|  |
| --- |
| [OTC药品行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/3/92/OTCYaoPinShiChangDiaoChaBaoGao.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [OTC药品行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/3/92/OTCYaoPinShiChangDiaoChaBaoGao.html) |
| 报告编号： | 1A08923　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/3/92/OTCYaoPinShiChangDiaoChaBaoGao.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　OTC药品即非处方药，是指不需要医生处方即可在药店或超市购买的药品，涵盖止痛药、感冒药、消化药等多个品类。近年来，随着消费者自我健康管理意识的增强和药品分类管理制度的完善，OTC药品市场呈现出稳定增长的态势。同时，OTC药品的研发和宣传更加注重消费者教育，提供详尽的使用说明和健康提示，增强了消费者的用药安全性和合理性。  
　　未来，OTC药品行业将更加注重精准化和个性化。一方面，随着生物技术的进步，OTC药品将向靶向治疗、精准剂量方向发展，如开发针对特定基因型的感冒药、疼痛管理药物，提高治疗效果。另一方面，OTC药品将融入更多健康管理和预防保健功能，如开发含有益生菌、维生素等成分的复合型产品，满足消费者对综合健康解决方案的需求。此外，随着全球药品监管政策的趋同，OTC药品企业需加强国际法规研究，提升产品的全球市场准入能力。  
　　otc是非处方药的意思即指“可以在柜台上销售的药品”。一般的定义是“普通人能自行购买并控制用法和用量的药物”，它们在药店甚至商场的超市中都能买到，也就是指消费者不需要持有医生处方就可直接从药房或药店购买的药物。OTC药品市场分析研究报告指出：继保健品热销之后，国内近两年逐渐兴起了一场otc（非处方药）消费热潮。OTC药品的兴起，是医疗体制与生活水平提高互动的结果。otc的消费，重新定义了药品销售大格局，药店一跃成为药品零售业的重要销售渠道。otc营销大趋势为药品市场提供了新的商机，也带来了更多挑战。  
　　生活质量的改善，素质的提高，保键意识的增强，现代人懂得了自我医疗，“大病进医院，小病进药店”的观念开始流行，药店消费成为了人们新的增长点。OTC药品市场分析研究报告显示：周边地区，特别是经济较发达的沿海农村，由于用药水平的提高，人们进药房购买日常保健药，成为了新的可能。再加上公费医疗，使得自费购药群体不断扩大，又OTC药品消费方便、省时、省力，而且价格较医院便宜，消费者更能接受。如遇上感冒、轻微的身体不适，只要是常见病，人们往往选择药房买药。  
  
第一章 otc行业发展综述  
　　第一节 otc行业概述  
　　　　一、otc的定义  
　　　　二、处方药和非处方药的区别  
　　　　三、otc产品分类  
　　第二节 otc产品特性  
　　　　一、OTC药品特点  
　　　　二、otc所属医药行业的特性  
　　　　三、otc行业地位分析  
  
第二章 otc行业发展状况分析  
　　第一节 全球otc行业发展状况分析  
　　　　一、全球otc行业发展分析  
　　　　　　1、全球药品市场需求情况  
　　　　　　2、全球otc行业发展历程  
　　　　　　3、全球otc行业市场规模  
　　　　　　4、全球OTC药品销售品种  
　　　　二、主要国家和地区otc市场发展分析  
　　　　　　1、美国otc市场发展分析  
　　　　　　2、日本otc市场发展分析  
　　　　　　3、欧洲otc市场发展分析  
　　　　三、全球主要国家的otc药物政策  
　　　　　　1、有关otc药物的销售使用  
　　　　　　2、有关otc药物的广告宣传、标识等  
　　　　　　3、有关otc药物转换的规定  
　　　　四、全球otc药物管理模式分析  
　　　　　　1、药品分类  
　　　　　　2、注册与转换  
　　　　　　3、技术标准与规范  
　　　　　　4、传统药作为otc药物的管理模式  
　　　　五、全球otc行业市场竞争状况  
　　　　六、全球otc行业发展趋势  
　　第二节 中国otc行业发展状况分析  
　　　　一、中国医药行业发展分析  
　　　　　　1、中国医药行业发展现状  
　　　　　　2、国内药品市场需求情况  
　　　　　　3、医改政策对中国医药行业的影响  
　　　　　　4、医药行业景气度分析  
　　　　　　5、中国医药行业发展趋势  
　　　　二、中国otc行业生产状况  
　　　　三、中国otc行业市场规模  
　　　　四、中国otc市场销售品种及品类结构  
　　　　五、中国otc行业发展主要特点  
　　第三节 中国otc行业供求分析  
　　　　一、中国otc行业供求分析  
　　　　　　1、中国otc市场需求分析  
　　　　　　2、中国otc市场供给分析  
　　　　二、中国otc行业供求影响因素  
　　　　　　1、otc行业供给关系因素  
　　　　　　2、otc行业需求关系因素  
  
第三章 otc市场营销模式分析  
　　第一节 OTC药品营销模式分析  
　　　　一、消费者OTC药品消费行为  
　　　　二、OTC药品营销渠道模式  
　　　　三、OTC药品销售终端模式  
　　　　　　1、OTC药品销售终端分布  
　　　　　　2、零售终端模式  
　　　　　　3、医院终端模式  
　　　　四、OTC药品营销模式发展趋势  
　　　　　　1、药店营销模式趋势分析  
　　　　　　2、新兴营销模式趋势分析  
　　第二节 零售药店销售情况  
　　　　一、零售药店数量及地区分布  
　　　　二、零售药店药品销售规模  
　　　　三、零售药店结构变化分析  
　　　　四、连锁零售药店销售情况  
　　　　　　1、连锁零售药店数量规模  
　　　　　　2、连锁零售药店销售规模  
　　　　　　3、连锁零售药店竞争情况  
　　　　五、零售药店发展趋势与前景  
　　第三节 otc行业营销策略分析  
　　　　一、OTC药品品牌营销策略  
　　　　　　1、我国otc品牌常见的问题  
　　　　　　2、otc品牌营销策略关键因素  
　　　　　　3、otc品牌营销策略实施准则  
　　　　二、OTC药品广告营销策略  
　　　　　　1、广告创意与表现追求差异化  
　　　　　　2、合理定位广告诉求点  
　　　　　　3、选择有效传播媒介  
　　　　　　4、将专业人士纳入广告诉求对象  
　　　　　　5、软硬广告搭配  
　　　　　　6、情感、理性诉求结合  
　　　　三、OTC药品包装营销策略  
　　　　　　1、药品包装设计程序  
　　　　　　2、重视理论包装  
　　　　　　3、打造药品核心竞争力——包装概念  
　　　　　　4、实物包装塑造区隔，形成品牌文化  
　　　　　　5、注重终端展示——视觉营销  
　　　　　　6、做好药品包装延伸  
　　　　四、OTC药品营销案例分析  
　　　　　　1、仁和药业  
　　　　　　2、江中药业  
　　　　　　3、珍视明药业  
　　　　　　4、葵花药业  
  
第四章 2019-2024年中国OTC药品行业重点企业竞争力分析  
　　第一节 OTC药品重点企业  
　　　　一、公司基本情况  
　　　　二、公司主要财务指标分析  
　　　　三、公司投资情况  
　　　　四、公司未来战略分析  
　　第二节 OTC药品重点企业  
　　　　一、公司基本情况  
　　　　二、公司主要财务指标分析  
　　　　三、公司投资情况  
　　　　四、公司未来战略分析  
　　第三节 OTC药品重点企业  
　　　　一、公司基本情况  
　　　　二、公司主要财务指标分析  
　　　　三、公司投资情况  
　　　　四、公司未来战略分析  
　　第四节 OTC药品重点企业  
　　　　一、公司基本情况  
　　　　二、公司主要财务指标分析  
　　　　三、公司投资情况  
　　　　四、公司未来战略分析  
　　第五节 OTC药品重点企业  
　　　　一、公司基本情况  
　　　　二、公司主要财务指标分析  
　　　　三、公司投资情况  
　　　　四、公司未来战略分析  
  
第五章 2024-2030年中国OTC药品发展趋势分析  
　　第一节 2024-2030年中国OTC药品产业前景展望  
　　　　一、济研：2024年中国OTC药品发展形势分析  
　　　　二、发展OTC药品产业的机遇及趋势  
　　　　三、未来10年中国OTC药品产业发展规划  
　　　　四、2024-2030年中国OTC药品产量预测  
　　第二节 2024-2030年OTC药品产业发展趋势探讨  
　　　　一、2024-2030年OTC药品产业前景展望  
　　　　二、2024-2030年OTC药品产业发展目标  
  
第六章 专家观点与研究结论  
　　第二节 [^中^智^林]报告主要研究结论  
  
图表目录  
　　图表 1：otc（非处方药）与rx（处方药）的主要区别  
　　图表 2：otc产品分类  
　　图表 3：2019-2024年医药行业工业总产值与同期gdp增长率比较（单位：%）  
　　图表 4：2019-2024年我国otc市场规模及其占gdp比重趋势图（单位：亿元，%）  
　　图表 5：2019-2024年我国otc市场规模占医药行业比重趋势图（单位：%）  
　　图表 6：2019-2024年全球药品市场销售额及增长率（单位：亿美元，%）  
　　图表 7：2024-2030年全球各地区药品销售情况及预测（单位：亿美元，%）  
　　图表 8：2019-2024年全球otc市场规模（单位：亿美元，%）  
　　图表 9：美国OTC药品主要治疗领域分布（按用药金额）（单位：%）  
　　图表 10：2019-2024年美国otc市场规模（单位：亿美元）  
　　图表 11：2024-2030年美国otc市场容量预测（单位：亿美元）  
　　图表 12：美国otc市场主要企业及市场份额（单位：%）  
　　图表 13：美国OTC药品主要销售渠道及各渠道所占比重（单位：%）  
　　图表 14：美国OTC药品销售渠道细分  
　　图表 15：部分国家药品分类情况  
　　图表 16：欧洲部分国家对非处方药的管理和控制  
　　图表 17：药品分类表  
　　图表 18：2019-2024年我国医药行业工业总产值及其增长（单位：亿元，%）  
　　图表 19：2019-2024年我国医药行业产销率变化情况（单位：%）  
　　图表 20：2019-2024年我国七大类医药商品销售情况（单位：亿元，%）  
　　图表 21：2019-2024年我国七大类医药商品购进价值及增长率（单位：亿元，%）  
　　图表 22：2019-2024年中国七大类医药商品分产品销售情况（单位：亿元）  
　　图表 23：2024年医改五大政策实施情况  
　　图表 24：2024年卫生工作要点概况  
　　图表 25：中国医药行业需求驱动因素  
　　图表 26：2024-2030年医药行业销售收入及预测（单位：亿元，%）  
　　图表 27：2024-2030年医药行业表观消费量及预测（单位：万吨，%）  
　　图表 28：2019-2024年我国医药品进出口总额预测情况（单位：亿美元，%）  
　　图表 29：2019-2024年我国医药品进口总额预测情况（单位：亿美元，%）  
　　图表 30：2019-2024年我国医药品出口总额预测情况（单位：亿美元，%）  
　　图表 31：2019-2024年中国otc市场规模及增长率（单位：亿元，%）  
　　图表 32：2019-2024年中国药品市场和otc市场销售增长情况对比（单位：%）  
　　图表 33：2019-2024年中国otc药物各大类销售份额（单位：%）  
　　图表 34：2019-2024年中国otc药物各小类销售份额（单位：%）  
　　图表 35：消费者OTC药品消费行为  
　　图表 36：OTC药品市场的三大块  
　　图表 37：OTC药品营销渠道  
　　图表 38：2019-2024年我国OTC药品在医院和零售市场销售比重（单位：%）  
　　图表 39：2019-2024年我国零售药店数量及增长情况（单位：家，%）  
　　图表 40：我国零售药店地区分布（单位：%）  
　　图表 41：我国零售药店数量排名前10省市（单位：%）  
　　图表 42：2019-2024年全国药店零售总规模（单位：亿元）  
　　图表 43：2019-2024年全国药店药品和非药品销售规模及占比情况（单位：亿元，%）  
　　图表 44：2019-2024年全国药品大类市场规模及份额变化情况（单位：亿元，%）  
　　图表 45：2024-2030年全国药店非药品类销售份额结构（单位：%）  
　　图表 46：2019-2024年全国零售药店OTC药品和处方药规模和份额变化情况（单位：亿元，%）  
　　图表 47：2019-2024年全国零售规模前30名药品品类（单位：百万元，%）  
　　图表 48：2019-2024年零售药店结构变化（单位：%）  
　　图表 49：2019-2024年连锁药店及单体药店数量（单位：家）  
　　图表 50：2019-2024年我国连锁药店数量变化情况（单位：家，%）  
　　图表 51：2019-2024年我国连锁药店销售规模及增长情况（单位：亿元，%）  
　　图表 52：连锁药店10强销售额/分店数量变化（单位：万元，家，%）  
　　图表 53：连锁药店10强销售额情况（单位：万元）  
　　图表 54：2019-2024年我国药店连锁准入标准变化（单位：亿元）  
　　图表 55：2019-2024年连锁药店市场集中度变化（单位：%）  
略……

了解《[OTC药品行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/3/92/OTCYaoPinShiChangDiaoChaBaoGao.html)》，报告编号：1A08923，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/3/92/OTCYaoPinShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！