

2024-2030年中国非处方药 (OTC) 市场研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国非处方药(OTC) 市场研究与投资战略研究报告》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/R1002/202402/19-597929.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

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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国非处方药(OTC)市场研究与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 非处方药（OTC）市场基本情况

1.1 OTC介绍

1.1.1 OTC的定义

1.1.2 OTC的特点

1.1.3 OTC类药品主要种类

1.2 OTC药基本概述

1.2.1 OTC类药品发展概述

1.2.2 国家审批OTC药品的主要原则

1.2.3 OTC的市场特点

1.2.4 OTC市场的培育形成

1.3 非处方药市场特点及与处方药市场的比较

1.3.1 政策法规方面

1.3.2 研发系统方面

1.3.3 市场结构和竞争策略

第二章 2022年非处方药（OTC）市场发展背景及环境分析

2.1 中国医药行业发展分析

2.1.1 中国医药产业发展现状及特点

2.1.2 医药行业的发展

2.1.3 中国医药行业加快整合步伐

2.1.4 中国医药行业竞争力及可持续发展策略分析

2.1.5 中国医药行业存在的问题及发展策略

2.1.6 中国医药行业的发展前景分析

2.2 经济环境

2.2.1 中国经济环境

2.3 政策环境及其影响

2.3.1 行业发展相关政策

2.3.2 行业发展规划

2.3.3 政策环境对行业发展的影响

2.4 需求环境及其影响

2.4.1 居民支付能力分析

2.4.2 人口及疾病因素

2.4.3 需求环境对行业发展的影响

第三章 非处方药（OTC）市场产业链分析

3.1 产业链介绍

3.1.1 非处方药（OTC）市场产业链简介

3.1.2 非处方药（OTC）市场产业链特征分析

3.2 中国OTC行业上游原料市场分析

3.2.1 中国化学原料药市场分析

3.2.1.1 化学原料药市场概况

3.2.1.2 化学原料药市场供给分析

3.2.1.3 化学原料药市场需求分析

3.2.1.4 化学原料药市场价格走势

3.2.2 中国中药饮片市场分析

3.2.2.1 中药饮片市场发展特点

3.2.2.2 中药饮片市场供给分析

3.2.2.3 中药饮片市场需求分析

3.2.2.4 中药饮片产品价格分析

3.2.3 原料市场发展对OTC行业影响

3.3 OTC行业终端医药零售市场分析

3.3.1 医药零售行业发展现状综述

3.3.2 新医改下医药零售行业分析

3.3.3 我国医药零售连锁行业的发展

3.3.4 医药零售行业竞争分析

3.3.5 医药零售业联盟分析

第四章 中国非处方药（OTC）市场发展现状分析

4.1 中国OTC市场综合分析

4.1.1 发展历程回顾

4.1.2 行业生产状况

4.1.3 市场规模分析

4.1.4 销售排名情况

4.1.5 销售终端格局

4.2 OTC市场营销分析

4.2.1 营销特征

4.2.2 DTC推广模式

4.2.3 主要营销渠道模式

4.2.4 广告营销分析

4.2.5 新医改下面临的机遇

4.2.6 经典营销案例

4.2.7 营销策略

4.2.8 营销的要点及方向

4.3 OTC市场竞争分析

4.3.1 中国OTC市场竞争局势分析

4.3.2 外资企业进军我国OTC市场的策略

4.3.3 外资OTC医药招标状况

4.3.4 中国OTC市场竞争策略分析

4.4 OTC产品包装分析

4.4.1 开发OTC包装广告功能的要素

4.4.2 新需求推进OTC药包装革新

4.4.3 OTC药品包装成为市场竞争的盲区

4.4.4 OTC药盒包装设计发展的趋向

4.5 OTC行业发展存在的问题及建议

4.5.1 OTC药品注册存在的问题及建议

4.5.2 OTC药品转换面临的问题及建议

4.5.3 OTC药品在医保支付面临的主要瓶颈及建议

4.5.4 OTC药品在定价上面临的主要问题及建议

4.5.5 OTC零售药店经营中面临的问题及建议

第五章 非处方药（OTC）市场细分领域发展分析

5.1 感冒用药

5.1.1 中国感冒药市场现状分析

5.1.2 影响感冒药购买行为的因素

5.1.3 政策对感冒药市场的影响分析

5.1.4 感冒药细分市场分析

5.1.5 感冒药区域市场分析

5.1.6 感冒药存在的危机

5.1.7 感冒药市场存在的问题及发展对策

5.2 维生素

5.2.1 中国维生素用药的销售规模与市场格局

5.2.2 中国维生素市场发展现状综述

5.2.3 中国维生素出口分析

5.2.4 中国维生素市场的竞争格局

5.2.5 中国复合维生素产品消费特征分析

5.2.6 维生素细分品种市场分析

5.2.7 维生素市场发展策略及前景展望

5.3 其它OTC药品细分市场分析

5.3.1 胃肠道用药

5.3.2 皮肤用药

5.3.3 五官用药

5.3.4 解热镇痛药

5.3.5 钙制剂

5.3.6 心脑血管药

5.3.7 妇科用药

5.3.8 抗过敏药

第六章 中国非处方药（OTC）市场重点企业分析

6.1 哈药股份

6.1.1 公司简介

6.1.2 公司经营状况

6.1.3 公司发展战略规划

- 6.2 华润三九
 - 6.2.1 公司简介
 - 6.2.2 公司经营状况
 - 6.2.3 公司发展战略规划
- 6.3 江中药业
 - 6.3.1 公司简介
 - 6.3.2 公司经营状况
 - 6.3.3 公司发展战略规划
- 6.4 同仁堂
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 公司经营状况
 - 6.4.3 公司发展战略规划
- 6.5 广州药业
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 公司经营状况
 - 6.5.3 公司发展战略规划
- 6.6 东阿阿胶
 - 6.6.1 公司简介
 - 6.6.2 公司经营状况
 - 6.6.3 公司发展战略规划

第七章 非处方药（OTC）市场投资分析

- 7.1 非处方药（OTC）市场投资价值分析
 - 7.1.1 政策扶持力度
 - 7.1.2 技术成熟度
 - 7.1.3 社会综合成本
 - 7.1.4 进入门槛
 - 7.1.5 潜在市场空间
- 7.2 非处方药（OTC）市场投融资分析
 - 7.2.1 行业固定资产投资状况
 - 7.2.2 行业外资进入状况
 - 7.2.3 行业并购重组分析

7.3 非处方药（OTC）市场投资机会分析

7.4 非处方药（OTC）市场投资风险分析

7.4.1 经济环境风险

7.4.2 政策环境风险

7.4.3 市场环境风险

7.4.4 其他风险

第八章 2024-2030年中国非处方药（OTC）市场投资建议及发展趋势分析

8.1 总体投资原则

8.2 企业资本结构选择建议

8.3 企业战略选择建议

8.4 细分领域投资建议

8.4.1 重点推荐投资的领域

8.4.2 需谨慎投资的领域

8.5 中国OTC市场发展空间巨大

8.6 2024-2030年中国非处方药市场规模预测分析

8.7 2024-2030年我国OTC市场呈现的趋势

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1002/202402/19-597929.html>