

2022-2027 年中国非处方药（OTC）市场研究与营销渠道分析报告

内容概要：

非处方药（OTC）指消费者可不经医生处方，直接从药房或药店购买的药品，而且不在医疗专业人员指导下就能安全使用。OTC 在投放市场前，已经过多年的临床检验，药品质量稳定、疗效确切、安全性高，且使用方便，适于患者自我治疗。

我国 OTC 主要包括感冒类（感冒、咳嗽和其他呼吸系统用药）用药、解热镇痛类、胃肠用药、维生素&矿物质和其他营养补充剂、泌尿系统用药和皮肤用药等几大类，主要为常用药物。其中感冒用药在市场中占据主导地位，增长趋于平稳。

对于 OTC 企业而言，良好品牌塑造和终端维护是企业稳定发展的两个重要因素。从品牌 OTC 企业 and 非品牌 OTC 企业在整个价值链上的对比可以看出，品牌 OTC 企业凭借良好的品牌效应，可以在 OTC 渠道中获取产业链约 80%左右的利润；而非品牌 OTC 企业由于需要经销商及终端网点的推广和销售，只能将大部分利润让给渠道和销售终端，成为底价出货的廉价生产者。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对非处方药（OTC）行业的基本概况、政策及社会环境、技术发展现状、市场规模、营销渠道模式、需求市场状况、市场发展前景及趋势等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、药监局、卫健委、中国医药工业信息中心、中国医药行业协会、中国医药商业协会、中国非处方药物协会、中国药学会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为非处方药（OTC）行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解非处方药（OTC）行业现状和市场动态，把握投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 8800

英文版价格：USD 7600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

2022-2027 年中国非处方药（OTC）市场研究与营销渠道分析报告

■ 报告目录

第 1 章 非处方药（OTC）行业发展综述

1.1 非处方药行业概述

1.1.1 非处方药概念

1.1.2 非处方药和处方药对比

1.1.3 可自我治疗的常见症状

1.1.4 非处方药主要类别

（1）感冒类用药

（2）解热镇痛类药物

（3）消化系统和其他肠道药物

（3）维生素、矿物质和其他营养补充剂

（4）泌尿生殖系统用药

（5）皮肤用药

1.2 非处方药品种结构分布

第 2 章 非处方药（OTC）行业发展环境分析

2.1 非处方药行业政策环境分析

2.1.1 行业管理体制

2.1.2 行业主要政策汇总

2.2 非处方药行业社会环境分析

2.2.1 人口老龄化程度

2.2.2 居民消费水平情况

2.2.3 居民疾病患病率

2.2.4 居民保险覆盖情况

2.2.5 居民健康意识

第 3 章 我国非处方药（OTC）行业市场分析

3.1 医药产业市场发展分析

3.2 非处方药行业市场规模分析

3.2.1 非处方药数量情况

3.2.2 非处方药市场规模分析

3.2.3 非处方药电商市场发展分析

3.3 我国非处方药产品综合统计排行榜

3.3.1 非处方药产品综合统计排名（中成药）

3.3.2 非处方药产品综合统计排名（化学药）

3.3.3 非处方药生产企业综合统计排名

第 4 章 我国非处方药（OTC）行业营销渠道分析

4.1 营改增对医药流通领域影响分析

4.2 两票制对医药流通领域影响分析

4.3 非处方药行业主要销售模式分析

4.4 非处方药主要销售终端

4.4.1 药店

4.4.2 医院

4.4.3 其他终端

4.5 非处方药市场价格发展趋势

第 5 章 我国品牌 OTC 发展分析

5.1 品牌是 OTC 企业的核心竞争力

5.1.1 品牌药品溢价能力强

5.1.2 品牌药品在零售终端占主导

5.1.3 品牌药品壁垒越来越深

5.2 我国品牌 OTC 企业发展分析

5.2.1 品牌 OTC 企业价值链分析

5.2.2 普通 OTC 企业价值链分析

5.2.3 OTC 主要的终端拦截方式

第 6 章 我国非处方药（OTC）需求市场分析

6.1 医疗卫生机构诊疗人次

6.2 消费者主要购药动因分析

6.3 非处方药（OTC）行业前景展望

6.3.1 居民支付能力提升

6.3.2 农村市场需求潜力巨大

6.3.3 处方药持续向 OTC 转换

6.3.4 电商医药市场前景广阔

6.4 我国非处方药市场发展趋势

■ 图表目录

图表详情见报告原文。

报告咨询及订购需求请致电 400-6630-998！

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：2013746518 3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】 本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。