

# 2024-2030年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告》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/202110/979482.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解OTC药品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国OTC药品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保OTC药品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年OTC药品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能OTC药品从业者抢跑转型赛道。

OTC是英文Over The Counter的缩写，国际上通称为非处方药。非处方药是相对处方药（Rx）而言，是指那些不需要医生处方，消费者可直接从药店或药房购买的药物。消费者可凭借自己所掌握的医药知识，借助药品标签，对轻微短期病症进行自我药疗，在药剂师指导下有选择地购买药品，并按规定的方法使用。

中国非处方药行业市场规模持续增大，市场规模由2015年的2400亿元上升至2022年的3596亿元，年复合增长率达到5.95%，保持着稳定的增长态势。受到人口老龄化、居民自我药疗意识增强等因素驱动，未来中国非处方药市场规模仍将进一步扩大。

中国非处方药细分产品主要有感冒药、肠胃用药、皮肤用药、止咳化痰、妇科用药、解热镇痛、其他，其中感冒药占比最重，占据了非处方药17%的市场份额，肠胃用药占比第二，占据了非处方药9%的市场份额，皮肤用药占比8%，占据了非处方药8%的市场份额，止咳化痰占比7%，妇科用药占比6%，解热镇痛占比2%，其他占比49%。

近几年以来，中国医药产业的主要经济指标占全国全部工业总额的比重逐步提高，医药产业在国民经济中的比重也不断增加。随着我国产业结构的调整，虽然医药产业仍然不是我国的支柱产业，但它在国民经济中的比重不断增加，地位日益突出，说明它的重要性逐渐彰显出来，成为国民经济的重要组成部分。

我国OTC药品行业未来发展前景广阔，将迎来新的机遇和挑战。在面对市场竞争日益激烈的情况下，企业需要不断提高自主创新能力、提升产品质量、优化渠道管理和加强品牌建设等方面的工作，以适应市场的变化和消费者的需求。同时政府也需要加强监管，规范市场秩序，推动行业的健康发展。

《2024-2030年中国OTC药品行业市场全景评估及投资前景规划报告》是智研咨询重要成果

，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是OTC药品领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

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 2023年中国医药行业的运行现状分析

### 第一节 2023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 2023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 2023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 2023年全球OTC行业市场行业发展状况分析

##### 第一节 2023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 2023年全球OTC行业市场竞争格局分析

##### 第三节 2024-2030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 2023年世界主要国家OTC行业运行情况分析

##### 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 2023年中国OTC药品市场发展动态分析

### 第一节 2023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 2023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 2023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 2023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 2023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

### 第二节 2023年OTC营销调研浅析

### 第三节 2023年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比

### 第四节 2023年OTC市场营销存在的问题及对策

### 第五节 2023年OTC药品市场营销的挑战及趋势

## 第七章 2023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 2023年国内医药研发动态

### 第三节 2023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O T C市场

第四节 2023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 2023年药品市场的专利分析

第八章 2023年中国感冒药市场运行形势分析

第一节 2023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 2023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 2023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 2023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 2024-2030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 2023年中国维生素市场运行态势分析

第一节 2023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 2023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、2023年份维生素类重点产品的发展
- 第三节 2023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 2023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 2024-2030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 2023年中国胃肠用药市场运行走势分析

- 第一节 2023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 2023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 2023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 2023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 2024-2030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 2023年中国解热镇痛药市场发展局势分析

### 第一节 2023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 2023年解热镇痛药细分品种的分析

### 第三节 2024-2030年中国解热镇痛药市场的发展趋势

## 第十二章 2023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、2023年中国妇科用药市场的现况

### 第二节 皮肤外用药

### 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、2023年国内咽喉产品的零售市场

#### 四、2023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 2023年中国OTC行业市场竞争格局分析

### 第一节 2023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 2023年OTC药品营销竞争策略

- 一、2023年OTC药品营销策略
- 二、2023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 2024-2030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 2024-2030年中国OTC行业投资战略部署

### 第一节 2023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 2024-2030年中国OTC行业投资机会分析

### 第三节 2024-2030年中国OTC行业投资风险

### 第四节 投资观点

## 第十六章 2024-2030年中国OTC药品市场的前景预测分析

### 第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国OTC所属行业盈利能力预测分析

图表目录：部分

图表1：OTC药品行业定义分类

图表2：OTC药品行业发展历程

图表3：OTC药品产业链分析

图表4：2019-2023年中国OTC药品行业产值走势图

图表5：2019-2023年中国OTC药品市场需求情况

图表6：2019-2023年中国OTC药品行业出口统计情况

图表7：中国OTC药品市场格局分析

图表8：2019-2023年中国OTC药品行业市场规模

图表9：2023年中国OTC药品区域市场规模分析

图表10：2023年中国OTC药品产业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979482.html>