

2025-2031年中国肠胃药行业市场全景调查及投资策略研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国肠胃药行业市场全景调查及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978318.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

在当下高度信息化的社会背景下，精准的数据分析与深入的行业研究已成为企业战略规划、市场拓展以及投资决策不可或缺的指南针。智研咨询研究团队经过长期的市场调研与数据分析，重磅推出《2025-2031年中国肠胃药行业市场全景调查及投资策略研究报告》，以期为业界提供一份高质量、专业化的行业分析。

本研究报告基于智研团队对肠胃药行业的深刻理解与精准把握，通过采集全球范围内的行业数据，运用先进的数据分析模型，对行业的过去、现在与未来进行了全面、系统的剖析。深入挖掘了各个细分市场的运行规律，对市场容量、增长速度、竞争格局以及盈利模式等关键指标进行了详尽的量化分析与质性解读。

报告内容不仅涵盖了宏观经济的走势分析、产业政策的深度解读，还包括了买方行为的细致刻画、技术创新的趋势预测。我们综合运用了定量分析与定性访谈等多种研究方法，力求在确保数据精确性的同时，也能捕捉到市场动态中的微妙变化。

此外，我们还特别关注了全球范围内的行业领先企业，通过对比分析它们的经营策略、市场布局以及创新能力，为业界读者提供了宝贵的行业洞察与经营启示。

作为业内知名的研究机构，智研研究团队深知高质量的研究报告对于企业决策的重要性。因此，在编撰本报告的过程中，我们始终坚持科学、严谨的研究态度，力求通过详实的数据、深入的分析以及研判性的观点，为读者提供一份真正有价值的行业指南。

肠胃药是用于治疗肠胃疾病药品的统称，主要类别包括抗酸类、组织胺受体阻断剂、抗胆碱能药、胃粘膜保护药等。肠胃疾病用药作为医药行业的组成部分，在国家利好政策的支持下稳步发展，同时亦受医药行业相关政策严格监管，中国肠胃疾病用药行业目前仍缺乏针对性政策。我国政府通过颁布一系列政策，从宏观层面指导肠胃疾病用药发展方向并对肠胃疾病用药行业实行严格的监管，避免肠胃疾病用药被滥用，促进肠胃疾病用药行业健康有序发展。

当今社会生活方式的改变，使得胃肠道疾病患者越来越多，胃肠道用药市场呈上升趋势，其中成人用药主导市场，占比超过九成，儿童用药市场规模远小于成人，但其成长性较好，增速明显。在成人胃肠道用药零售市场中，片剂的规模最大。随着人们生活节奏的加快，胃肠道疾病患者逐年增多，由此推动了胃肠道药品用量逐年增加，这使得国内胃肠药市场规模逐年增加。数据显示，2023年我国肠胃药行业市场规模约为689亿元。

我国肠胃疾病用药行业产业链上游涉及原料药生产企业；中游环节主体是肠胃疾病用药生产与销售企业，下游涵盖肠胃疾病用药的消费渠道和消费终端，消费渠道包括各级医疗机构、零售药店及电商，消费终端为消费者。

目前，胃肠道用药的生产厂家众多，现有企业之间竞争较为激烈。总体来看，我国肠胃药企

业大致可以分为三个梯队。其中第一梯队包括华润三九、华润江中、华纳药厂、众生药业、舒泰神等，这些企业具有较强的研发实力和市场竞争力，在胃药市场中占据重要地位；第二梯队和第三梯队则包括一些规模较小的制药企业，它们也在努力提升产品品质和服务水平，以在市场中占有一席之地。

我们坚信，《2025-2031年中国肠胃药行业市场全景调查及投资策略研究报告》将成为您洞悉市场动态、把握行业趋势的重要工具。无论您是企业决策者、市场分析师还是相关主管部门，本报告都将为您提供宝贵的信息支持与决策依据，助力您在复杂多变的市场环境中稳健前行。

报告目录：

第一章 2024年OTC行业发展状况分析

第一节 OTC行业发展分析

一、OTC行业发展概况

二、OTC市场发展特征

三、OTC广告拟禁影响

四、OTC零售终端模式

五、OTC零售终端价值

第二节 OTC市场运行分析

一、全球OTC市场规模

二、OTC药品数量分析

三、OTC市场规模分析

四、OTC细分终端规模

五、OTC产品结构分析

第三节 OTC市场营销分析

一、OTC市场营销特征

二、OTC营销渠道分析

三、OTC营销行为分析

（一）厂商营销行为分析

（二）消费者的行为分析

四、OTC新市场开发策略

五、OTC产品终端营销策略

第二章 2024年肠胃药所属行业发展环境分析

第一节 2024年中国宏观经济运行环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 肠胃药行业相关政策分析

一、行业监管体制

二、行业主要法规

三、行业相关政策

第三节 肠胃药行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、居民消费支出

三、中国城镇化率

四、卫生支出情况

第三章 肠胃药发展分析

第一节 肠胃药相关概述

一、产品概述

二、产品特点

三、产品种类

第二节 胃肠道用药市场分析

一、肠胃药市场发展概况

二、肠胃药市场特点分析

三、肠胃药市场规模分析

四、胃肠药零售品牌份额

五、消化系统用药市场份额

六、消化系统用药品牌份额

第四章 2024年中国肠胃药消费者市场调查分析

第一节 华北地区肠胃药消费者调查分析

第二节 东北地区肠胃药消费者调查分析

第三节 华东地区肠胃药消费者调查分析

第三节 华中地区肠胃药消费者调查分析

第五节 华南地区肠胃药消费者调查分析

第六节 西部地区肠胃药消费者调查分析

第五章 2024年中国药品零售所属行业市场分析

第一节 药品零售市场发展状况

一、中国药品市场规模分析

二、药品零售市场规模分析

三、中西药品零售总额分析

四、药品零售市场品类结构

第二节 药品医院零售终端市场分析

一、药品医院零售终端市场规模

二、医院终端的用药比例及容量

三、药品医院零售终端细分产品

（一）医院终端化学药分析

（二）医院终端中成药分析

第三节 药品药店零售终端市场分析

一、药店零售终端市场规模

二、药品零售药店数量规模

三、药品零售市场药店结构

四、药品零售企业区域格局

五、百强药店销售规模分析

六、百强药店集中度的变化

七、百强药店门店规模分析

第六章 中国肠胃药市场竞争分析

第一节 肠胃药行业竞争结构波特模型分析

一、现有竞争者分析

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户的议价能力

第二节 中国肠胃药行业市场竞争状况分析

一、成本竞争分析

二、价格竞争分析

三、技术竞争分析

第三节 中国肠胃药行业集中度分析

一、市场集中度

二、品牌集中度

第四节 中国肠胃药企业竞争策略分析

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、整合优质资源

四、提升经营能力

五、树立品牌形象

六、调整市场策略

第七章 中国肠胃药优势企业分析

第一节 西安杨森制药有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第二节 华润三九医药股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第三节 江中药业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第四节 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第五节 修正药业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第六节 通化万通药业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第七节 江中药业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第八节 安徽华源医药有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业发展策略分析

第八章 2025-2031年中国肠胃药发展前景及机会分析

第一节 2025-2031年中国肠胃药发展趋势及前景分析

一、中国肠胃药发展趋势分析

二、中国肠胃药发展前景预测

第二节 2025-2031年中国肠胃药投资机会分析

一、中国肠胃药投资机会分析

二、中国肠胃药区域投资机会

第三节 2025-2031年中国肠胃药投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、技术研发风险

四、原料市场风险

第四节 2025-2031年中国肠胃药投资策略分析

第九章 肠胃药行业商业模式构建与创新策略

第一节 肠胃药行业商业模式构建分析

一、商业定位分析

二、客户价值挖掘

三、业务系统建立

四、盈利模式设计

五、资源能力整合

六、财务结构设计

七、商业价值实现

第二节 肠胃药行业商业模式成功要素分析

一、产品质量控制

二、差异化的管理

三、技术创新分析

四、品牌发展战略

第三节 肠胃药行业商业模式创新路径分析

一、企业重新定位

二、挖掘企业潜能

三、重整产业链条

四、重建价值网络

五、创新盈利模式

六、提升学习能力

第四节 肠胃药行业商业模式创新战略分析

一、价值链创新战略分析

二、供应链体系创新战略

图表目录：部分

图表1：主要胃肠药情况

图表2：2024年我国胃肠用药零售市场主要品牌

图表3：2024年我国部分肠胃用药零售市场价格分析

图表4：2020-2024年中国肠胃药市场细分规模情况

图表5：2020-2024年中国肠胃用药行业市场规模情况

图表6：2024年中国城市零售药店终端胃肠道用药TOP10品牌

图表7：2020-2024年城市零售药店中成药健胃消食片销售情况

图表8：2020-2024年城市零售药店中成药健胃消食片品牌格局

图表9：治疗胃炎和胃溃疡的中成药对比情况

图表10：2024年我国肠胃药行业集中度

图表11：2025-2031年肠胃药市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978318.html>