

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

报告定制：可按需专项定制

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

产业规划 商业计划书

园区规划 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

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：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。