

# 2011-2015年中国OTC药品市场行情动态与投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2011-2015年中国OTC药品市场行情动态与投资方向研究报告》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/201107/445043LIPX.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

### 目录

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一章 非处方药的行业概况          | 1  |
| 第一节 OTC定义与分类介绍         | 1  |
| 一、OTC的定义与标准            | 1  |
| 二、处方药                  | 1  |
| 三、非处方药                 | 1  |
| 四、处方药与非处方药的区别          | 2  |
| 五、OTC产品的分类             | 2  |
| 第二节 OTC产品的特性           | 3  |
| 一、医药行业特性               | 3  |
| 二、OTC药品的特性             | 6  |
| 三、OTC药品的五大特征           | 6  |
| 四、OTC市场的独特地位和特点        | 7  |
| 第三节 药品分类管理相关法规和政策说明    | 8  |
| 第四节 OTC管理制度            | 10 |
| 一、国外OTC的管理制度           | 10 |
| 二、我国OTC制度建设            | 11 |
| 三、建立OTC制度处方监管是核心       | 11 |
| 第二章 2010年中国医药行业的运行现状分析 | 14 |
| 第一节 2010年中国医药行业的发展分析   | 14 |
| 一、中国医药工业总体增长较快         | 14 |
| 二、中国医药行业销售收入及应收帐款情况    | 16 |
| 三、中国医药行业的经济效益及成本费用     | 16 |
| 四、中国医药行业运行主要影响因素       | 20 |
| 第二节 2010年中国医药行业发展存在的问题 | 21 |
| 一、医药行业发展面临的生存危机        | 21 |
| 二、中国医药行业存在的问题          | 22 |
| 三、医药行业发展遇到的三大政策困境      | 24 |
| 四、影响中国中医药发展的现实问题综述     | 24 |
| 第三节 2010年中国医药行业的发展对策   | 27 |
| 一、实现中国医药强国目标之措施        | 27 |
| 二、发展医药行业的措施            | 28 |
| 三、医药企业选择技术创新模式的建议      | 29 |

### 第三章 2010年全球OTC行业市场行业发展状况分析 31

#### 第一节 2010年国际OTC药品市场的总体概况 31

一、OTC市场是全球医药业发展的重要领域 31

二、世界OTC市场的发展回顾 32

三、国际非处方药转换市场的简析 33

四、亚太地区非处方药市场的发展概况 35

#### 第二节 2010年全球OTC行业市场竞争格局分析 38

#### 第三节 2011-2015年全球OTC市场展望分析 39

一、处方药向OTC转换 39

二、DTC营销 39

三、市场开发的成长机会 39

四、医药工业全球化 39

### 第四章 2010年世界主要国家OTC行业运行情况分析 41

#### 第一节 美国 41

一、美国医药行业发展现状分析 41

二、美国OTC药物市场持续上涨的概况 46

三、美国OTC药企广告支出增长边际利润下降 47

四、美国FDA批准用于减肥的非处方药 48

#### 第二节 日本 49

一、日本医药行业的总体回顾 49

二、日本药品零售市场迅猛增长扩大经营范围 50

三、日本非处方药市场的发展稳定 51

四、日本OTC市场的发展存在着矛盾 52

#### 第三节 欧洲 53

一、欧洲OTC经销业的发展将发生改变 53

二、英国政府将放宽对非处方药品的管理 53

三、法国政府鼓励非处方药市场的发展 54

### 第五章 2010年中国OTC药品市场发展动态分析 55

#### 第一节 2010年中国OTC药品市场的发展概况 55

一、OTC市场的发展综述 55

二、中国非处方药市场的发展扩容 56

三、OTC市场经营模式的分类综述 57

四、医药OTC三级市场操作模式简析 60

#### 第二节 2010年非处方药市场的消费者行为简析 66

一、OTC消费者市场的内容 66

- 二、影响OTC购买者行为的主要因素 68
- 三、OTC消费者的决策 69
- 四、OTC药品的购买过程 70
- 第三节 2010年OTC药品市场沟通组合以及其意义 72
  - 一、OTC药品市场的沟通过程 72
  - 二、OTC药品市场沟通组合 73
  - 三、市场沟通的构成要素 73
  - 四、OTC药品市场沟通的意义 74
  - 五、确定沟通和促销组合须考虑的因素 74
  - 六、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤 77
- 第四节 2010年中国OTC药品市场发展存在的问题及对策 78
  - 一、中国OTC市场的发展缺乏领导品牌 78
  - 二、OTC药品的包装成为医药市场竞争的盲点 79
  - 三、非处方药品市场发展的七大策略 83
  - 四、多层次资本市场的发展可以从OTC入手 84
  - 五、药品陈列成为OTC市场创造最大利润的有效途径 86
- 第六章 2010年中国OTC药品的市场营销战略研究 90
  - 第一节 OTC药品营销概况 90
    - 一、OTC市场营销管理是药企推广市场的关键 90
    - 二、OTC药品已经向保健品营销方式发展 93
    - 三、OTC医药营销模式的变革以及创新的综述 94
    - 四、OTC药品和保健品现行销售模式的思考 97
  - 第二节 2010年OTC营销调研浅析 102
    - 一、市场调研与营销调研的含义 102
    - 二、营销调研的作用及意义 103
    - 三、OTC营销调研的范围 105
  - 第三节 2010年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比 109
    - 一、OTC市场终端概述 109
    - 二、药店市场终端及营销策略 113
    - 三、医院市场终端及营销策略 118
    - 四、OTC市场终端模式展望 121
  - 第四节 2010年OTC市场营销存在的问题及对策 122
    - 一、OTC药品市场营销存在的五个陷阱 122
    - 二、OTC营销面临的四大软肋 125
    - 三、有效性成为OTC营销发展的硬伤 127

- 四、OTC市场营销应以拉动为主推动为辅 131
- 五、走出OTC终端带金销售泥潭的建议 135
- 六、医药企业OTC市场未来营销的发展道路 139
- 第五节 2010年OTC药品市场营销的挑战及趋势 145
  - 一、零售终端连锁化的趋势给OTC终端营销带来新的挑战 145
  - 二、OTC药品市场营销的十大趋势 147
  - 三、情感营销是OTC药品市场营销的新理念 148
- 第七章 2010年中国OTC药品研究开发分析 150
  - 第一节 全球医药研发渐移中国 150
  - 第二节 2010年国内医药研发动态 152
    - 一、肝病新药在我国研制成功 152
    - 二、我国首个治疗丙肝中药新药松栝丸获准生产 152
    - 三、东阿阿胶治疗血栓的新药获得国家新药证书网络 153
    - 四、新药研究国家企业影响医药产品市场前景 154
    - 五、新制剂开发市场四类研制发展方向值得期待 154
  - 第三节 2010年中国企业参与新药研发的最佳切入点 157
    - 一、OTC原研药诞生流程 157
    - 二、OTC研发易于切入 158
    - 三、政策导向是鼓励开发O T C市场 159
  - 第四节 2010年OT江中药业股份有限公司新产品上市一般特点与规律 160
    - 一、中国本土OTC产业新产品上市特点 160
    - 二、中国OT江中药业股份有限公司新产品上市规律 165
  - 第五节 2010年药品市场的专利分析 168
    - 一、中药企业知识产权能力建设待加强 168
    - 二、延长药品专利期限知识产权局还尚未列入议程 172
    - 三、全球有35种药品专利到期 173
    - 四、仿制药是全球药品专利到期后的国际机会 174
- 第八章 2010年中国感冒药市场运行形势分析 175
  - 第一节 2010年中国感冒药市场的分析 175
    - 一、中国感冒药市场的概况 175
    - 二、国内感冒药市场的总体简析 176
    - 三、OTC感冒药市场的发展 177
    - 四、知名品牌主宰着感冒药市场 177
    - 五、中国感冒药市场的销售概况 180
  - 第二节 2010年感冒药细分市场的发展分析 180

- 一、中成药及西药在感冒药市场上的发展 180
- 二、中药感冒药迎来春天化学药仍是全国市场的主导 181
- 三、中药感冒药主力品种优势显现整体市场前景向好 182
- 四、中药感冒药市场的发展亟待大展宏图 182
- 第三节 2010年中国感冒药报刊广告市场竞争简析 183
  - 一、感冒药报刊广告月度投放走势清晰 183
  - 二、全国各区域感冒药报刊广告出现全线回落 184
  - 三、报刊广告市场品牌竞争的压力有所减缓 184
  - 四、感冒药报刊广告市场被知名企业所主宰 185
- 第四节 2010年中国感冒药市场的发展对策 185
  - 一、感冒药非处方药市场的导入策略 185
  - 二、感冒药市场发展不易过度细分 192
  - 三、感冒药市场发展的对策 195
- 第五节 2011-2015年感冒药市场的发展前景 196
  - 一、全球OTC类感冒药及过敏药市场将出现大幅的增长 196
  - 二、感冒药市场的发展趋势 197
  - 三、中西药结合逐渐成为感冒药市场主旋律 198
- 第九章 2010年中国维生素市场运行态势分析 200
  - 第一节 2010年国际维生素产业的发展 200
    - 一、世界维生素市场发展的回顾 200
    - 二、世界维生素市场的发展概况 205
    - 三、国际维生素产业的竞争新格局逐渐成型 206
  - 第二节 2010年中国维生素市场的分析 208
    - 一、维生素的概述及分类 208
    - 二、中国维生素市场的发展概况 210
    - 三、维生素市场的发展速度迅猛 214
    - 四、中国维生素类药物的出口形势简析 214
    - 五、2010年份维生素类重点产品的发展 215
  - 第三节 2010年中国维生素主要热点品种的市场 218
    - 一、中国维生素A市场的价格下降 218
    - 二、维生素C制造业的核心竞争力综述 218
    - 三、中国维C出口价格上涨的原因 223
    - 四、中国维生素C出口稳步增长还需防危机 223
    - 五、中国维生素E市场的浅析 224
  - 第四节 2010年中国复合维生素市场分析 225

- 一、复合维生素保健品市场发展逐渐成熟 225
- 二、中国复合维生素市场的竞争格局简析 225
- 三、复合维生素京沪穗蓉等八大城市的市场概况 227
- 四、复合维生素将发展成为市场的主流产品 228
- 第五节 2011-2015年中国维生素市场的发展趋势分析 229
  - 一、小品种将是维生素产业的发展方向 229
  - 二、中国维生素市场的发展前景 230
- 第十章 2010年中国胃肠用药市场运行走势分析 232
  - 第一节 2010年中国胃肠用药市场的总体概况 232
    - 一、世界胃肠道用药市场的回顾 232
    - 二、胃肠道用药发展的概况 233
    - 三、中国胃动力药及助消化药主要产品市场的综述 233
    - 四、健胃消食片激起中国胃肠药市场战火 235
  - 第二节 2010年中国胃肠道用药报刊广告市场的分析 238
    - 一、市场竞争加剧 238
    - 二、华北东北崛起 239
    - 三、中药勇担主角 239
    - 四、卖点以陈述为主 239
  - 第三节 2010年北京、上海以及广州胃肠用药的零售市场 240
    - 一、胃肠用药零售的市场特点 240
    - 二、重点品种分析 240
  - 第四节 2010年中国抗消化性溃疡药物市场分析 241
    - 一、消化性溃疡药市场的总体概况 241
    - 二、国内抗消化性溃疡药物的研发动态 242
    - 三、抗消化性溃疡药物的市场份额综述 245
    - 四、国内抗消化性溃疡药的医院市场竞争力简析 246
  - 第五节 2011-2015年中国胃肠用药市场的发展对策及前景 247
    - 一、中国肠胃用药市场的发展要以招商为先 247
    - 二、胃肠病用药的发展前景广阔 249
    - 三、治疗消化系统疾病药品的市场发展潜力巨大 250
- 第十一章 2010年中国解热镇痛药市场发展局势分析 251
  - 第一节 2010年中国解热镇痛药的总体概况 251
    - 一、中国解热镇痛药市场的回顾 251
    - 二、国内解热镇痛药市场的优势显现 251
    - 三、解热镇痛药市场的产销分析 252



- 四、解热镇痛抗炎药的零售市场综述 252
- 第二节 2010年解热镇痛药细分品种的分析 254
  - 一、扑热息痛、阿司匹林和布洛芬原料药的出口概况 254
  - 二、国内阿司匹林市场出口保持稳定价格略有下降 255
  - 三、中国老牌镇痛药扑热息痛的出口显现新的动态 255
  - 四、布洛芬市场的总体分析 256
  - 五、萘普生原料药的潜力有待挖掘 258
- 第三节 2011-2015年中国解热镇痛药市场的发展趋势 259
  - 一、国外非处方镇痛药市场非甾体类将占据5成的份额 259
  - 二、美国解热镇痛药市场的发展趋势 259
  - 三、中国解热镇痛原料药市场有着广阔前景 260
  - 四、疼痛类用药期盼着社区发展的春天 260
- 第十二章 2010年中国其他OTC药品的市场监测分析 262
- 第一节 妇科外用药 262
  - 一、妇科炎症用药市场的现状透析 262
  - 二、妇科炎症用药市场细分逐渐明显 266
  - 三、2010年中国妇科用药市场的现况 269
- 第二节 皮肤外用药 270
  - 一、抗真菌产品在皮肤外用药市场处领先地位 270
  - 二、皮肤科外用药市场的综述 272
  - 三、中国皮肤外用药市场的规模冲破60亿 273
  - 四、皮肤外用药京沪穗三地零售市场已接近饱和 275
- 第三节 咽喉用药 276
  - 一、咽喉用药市场的整体概况 276
  - 二、中国咽喉口腔用药零售市场简析 279
  - 三、2010年国内咽喉产品的零售市场 281
  - 四、2010年中国咽喉疾病用药报刊广告市场分析 282
  - 五、咽喉疾病用药市场细分成为老产品新的出路 284
- 第十三章 2010年中国OTC行业市场竞争格局分析 288
- 第一节 2010年我国医药行业的SWOT分析 288
  - 一、我国医药行业优势领域 288
  - 二、医药行业面临的挑战及应对措施 290
  - 三、我国医药企业的主要问题 293
- 第二节 2010年年OTC药品营销竞争策略 295
  - 一、2010年OTC药品营销策略 295

- 二、2010年OTC市场的营销战术及管理 301
- 三、医药企业OTC市场未来营销之路 301
- 四、走品牌之路将是OTC发展的途径 306
- 第三节 2009-20112年中国OTC行业市场竞争态势预测分析 307
- 第十四章 2010年中国OTC行业重点企业竞争力与关键性数据分析 309
- 第一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司 309
- 第二节 云南白药集团股份有限公司 312
- 第三节 哈药集团股份有限公司 317
- 第四节 江中药业股份有限公司 321
- 第五节 三精制药股份有限公司 324
- 第六节 山东东阿阿胶股份有限公司 329
- 第七节 北京同仁堂股份有限公司 332
- 第八节 九芝堂股份有限公司 336
- 第九节 三九医药股份有限公司 339
- 第十节 西安杨森制药有限公司 343
- 第十五章 2011-2015年中国OTC行业投资战略部署 346
- 第一节 2010年中国医药行业投资概况 346
- 一、医药业将进入黄金投资期 346
- 二、中国医药产业投资准入政策分析 347
- 第二节 2011-2015年中国OTC行业投资机会分析 347
- 一、我国市场潜力巨大 347
- 二、OTC市场方兴未艾 349
- 三、感冒药执掌市场牛耳 349
- 四、中成药前途无量 350
- 五、老年疾病用药以及妇女、儿童用药市场发展迅猛 350
- 六、农村市场亟待开发 351
- 七、零售药品市场在竞争中继续快速增长 351
- 第三节 2011-2015年中国OTC行业投资风险 351
- 第四节 权威专家投资观点 352
- 第十六章 2011-2015年中国OTC药品市场的前景预测分析 353
- 第一节 2011-2015年中国医药行业的发展趋势分析 353
- 一、医药行业迎来药品降价不降利的新时代 353
- 二、医药市场发展趋势 355
- 第二节 2011-2015年中国OTC药品市场的发展趋势 355
- 一、中国将发展成为国际最大的OTC市场 355

二、持续整合是未来中国OTC市场发展的态势 356

三、中国非处方药市场的发展潜力巨大 357

四、非处方药市场的发展前景广阔 357

第三节 2011-2015年中国OTC行业盈利能力预测分析 358

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201107/445043LIPX.html>