行业市场规模分析 74

### 第二节 2014-2016年中国OTC行业产销情况分析 75

- 一、我国OTC行业工业总产值 75

二、我国OTC行业工业销售产值	75
三、我国OTC行业产销率	76
第三节 2014-2016年中国OTC行业财务指标总体分析	77
一、行业盈利能力分析	77
1、我国OTC行业销售利润率	77
2、我国OTC行业成本费用利润率	77
3、我国OTC行业亏损面	78
二、行业偿债能力分析	78
1、我国OTC行业资产负债比率	78
2、我国OTC行业利息保障倍数	79
三、行业营运能力分析	79
1、我国OTC行业应收帐款周转率	79
2、我国OTC行业总资产周转率	80
3、我国OTC行业流动资产周转率	80
四、行业发展能力分析	81
1、我国OTC行业总资产增长率	81
2、我国OTC行业利润总额增长率	81
3、我国OTC行业主营业务收入增长率	82
4、我国OTC行业资本保值增值率	82
第六章 OTC行业产业结构分析	83
第一节 OTC产业结构分析	83
一、市场细分充分程度分析	83
二、各细分市场领先企业排名	83
三、各细分市场占总市场的结构比例	84
第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析	85
一、产业价值链的构成	85
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	85
第三节 产业结构发展预测	86
一、产业结构调整指导政策分析	86
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	87
三、中国OTC行业参与国际竞争的战略市场定位	87

#### 四、产业结构调整方向分析 88

### 第七章 OTC行业热点品种市场分析 89

#### 第一节 感冒药市场分析 89

##### 一、感冒药定义及消费特征 89

###### 1、城市消费者的消费特征 89

###### 2、农村消费者的消费特征 89

##### 二、感冒药市场的细分现状 90

##### 三、感冒药市场规模 91

##### 四、感冒药市场产品结构 92

##### 五、感冒药市场竞争格局 93

##### 六、感冒药市场重点区域 93

###### 1、北京：本地企业风光无限 93

###### 2、上海：合资产品占鳌头 94

###### 3、广州：中成药产品受青睐 94

###### 4、杭州：知名品牌一统江山 94

###### 5、武汉：本地产品进三甲 94

###### 6、成都：销售金额本地产品占优 94

###### 7、南京：本地产品销量排第二 95

###### 8、沈阳：东北产品销量金额拔头筹 95

##### 七、感冒药市场广告投放监测 95

##### 八、感冒药重点细分市场分析 95

###### 1、儿童感冒药市场分析 95

###### 2、农村感冒药市场分析 96

##### 九、影响感冒药销售的主要因素 97

##### 十、感冒药市场发展前景 98

#### 第二节 解热镇痛药市场分析 98

##### 一、解热镇痛药定义及代表药物 98

##### 二、解热镇痛药市场发展现状 99

##### 三、解热镇痛药市场规模分析 99

##### 四、解热镇痛药市场竞争格局 99

##### 五、解热镇痛药市场前景分析 99



### 第三节 胃肠用药市场分析 100

#### 一、胃肠用药市场规模 100

#### 二、胃肠用药产品结构分析 100

#### 三、胃肠用药市场竞争格局 100

##### 1、胃肠不同种类用药竞争 100

##### 2、胃肠用药品牌竞争 101

##### 3、儿童用药品牌竞争 101

#### 四、胃肠用药市场广告投放监测 101

#### 五、胃肠用药市场前景分析 101

### 第四节 皮肤用药市场分析 102

#### 一、皮肤用药定义及分类 102

#### 二、皮肤用药市场规模 102

#### 三、皮肤用药市场产品结构 102

#### 四、皮肤用药市场竞争格局 103

#### 五、皮肤用药市场主要品牌分析 103

#### 六、皮肤用药市场广告投放监测 103

#### 七、皮肤用药市场前景分析 104

### 第五节 官科用药市场分析 104

#### 一、眼科用药市场分析 104

##### 1、眼科用药主要产品类别 104

##### 2、眼科用药市场规模 104

##### 3、眼科用药市场竞争格局 104

##### 4、眼科用药市场广告投放监测 105

##### 5、眼科用药市场前景分析 105

#### 二、咽喉口腔用药市场分析 105

##### 1、咽喉口腔用药主要产品类别 105

##### 2、咽喉口腔用药市场规模 105

##### 3、咽喉口腔用药市场竞争格局 105

##### 4、咽喉口腔用药重点区域分析 105

##### 5、咽喉口腔用药市场广告投放监测 106

##### 6、咽喉口腔用药市场前景分析 106

### 第六节 妇科用药市场分析 106

- 一、妇科用药定义及分类 106
- 二、妇科用药市场规模 106
- 三、妇科用药消费特征分析 106
- 四、妇科用药市场产品结构 107
- 五、妇科用药市场重点区域 107
- 六、妇科用药市场竞争格局 108
- 七、妇科用药市场广告投放监测 108
- 八、妇科用药市场前景分析 108
- 第七节 止咳化痰用药市场分析 108
  - 一、止咳化痰用药市场规模 108
  - 二、止咳化痰用药市场竞争格局 108
  - 三、止咳化痰用药市场调查 109
    - 1、四城市止咳类中成药零售市场总体特征 109
    - 2、四城市止咳类中成药零售市场消费特征 109
- 第八节 其他OTC药品市场分析 109
  - 一、维生素与矿物质类药物市场分析 109
  - 二、虚证类药物市场分析 110
  - 三、头痛失眠类药物市场分析 110
  - 四、痔疮药市场分析 110
  - 五、避孕药市场分析 110

## 第八章 OTC市场营销分析 112

### 第一节 OTC药品营销模式分析 112

- 一、消费者OTC药品消费行为 112
- 二、OTC药品营销模式分析 114

### 第二节 OTC行业营销渠道分析 115

- 一、OTC药品销售渠道模式分析 115
- 二、OTC药品销售终端模式 118
  - 1、OTC药品销售终端分布 118
  - 2、零售终端市场分析 119
  - 3、医院终端市场分析 123

### 第三节 OTC行业营销策略分析 123

- 一、品牌营销策略 123
  - 1、品牌营销策略优点 123
  - 2、品牌营销策略典型案例 126
- 二、市场细分营销策略 128
  - 1、市场细分营销策略优点 128
  - 2、OTC市场细分营销策略理论基础 128
- 三、广告营销策略 129
- 四、其他营销策略案例分析 134
  - 1、娱乐营销 134
  - 2、活动营销 134

## 第九章 OTC行业重点区域发展分析 136

### 第一节 北京OTC市场分析 136

- 一、北京医药行业运行分析 136
- 二、北京OTC药品消费分析 137
  - 1、北京人口总量及结构 137
  - 2、北京居民收入水平 138
  - 3、北京人均医药费支出水平 138
  - 4、北京居民医疗保健支出 140
- 三、北京OTC市场供需分析 140
- 四、北京OTC零售药店发展分析 140
- 五、北京OTC市场发展前景 142

### 第二节 上海OTC市场分析 142

- 一、上海医药行业运行分析 142
- 二、上海OTC药品消费分析 149
  - 1、上海人口总量及结构 149
  - 2、上海居民收入水平 150
  - 3、上海人均医药费支出水平 150
  - 4、上海居民医疗保健支出 151
- 三、上海OTC市场供需分析 151
- 四、上海OTC零售药店发展分析 152
- 五、上海OTC市场发展前景 152

### 第三节 广东OTC市场分析 152

#### 一、广东医药行业运行分析 152

#### 二、广东OTC药品消费分析 153

##### 1、广东人口总量及结构 153

##### 2、广东居民收入水平 154

##### 3、广东人均医药费支出水平 154

##### 4、广东居民医疗保健支出 154

#### 三、广东OTC市场供需分析 155

#### 四、广东OTC零售药店发展分析 155

#### 五、广东OTC市场发展前景 156

### 第四节 江苏OTC市场分析 157

#### 一、江苏医药行业运行分析 157

#### 二、江苏OTC药品消费分析 159

##### 1、江苏人口总量及结构 159

##### 2、江苏居民收入水平 160

##### 3、江苏人均医药费支出水平 160

##### 4、江苏居民医疗保健支出 160

#### 三、江苏OTC市场供需分析 162

#### 四、江苏OTC零售药店发展分析 163

#### 五、江苏OTC市场发展前景 163

## 第十章 OTC行业市场竞争分析 164

### 第一节 中国OTC市场竞争格局分析 164

#### 一、OTC市场企业竞争格局 164

#### 二、OTC市场细分领域格局 165

### 第二节 中国OTC市场五力分析 165

#### 一、OTC市场上游议价能力分析 165

#### 二、OTC市场下游议价能力分析 166

#### 三、OTC市场潜在进入者分析 166

#### 四、OTC市场替代产品威胁分析 167

#### 五、OTC市场现有竞争者竞争分析 168

### 第三节 OTC行业投资兼并与重组整合分析 169

- 一、OTC行业投资兼并与重组整合动因分析 169
- 二、国内OTC行业投资兼并与重组整合特点 170
- 三、OTC企业投资兼并与重组整合动态 170
- 四、OTC行业企业兼并重组典型案例分析 172

## 第十一章 OTC行业领先企业经营形势分析 173

### 第一节 仁和药业股份有限公司 173

- 一、企业发展简况分析 173
- 二、企业经营情况分析 174
- 三、企业产品结构及新产品动向 176
- 四、企业销售渠道与网络 177
- 五、企业经营状况优劣势分析 177

### 第二节 贵州百灵企业集团制药股份有限公司 180

- 一、企业发展简况分析 180
- 二、企业经营情况分析 181
- 三、企业产品结构及新产品动向 184
- 四、企业销售渠道与网络 184
- 五、企业经营状况优劣势分析 185

### 第三节 贵州益佰制药股份有限公司 188

- 一、企业发展简况分析 188
- 二、企业经营情况分析 190
- 三、企业产品结构及新产品动向 193
- 四、企业销售渠道与网络 193
- 五、企业经营状况优劣势分析 194

### 第四节 桂林三金药业股份有限公司 196

- 一、企业发展简况分析 196
- 二、企业经营情况分析 197
- 三、企业产品结构及新产品动向 199
- 四、企业销售渠道与网络 200
- 五、企业经营状况优劣势分析 200

### 第五节 吉林敖东药业集团股份有限公司 201

- 一、企业发展简况分析 201

二、企业经营情况分析	203
三、企业产品结构及新产品动向	205
四、企业销售渠道与网络	206
五、企业经营状况优劣势分析	206
第六节 华润双鹤药业股份有限公司	207
一、企业发展简况分析	207
二、企业经营情况分析	208
三、企业产品结构及新产品动向	211
四、企业销售渠道与网络	212
五、企业经营状况优劣势分析	212
第七节 丽珠医药集团股份有限公司	213
一、企业发展简况分析	213
二、企业经营情况分析	214
三、企业产品结构及新产品动向	216
四、企业销售渠道与网络	217
五、企业经营状况优劣势分析	218
第八节 北京韩美药品有限公司	219
一、企业发展简况分析	219
二、企业经营情况分析	220
三、企业产品结构及新产品动向	221
四、企业销售渠道与网络	221
五、企业经营状况优劣势分析	221
第九节 杭州民生药业有限公司	222
一、企业发展简况分析	222
二、企业经营情况分析	223
三、企业产品结构及新产品动向	223
四、企业销售渠道与网络	223
五、企业经营状况优劣势分析	224
第十节 桂林天和药业股份有限公司	224
一、企业发展简况分析	224
二、企业经营情况分析	225
三、企业产品结构及新产品动向	225

四、企业销售渠道与网络 226

五、企业经营状况优劣势分析 226

## 第十二章 2017-2023年OTC行业前景及趋势预测 228

### 第一节 2017-2023年OTC市场发展前景 228

一、2017-2023年OTC市场发展潜力 228

二、2017-2023年OTC市场发展前景展望 229

三、2017-2023年OTC细分行业发展前景分析 230

### 第二节 2017-2023年OTC市场发展趋势预测 230

一、2017-2023年OTC行业发展趋势 230

1、技术发展趋势分析 230

2、产品发展趋势分析 231

3、产品应用趋势分析 232

二、2017-2023年OTC市场规模预测 233

1、OTC行业市场容量预测 233

2、OTC行业销售收入预测 233

三、2017-2023年OTC行业应用趋势预测 234

四、2017-2023年细分市场发展趋势预测 235

### 第三节 2017-2023年中国OTC行业供需预测 236

一、2017-2023年中国OTC行业供给预测 236

二、2017-2023年中国OTC行业产量预测 237

三、2017-2023年中国OTC市场销量预测 237

四、2017-2023年中国OTC行业需求预测 238

五、2017-2023年中国OTC行业供需平衡预测 238

### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 239

一、市场整合成长趋势 239

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 239

三、企业区域市场拓展的趋势 240

四、科研开发趋势及替代技术进展 241

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 242

## 第十三章 2017-2023年OTC行业投资机会与风险防范 246

## 第一节 OTC行业投融资情况 246

### 一、行业资金渠道分析 246

### 二、固定资产投资分析 246

### 三、兼并重组情况分析 246

### 四、OTC行业投资现状分析 248

## 第二节 2017-2023年OTC行业投资机会 249

### 一、产业链投资机会 249

### 二、细分市场投资机会 249

### 三、重点区域投资机会 250

### 四、OTC行业投资机遇 251

## 第三节 2017-2023年OTC行业投资风险及防范 252

### 一、政策风险及防范 252

### 二、技术风险及防范 253

### 三、供求风险及防范 254

### 四、宏观经济波动风险及防范 254

### 五、关联产业风险及防范 255

### 六、产品结构风险及防范 256

### 七、其他风险及防范 256

## 第四节 中国OTC行业投资建议 257

### 一、OTC行业未来发展方向 257

### 二、OTC行业主要投资建议 258

### 三、中国OTC企业融资分析 258

## 第十四章 OTC行业发展战略研究 259

### 第一节 OTC行业发展战略研究 259

#### 一、战略综合规划 259

#### 二、技术开发战略 260

#### 三、业务组合战略 262

#### 四、区域战略规划 264

#### 五、产业战略规划 264

#### 六、营销品牌战略 265

#### 七、竞争战略规划 266



## 第二节 对我国OTC品牌的战略思考 267

### 一、OTC品牌的重要性 267

### 二、OTC实施品牌战略的意义 268

### 三、OTC企业品牌的现状分析 269

### 四、我国OTC企业的品牌战略 270

### 五、OTC品牌战略管理的策略 272

## 第三节 OTC经营策略分析 276

### 一、OTC市场细分策略 276

### 二、OTC市场创新策略 276

### 三、品牌定位与品类规划 277

### 四、OTC新产品差异化战略 278

## 第四节 OTC行业投资战略研究 280

### 一、2016年OTC行业投资战略 280

### 二、2017-2023年OTC行业投资战略 280

### 三、2017-2023年细分行业投资战略 281

## 第十五章 研究结论及投资建议 283 (ZY ZM)

### 第一节 OTC行业研究结论及建议 283

### 第二节 OTC子行业研究结论及建议 285

### 第三节OTC行业投资建议 286

#### 一、行业发展策略建议 286

#### 二、行业投资方向建议 288

#### 三、行业投资方式建议 289

## 图表目录：

### 图表：OTC产品分类图 2

### 图表：2016年OTC行业产品结构占比（不含大健康类） 39

### 图表：2016年全球医药行业销售额与增长率 48

### 图表：2014-2016年全球OTC行业市场规模 49

### 图表：2016年全球OTC行业销售药品种类占比（不含大健康类产品） 50

### 图表：2014-2016年中国医药行业企业规模及增长率 54

### 图表：2014-2016年中国医药行业销售额及增长率 54

图表：2014-2016年中国OTC行业销售额及增长率 57

图表：2016年OTC市场销售额前25的药品名称及排行（包含大健康类） 58

图表：2016年中国OTC药品种类结构图 59

图表：2014-2016年中国化学原料药年产量 60

图表：2014-2016年中国化学原料药销售产值 61

图表：2014-2016年中国化学原料药平均价格走势 61

图表：2014-2016年中国中成药年产量 62

图表：2014-2016年中国中成药销售产值 63

图表：2014-2016年中国中成药平均价格走势 63

图表：2014-2016年我国OTC行业市场规模 67

图表：2014-2016年中国OTC产品平均价格 71

图表：2017-2023年中国OTC产品价格走势预测 71

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1005/201712/08-246413.html>