

2014-2018年中国非处方药 (OTC) 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国非处方药（OTC）市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/xiyao1401/0575045ELI.html>

【报告价格】 纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】 2014-01-09

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国非处方药（OTC）市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了非处方药（OTC）相关概述、中国非处方药（OTC）市场运行环境等，接着分析了中国非处方药（OTC）市场发展的现状，然后介绍了中国非处方药（OTC）重点区域市场运行形势。随后，报告对中国非处方药（OTC）重点企业经营状况分析，最后分析了中国非处方药（OTC）行业发展趋势与投资预测。您若想对非处方药（OTC）产业有个系统的了解或者想投资非处方药（OTC）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

非处方药是指为方便公众用药，在保证用药安全的前提下，经国家卫生行政部门规定或审定后，不需要医师或其他医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般消费者凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在国外又称柜台发售药（Over The Counter，OTC），已成为全球通用的俗称。

中国的OTC药品直接面向消费者，以消费者为中心，消费者自行选购，不需要经过医生，比处方药显出更多的一般消费品的特征，对消费者愿望和需求反应比较敏捷，因而市场具有非常大的潜力。

第一章 非处方药（OTC）相关概述

1.1 OTC简介

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

1.1.4 非处方药和处方药的区别

1.2 OTC药发展概述

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 非处方药的市场特点

1.2.4 非处方药市场的培育形成

第二章 医药行业发展分析

2.1 医药行业发展概况

2.1.1 中国医药产业发展概述

2.1.2 我国医药产业发展特点

- 2.1.3 中医药产业国际化发展分析
- 2.1.4 我国医药行业整合步伐加快
- 2.1.5 我国医药行业竞争力及可持续发展策略分析
- 2.2 2011-2013年医药行业的发展现状
- 2.3 中国医药行业政策分析
- 2.4 中国医药行业存在的问题及发展对策

第三章 OTC药品市场分析

- 3.1 中国OTC市场概况
- 3.2 2011-2013年中国OTC市场销售排名情况
- 3.3 非处方药市场特点及与处方药市场的比较
- 3.4 OTC市场竞争分析
- 3.5 OTC产品包装分析
- 3.6 OTC行业发展存在的问题及建议

第四章 感冒用药市场

- 4.1 感冒药市场发展概况
- 4.2 感冒药危机分析
- 4.3 感冒药细分市场分析
- 4.4 地区感冒药市场分析
- 4.5 感冒药市场存在的问题及发展对策方向

第五章 维生素

- 5.1 维生素市场概况
- 5.2 维生素出口分析
- 5.3 维生素细分品种市场分析
 - 5.3.1 维生素C市场
 - 5.3.2 维生素E市场
 - 5.3.3 B族维生素市场
 - 5.3.4 维生素B1市场
- 5.4 维生素市场发展策略与前景分析

第六章 其它OTC药品细分市场

6.1 胃肠道用药

6.2 皮肤用药

6.3 五官用药

6.4 解热镇痛药

6.5 钙制剂

6.6 心脑血管药

6.7 妇科用药

6.8 抗过敏药

第七章 OTC市场营销分析

7.1 OTC市场营销概况

7.1.1 非处方药市场的营销特征

7.1.2 OTC药品DTC推广模式

7.1.3 我国OTC营销渠道的主要模式

7.1.4 新医改下OTC市场营销面临的机会

7.1.5 中国OTC经典营销案例分析

7.1.6 OTC药品营销发展要点与方向

7.2 OTC市场营销之消费者分析

7.2.1 OTC产品消费特征

7.2.2 OTC市场消费者行为研究

7.2.3 中国OTC市场消费者心理行为特点

7.2.4 城乡OTC市场消费情况比较分析

7.2.5 新形势下OTC消费者营销分析

7.2.6 OTC市场顾客满意营销策略分析

7.3 OTC广告营销分析

7.3.1 OTC广告的作用

7.3.2 OTC广告成功的条件

7.3.3 OTC广告营销八大策略

7.3.4 OTC市场营销广告与终端的平衡策略

7.4 OTC品牌营销分析

7.4.1 OTC市场品牌营销概述

- 7.4.2 OTC品牌营销面临的问题及误区
- 7.4.3 OTC品牌营销策略成败的关键因素
- 7.4.4 OTC品牌营销策略实施准则
- 7.4.5 OTC品牌产品市场终端定价策略
- 7.5 OTC市场营销策略
 - 7.5.1 OTC市场产品运作营销策略
 - 7.5.2 适应市场变化的非处方药营销策略
 - 7.5.3 OTC产品终端营销的几个策略
 - 7.5.4 OTC新产品选经销商遵循的原则
 - 7.5.5 OTC市场正确运用渠道策略
 - 7.5.6 后促销时代的OTC市场运作策略分析

第八章 医药零售行业分析

- 8.1 医药零售行业发展分析
 - 8.1.1 中国药品零售业发展沿革
 - 8.1.2 我国药品零售业发展现状分析
 - 8.1.3 政策导向下药品零售业发展动向
 - 8.1.4 我国药品零售市场产品销售情况分析
 - 8.1.5 医药零售网络市场运行态势分析
 - 8.1.6 我国医药零售市场的发展潜力较大
- 8.2 新医改下医药零售行业分析
 - 8.2.1 国家颁布基本药物零售指导价
 - 8.2.2 新医改推动医药零售业迈入洗牌期
 - 8.2.3 新医改下药品零售业发展形势探析
 - 8.2.4 应对新医改药品零售发展对策分析
 - 8.2.5 新医改下医药零售业直供模式发展分析
- 8.3 中国医药零售连锁行业的发展
 - 8.3.1 我国医药零售连锁市场格局发展回顾
 - 8.3.2 2013年中国连锁药店发展现状分析
 - 8.3.3 制药企业经营连锁药店条件分析
 - 8.3.4 连锁药店的赢利模式发展及展望
- 8.4 医药零售行业竞争分析

- 8.4.1 我国区域药品零售市场竞争形势分析
- 8.4.2 新医改政策驱使零售业将成争夺焦点
- 8.4.3 我国药品零售业新进入者分析
- 8.4.4 新医改竞争环境下药品零售业竞争策略分析
- 8.5 医药零售业联盟分析
 - 8.5.1 我国医药零售行业联盟现象盛行
 - 8.5.2 药品零售联盟发展状况分析
 - 8.5.3 医药零售业联盟的发展特点分析
 - 8.5.4 医药零售采购联盟及趋势分析

第九章 OTC药品重点生产企业

- 9.1 哈药集团有限公司
 - 9.1.1 公司简介
 - 9.1.2 经营状况分析
- 9.2 华润三九医药股份有限公司
 - 9.2.1 公司简介
 - 9.2.2 经营状况分析
- 9.3 江中集团有限公司
 - 9.3.1 公司简介
 - 9.3.2 经营状况分析
- 9.4 北京同仁堂（集团）有限责任公司
 - 9.4.1 公司简介
 - 9.4.2 经营状况分析
- 9.5 广州医药集团有限公司
 - 9.5.1 公司简介
 - 9.5.2 经营状况分析
- 9.6 山东东阿阿胶股份有限公司
 - 9.6.1 公司简介
 - 9.6.2 经营状况分析
- 9.7 修正药业集团
- 9.9 西安杨森制药有限公司
- 9.9 中美天津史克制药有限公司

第十章 OTC药品发展前景展望

10.1 医药行业的发展前景

10.1.1 “十二五”期间我国医药工业发展形势展望

10.1.2 “十二五”我国医药行业的发展方向

10.1.3 中国医药市场发展预测

10.2 2011-2015全国药品流通行业发展规划纲要

10.2.1 指导思想与发展目标

10.2.2 主要任务

10.2.3 主要政策和措施

10.3 OTC市场前景趋势分析

10.3.1 我国OTC市场发展空间巨大

10.3.2 2014-2018年中国非处方药市场规模预测分析

10.3.3 新医改下OTC市场面临的机会

10.3.4 OTC市场呈现两大趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1401/0575045ELI.html>