2026-2031年全球及中国OTC（非处方药）行业发展前景展望与投资机遇分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：OTC产业综述/产业画像/研究说明
1.1 OTC产业综述
1.1.1 OTC的界定
1、OTC（非处方药）的定义
2、处方药和非处方药的区别
3、OTC（非处方药）的特征
1.1.2 OTC的分类
1.1.3 OTC所处行业
1.1.4 OTC市场监管
1.2 OTC产业画像
1.2.1 OTC产业链结构示意图
1.2.2 OTC产业链生态全景图
1.2.3 OTC产业链区域热力图
1.3 OTC研究说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 本报告研究统计方法
——现状篇——
第2章：全球OTC行业发展概况及经验借鉴
2.1 全球OTC发展历程/阶段
2.2 全球OTC市场规模/体量
2.3 全球OTC市场供/需现状
2.3.1 全球OTC监管政策模式
1、全球OTC药物管理模式
2、各国OTC药品监管差异
3、全球OTC药物监管规定
2.3.2 全球OTC获批上市产品
2.3.3 全球OTC典型企业布局
2.3.4 全球OTC区域发展格局
2.4 全球OTC细分市场概况
2.4.1 全球OTC细分品类市场结构
2.4.2 全球OTC细分渠道市场结构
2.5 全球OTC市场竞争态势
2.5.1 全球OTC市场竞争梯队
2.5.2 全球OTC并购交易态势
2.6 全球OTC重点区域市场
2.6.1 重点区域OTC市场概况——美国
1、美国OTC政策环境
2、美国OTC发展现状
3、美国OTC竞争格局
2.6.2 重点区域OTC市场概况——日本
1、日本OTC政策环境
2、日本OTC发展现状
3、日本OTC竞争格局
2.6.3 重点区域OTC市场概况——欧洲
1、欧洲OTC政策环境
2、欧洲OTC发展现状
3、欧洲OTC竞争格局

2.7 国外OTC发展经验借鉴
2.8 全球OTC市场前景预测
2.9 全球OTC发展趋势洞悉
第3章：中国OTC行业发展现状及面临挑战
3.1 中国OTC发展历程/阶段
3.2 中国OTC市场规模/体量
3.2.1 中国医药市场规模体量
3.2.2 中国处方药和OTC比重
3.2.3 中国OTC市场规模体量
3.3 中国OTC企业数量
3.3.1 中国OTC企业数量
1、中国OTC制药企业数量
2、中国OTC药品经营企业数量
3.3.2 中国OTC企业入场要求
3.3.3 中国OTC企业入场进程
3.4 中国OTC上市产品数量
3.4.1 非处方药中药和化学药产品数量
3.4.2 非处方药中药目录甲类和乙类产品数量
3.4.3 非处方药化学药品目录甲类和乙类产品数量
3.5 中国“处转非”OTC数量
3.5.1 中国“处转非”OTC数量
3.5.2 中国“处转非”OTC类型
3.6 中国OTC自主品牌建设
3.6.1 中国OTC境内自主品牌数量
3.6.2 中国OTC境内自主品牌分布
3.7 中国OTC典型企业布局
3.8 中国OTC销售/需求现状
3.8.1 我国慢性病患病率情况
3.8.2 慢性病自我诊断现状及趋势
3.8.3 中国OTC企业销售情况
3.9 中国OTC药品集采情况
3.9.1 医药集采模式政策
3.9.2 OTC药品集采事件
3.10 中国OTC市场价格水平
3.10.1 OTC价格影响因素
3.10.2 OTC药品价格水平
3.11 中国OTC企业盈利能力
3.12 中国OTC发展痛点及面临挑战
第4章：中国OTC竞争格局及投融资动态
4.1 中国OTC行业竞争对手分析
4.1.1 中国OTC现有竞争者的竞争程度
4.1.2 中国OTC潜在竞争者的进入威胁
4.1.3 中国OTC替代品厂商的竞争威胁
4.2 中国OTC行业市场结构判断
4.2.1 中国OTC行业市场集中度
4.2.2 中国OTC行业产品差异化的程度
4.2.3 中国OTC行业所处生命周期阶段
4.3 中国OTC行业竞争态势矩阵
4.3.1 中国OTC企业关键成功因素KSF
4.3.2 中国OTC行业竞争者的竞争态势
4.3.3 中国OTC行业竞争者的战略集群
4.4 中国OTC市场竞争梯队分布
4.4.1 中国OTC产品梯队分布
4.4.2 中国OTC营收梯队分布
4.4.3 中国OTC效益梯队分布
4.5 中国OTC市场竞争格局分析
4.5.1 中国非处方药生产企业综合统计排名及名次变动
4.5.2 中国非处方药产品化学药大单品排名
4.5.3 中国非处方药产品中成药大单品排名

4.5.4 中国健康产品非处方药生产企业综合统计排名及名次变动
4.6 中国OTC企业国内外竞争力
4.6.1 本土市场竞争力：本土OTC与跨国OTC
1、本土OTC与跨国OTC销售额占比
2、本土OTC与跨国OTC市场增速对比
3、跨国OTC公司在华竞争策略分析
4.6.2 海外市场竞争力：中国OTC品牌出海
1、中国OTC海外业务收入
2、中国OTC出海布局动态
4.7 中国OTC企业投资并购态势
4.7.1 中国OTC企业投资布局
4.7.2 中国OTC企业兼并重组
4.8 中国OTC企业融资情况解读
4.8.1 中国OTC企业融资渠道
4.8.2 中国OTC企业融资事件
4.8.3 中国OTC热门融资赛道
4.8.4 中国OTC热门融资地区
4.8.5 中国OTC融资轮次分布
第5章：中国OTC技术进展及供应链管理
5.1 OTC进入/退出壁垒
5.1.1 OTC进入壁垒
1、政策准入壁垒
2、资金、技术、人才壁垒
3、品牌壁垒
4、营销网络壁垒
5.1.2 OTC退出壁垒
5.2 OTC人才/基础研发
5.2.1 OTC企业研发人员数量/比重
5.2.2 OTC企业研发投入力度/强度
5.3 OTC投入/成本结构
5.3.1 OTC生产成本结构
5.3.2 OTC产业价值分布
5.3.3 OTC价格传导机制
5.4 配套供应链分析：OTC原料
5.4.1 OTC原料概述
5.4.2 OTC原料价格波动
5.4.3 OTC原料——化学原料药
1、原料药概述
2、原料药市场概况
3、原料药供应商格局
5.4.4 OTC原料——中药饮片
1、中药饮片概述
2、中药饮片市场概况
3、中药饮片供应商格局
5.5 配套供应链分析：OTC辅料
5.5.1 OTC辅料概述
5.5.2 OTC辅料——药用辅料
1、药用辅料概述
2、药用辅料市场概况
3、药用辅料供应商格局
5.5.3 OTC辅料——药用包装
1、药用包装概述
2、药用包装市场概况
3、药用包装供应商格局
第6章：中国OTC细分品类市场发展分析
6.1 OTC畅销品类品牌概况
6.2 OTC细分市场：OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药
6.2.1 OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药概述
6.2.2 OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药企业产品清单

6.2.3 OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药市场发展现状
6.2.4 OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药市场竞争分析
1、化学类
（1）感冒药
（2）止咳化痰平喘药
2、中药类
（1）感冒咳嗽类
（2）感冒抗病毒类
（3）感冒暑湿类
（4）儿科感冒咳嗽类
（5）清热解毒类
（6）止咳化痰平喘类
6.2.5 OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药市场前景预测
6.3 OTC细分市场：OTC消化系统及肠胃用药
6.3.1 OTC消化系统及肠胃用药概述
6.3.2 OTC消化系统及肠胃用药企业产品清单
6.3.3 OTC消化系统及肠胃用药市场发展现状
6.3.4 OTC消化系统及肠胃用药市场竞争分析
1、化学类
2、中药类
（1）肠胃用药类
（2）便秘药泄泻类
（3）儿科消化类
6.3.5 OTC消化系统及肠胃用药市场前景预测
6.4 OTC细分市场：OTC补益类及营养补充剂
6.4.1 OTC补益类及营养补充剂概述
6.4.2 OTC补益类及营养补充剂企业产品清单
6.4.3 OTC补益类及营养补充剂市场发展现状
6.4.4 OTC补益类及营养补充剂市场竞争分析
1、化学药
（1）矿物质类药
（2）矿物质类药
（3）维生素与矿物质类药
2、中药类
（1）补气补血类
（2）补益类
（3）补肾抗衰类
6.4.5 OTC补益类及营养补充剂市场前景预测
6.5 OTC细分市场：OTC镇痛类及皮肤用药
6.5.1 OTC镇痛类及皮肤用药概述
6.5.2 OTC镇痛类及皮肤用药企业产品清单
6.5.3 OTC镇痛类及皮肤用药市场发展现状
6.5.4 OTC镇痛类及皮肤用药市场竞争分析
1、化学药
（1）解热镇痛类
（2）解热镇痛类
2、中药类
6.5.5 OTC镇痛类及皮肤用药市场前景预测
第7章：中国OTC细分渠道市场发展分析
7.1 OTC细分渠道销售规模对比：线上VS线下
7.2 OTC线下细分渠道结构分析：零售药店VS医院VS第三终端
7.3 OTC细分渠道：医院渠道OTC
7.3.1 医院渠道OTC概述
7.3.2 医院渠道OTC销售规模
7.4 OTC细分渠道：药店渠道OTC
7.4.1 药店渠道OTC概述
7.4.2 药店渠道OTC销售规模
7.5 OTC细分渠道：第三终端渠道OTC
7.5.1 第三终端渠道OTC概述

7.5.2 第三终端渠道OTC销售规模
7.6 OTC细分渠道：电商渠道OTC
7.6.1 医药电商销售规模变化
7.6.2 医药电商销售结构变化（处方VS非处方VS双跨）
7.6.3 OTC电商发展概述
7.6.4 OTC电商渠道分布——B2C和O2O规模与增速对比
7.6.5 OTC电商渠道分布——综合电商/医药电商/社交电商
7.6.6 OTC主要电商渠道：天猫
第8章：全球及中国OTC典型企业案例分析
8.1 全球及中国OTC企业梳理对比
8.2 全球OTC企业案例分析
8.2.1 赫力昂（Haleon）（原葛兰素史克）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业OTC业务布局
4、企业OTC在华布局——赫力昂（中国）有限公司
8.2.2 科赴（Kenvue）（原强生非处方药）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业OTC业务布局
4、企业OTC在华布局——科赴中国
8.2.3 拜耳医药（Bayer）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业OTC业务布局
4、企业OTC在华布局——拜耳医药保健有限公司
8.2.4 赛诺菲（Sanofi）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业OTC业务布局
4、企业OTC在华布局——赛诺菲（北京）制药有限公司
8.2.5 雅培（Abbott）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业OTC业务布局
4、企业OTC在华布局——雅培贸易（上海）有限公司
8.3 中国OTC企业案例分析
8.3.1 华润三九医药股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.2 重庆太极实业（集团）股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.3 修正药业集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
3、企业研发投入/专利技术

4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.4 云南白药集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.5 葵花药业集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.6 浙江康恩贝制药股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.7 天士力医药集团股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况及投融资
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.8 东阿阿胶股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
（1）经营情况/营业收入
（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.9 仁和（集团）发展有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
8.3.10 贵州百灵企业集团制药股份有限公司
1、企业基本信息及发展史
2、企业经营情况
（1）经营情况/营业收入

（2）产品结构/主营业务
3、企业研发投入/专利技术
4、企业OTC产品类型
5、企业OTC销售渠道布局
6、企业发展战略&优劣势
——展望篇——
第9章：中国OTC行业政策环境/PEST/SWOT
9.1 中国OTC政策汇总解读（P）
9.2 中国OTC经济环境分析（E）
9.2.1 中国宏观经济发展现状
9.2.2 中国宏观经济发展展望
9.2.3 中国OTC行业发展与宏观经济相关性分析
9.3 中国OTC社会环境分析（S）
9.3.1 中国人口规模及环境
1、人口规模及结构分析
2、中国城镇化现状
3、居民收支情况分析
9.3.2 社会环境对行业发展的影响分析
9.4 中国OTC行业PEST环境总结
9.5 中国OTC行业SWOT分析图
第10章：中国OTC行业发展潜力及前景展望
10.1 中国OTC行业发展潜力评估
10.2 中国OTC行业未来关键增长点
10.2.1 全球公共卫生防疫的加强促进市场增长
10.2.2 国家对医药行业的支持力度不断加大
10.2.3 中国处于创新驱动、转型升级的关键时期
10.3 中国OTC行业发展前景预测
10.4 中国OTC行业发展趋势洞悉
10.4.1中国OTC行业细分市场趋势
10.4.2 中国OTC行业技术创新趋势
10.4.3 中国OTC行业市场竞争趋势
第11章：中国OTC行业发展机遇及策略建议
11.1 中国OTC行业投资风险预警
11.1.1 政策调整风险
11.1.2 市场竞争风险
11.1.3 原材料供应及价格风险
11.1.4 研发风险
11.1.5 产品质量和安全风险
11.2 中国OTC行业投资机遇分析——全产业链配套
11.3 中国OTC行业投资机遇分析——细分领域布局
11.3.1 中游：OTC细分品类布局机会
11.3.2 下游：OTC细分渠道布局机会
11.4 中国OTC行业投资机遇分析——优势区域布局
11.5 中国OTC行业投资价值评估
11.6 中国OTC行业投资策略建议
11.7 中国OTC行业可持续发展建议
11.7.1 OTC行业可持续发展建议——从政府监管角度
11.7.2 OTC行业可持续发展建议——从行业规范角度
11.7.3 OTC行业可持续发展建议——从企业内部角度

图表目录

图表1：处方药和非处方药的区别
图表2：OTC（非处方药）的特征
图表3：甲类OTC和乙类OTC分类
图表4：OTC所处行业

图表5：OTC监管机构
图表6：OTC监管制度
图表7：OTC产业链结构梳理
图表8：OTC产业链生态全景图谱
图表9：OTC产业链区域热力图
图表10：本报告研究范围界定
图表11：本报告权威数据来源
图表12：本报告研究统计方法
图表13：全球OTC发展历程/阶段
图表14：2019-2025年全球OTC市场规模（单位：亿美元）
图表15：药品分类表
图表16：部分国家药品分类情况
图表17：欧洲部分国家对非处方药的管理和控制
图表18：截至2025年美国NDC目录获批上市OTC药品（部分列举）
图表19：截至2025年英国药品获批上市OTC药品（部分列举）
图表20：全球OTC典型企业布局
图表21：2025年全球OTC市场规模地区分布（单位：%）
图表22：2025年全球OTC市场规模各分类占比（单位：%）
图表23：2018-2025年全球OTC药物销售渠道分布（单位：%）
图表24：全球OTC市场竞争梯队分布★
图表25：全球OTC并购交易态势
图表26：2019-2025年美国OTC药物行业市场规模（单位：亿美元）
图表27：美国OTC头部药品企业介绍
图表28：2019-2025年日本OTC药物行业市场规模（单位：亿美元）
图表29：日本OTC头部药品企业介绍
图表30：2019-2025年欧洲OTC药物行业市场规模（单位：亿美元）
图表31：欧洲OTC头部药品企业介绍
图表32：国外OTC发展经验借鉴
图表33：2026-2031年全球OTC市场规模前景预测（单位：亿美元）
图表34：全球OTC发展趋势洞悉
图表35：中国OTC发展历程/阶段
图表36：2018-2025年中国规模以上医药制造企业营业收入（单位：亿元）
图表37：2020-2025年中国处方药和OTC比重（单位：%）
图表38：2021-2025年中国OTC市场规模（单位：亿元）
图表39：2021-2025年中国制药企业数量（单位：家）
图表40：2021-2025年中国药品经营企业数量（单位：万家）
图表41：中国OTC企业入场要求
图表42：中国OTC行业竞争者入场进程（单位：万元）
图表43：截至2025年中国非处方药中药和化学药产品数量（单位：种）
图表44：截至2025年中国非处方药中药目录甲类和乙类产品数量（单位：种）
图表45：截至2025年中国非处方药化学药目录甲类和乙类产品数量（单位：种）
图表46：2021-2025年中国“处转非”OTC数量（单位：种）
图表47：2025年中国“处转非”OTC类型
图表48：2018和2024年中国OTC品牌数量（单位：个）
图表49：2025年中国OTC品牌分布（单位：%）
图表50：中国OTC典型企业布局
图表51：我国居民慢性病患病率情况（单位：%）
图表52：中国慢性病治疗（患者自我诊疗）发展趋势
图表53：2025年中国OTC企业销售情况（单位：万盒、亿元、款）
图表54：中国医药集采模式
图表55：安徽省OTC药品集采内容
图表56：非处方药企业定价需考虑因素分析
图表57：OTC药品院内外价格对比
图表58：2023-2025年中国OTC代表性企业盈利水平（单位：亿元，%）
图表59：中国OTC发展痛点及面临挑战
图表60：中国OTC潜在竞争者的进入威胁
图表61：2025年中国OTC行业市场集中度（单位：%）
图表62：中国OTC行业发展周期
图表63：中国OTC企业成功关键因素（KSF）

图表64：中国OTC行业市场竞争态势
图表65：中国OTC行业企业集群分布
图表66：2025年中国OTC产品竞争梯队
图表67：2025年中国OTC营收竞争梯队
图表68：2025年中国OTC效益竞争梯队
图表69：2022-2025年中国非处方药生产企业综合统计排名及名次变动
图表70：2022-2025年中国非处方药产品化学药大单品排名
图表71：2022-2025年中国非处方药产品中成药大单品排名
图表72：2022-2025年中国健康产品非处方药生产企业综合统计排名及名次变动
图表73：2021-2025年医药零售跨国公司占比（单位：%）
图表74：2025年本土OTC与跨国OTC占比（单位：%）
图表75：2025年跨国及本土企业医药零售各品类增速（单位：%）
图表76：跨国OTC企业品牌塑造
图表77：跨国OTC企业行销与渠道策略
图表78：跨国OTC企业研发创新策略
图表79：2025年中国OTC行业企业海外业务（单位：亿元，%）
图表80：中国OTC行业企业出海布局动态
图表81：2023-2025年中国OTC行业对外投资事件
图表82：2020-2025年中国OTC行业兼并重组事件
图表83：中国OTC产业资金来源
图表84：2021-2025年中国OTC企业融资事件
图表85：2021-2025年中国OTC热门融资赛道（单位：起，%）
图表86：2018-2025年中国OTC热门融资地区（单位：起，%）
图表87：2021-2025年中国OTC热门融资轮次（单位：起，%）
图表88：2025年OTC企业研发人员数量（单位：人，%）
图表89：2025年OTC企业研发费用力度/强度（单位：亿元，%）
图表90：2025年OTC成本结构分析（单位：%）
图表91：2025年中国OTC产业链代表企业的OTC相关业务销售毛利率分布情况
图表92：OTC价值传导分析
图表93：2022-2025年中国中药材综合200价格指数变动情况
图表94：原料药生产特点
图表95：2019-2025年中国化学原料药生产企业数量（单位：家）
图表96：2019-2025年中国化学原料药收入规模体量（单位：亿元，%）
图表97：2025年中国原料药上市企业营收排名TOP10（单位：亿元）
图表98：中国中药饮片加工行业发展总体概况
图表99：2021-2025年中国中药天然药物批准注册数及生产中药饮片企业数量（单位：件，个，家）
图表100：2014-2025年中药饮片加工行业主营业务收入及增长情况（单位：亿元，%）
图表101：2025年中药饮片品牌产品
图表102：医用辅料类型
图表103：2020-2025年中国药用辅料市场规模（单位：亿元）
图表104：中国药用辅料行业主要企业概况
图表105：医用包装材料类型
图表106：2022-2025年药用包装主要公司产量数据（单位：亿支）
图表107：中国药品包装行业主要企业概况
图表108：中国各类别OTC畅销品牌数具体变化情况（单位：个）
图表109：感冒药分类
图表110：感冒药市场消费特征
图表111：OTC感冒咳嗽及呼吸系统用药企业产品清单（单位：亿元）
图表112：2019-2025年中国OTC感冒和咳嗽药物市场规模分析（单位：亿美元）
图表113：2025年中国非处方感冒药TOP10（化学类）
图表114：2025年中国OTC药物止咳化痰类药排名TOP10（化学类）
图表115：2025年中国非处方感冒咳嗽类药TOP10（中药类）
图表116：2025年中国非处方感冒抗病毒类药TOP10（中药类）
图表117：2025年中国非处方感冒暑湿类药TOP10（中药类）
图表118：2025年中国非处方儿科感冒咳嗽类药TOP5（中药类）
图表119：中国非处方清热解毒药TOP10（中药类）
图表120：中国OTC药物止咳化痰药排名TOP10（中药类）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！