2013-2017年中国OTC行业深度调研与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：OTC行业发展综述.....17
1.1 OTC行业概述.....17
1.1.1 OTC的定义.....17
1.1.2 处方药和非处方药的区别.....17
1.1.3 OTC产品分类.....18
1.2 OTC产品特性.....19
1.2.1 OTC药品特点.....19
1.2.2 OTC所属医药行业的特性.....20
1.2.3 OTC行业地位分析.....21
第2章：OTC行业发展状况分析.....23
2.1 全球OTC行业发展状况分析.....23
2.1.1 全球OTC行业发展分析.....23
（1）全球药品市场需求情况.....23
（2）全球OTC行业发展历程.....24
（3）全球OTC行业市场规模.....25
（4）全球OTC药品销售品种.....26
2.1.2 主要国家和地区OTC市场发展分析.....26
（1）美国OTC市场发展分析.....27
（2）日本OTC市场发展分析.....30
（3）欧洲OTC市场发展分析.....32
2.1.3 全球OTC行业发展趋势.....33
2.2 中国OTC行业发展状况分析.....34
2.2.1 中国医药行业发展分析.....34
（1）中国医药行业发展特点.....34
（2）国内医药市场供给情况.....35
（3）国内医药市场需求情况.....35
（4）医药行业发展驱动因素分析.....36
2.2.2 中国OTC行业市场规模.....37
2.2.3 中国OTC市场销售品种及品类结构.....37
2.2.4 中国OTC行业发展主要特点.....39
2.3 中国OTC行业上游原料市场分析.....41
2.3.1 中国化学原料药市场分析.....41
（1）化学原料药市场概况.....41
1）产能过剩问题日渐严重.....41
2）国内企业爱打“价格战”.....42
3）大型药企成生产主力军.....42
4）企业所处地域较为集中.....42
（2）化学原料药市场供给分析.....42
（3）化学原料药市场需求分析.....43
（4）化学原料药市场价格走势.....44
1）阿司匹林市场价格走势.....44
2）扑热息痛市场价格走势.....45
3）安乃近市场价格走势.....46
4）布洛芬市场价格走势.....47
2.3.2 中国中药饮片市场分析.....48
（1）中药饮片市场发展特点.....48
（2）中药饮片市场供给分析.....49
（3）中药饮片市场需求分析.....50
（4）中药饮片产品价格分析.....50
1）板蓝根市场价格走势.....51
2）三七市场价格走势.....51

3）金银花市场价格走势.....52
2.3.3 原料市场发展对OTC行业影响.....53
第3章：中国OTC行业市场环境分析.....55
3.1 行业政策环境分析.....55
3.1.1 行业监管体制.....55
3.1.2 行业发展相关政策.....57
（1）OTC主要相关政策.....57
（2）OTC其他相关政策.....58
1）药品降价政策.....58
2）取消药品加成政策.....59
3）OTC广告禁令.....59
3.1.3 OTC行业发展规划.....60
（1）医药工业“十二五”规划.....60
（2）医药流通行业“十二五”规划.....61
3.1.4 政策环境对行业发展的影响评述.....62
3.2 行业需求环境分析.....63
3.2.1 居民支付能力分析.....63
（1）国内GDP增长情况.....63
（2）居民收入水平.....63
（3）居民医疗保健水平.....64
3.2.2 人口及疾病因素.....66
（1）人口数量规模.....66
（2）人口结构变化.....68
（3）疾病谱的变化.....69
（4）自我药疗意识提高.....70
3.2.3 需求环境对行业发展的影响评述.....73
3.3 行业研发环境分析.....74
3.3.1 国外医药研发环境分析.....74
（1）国外医药研发投入分析.....74
（2）国外医药研发产出分析.....74
（3）全球医药研发最新动向.....75
3.3.2 中国新药审批及研发状况.....75
（1）中国医药研发投入分析.....75
（2）中国药品注册受理情况.....76
（3）中国药品注册批准情况.....77
（4）中国药品审批进展情况.....78
3.3.3 研发环境对行业发展的影响评述.....79
第4章：OTC行业市场竞争分析.....80
4.1 中国OTC市场竞争格局分析.....80
4.1.1 OTC市场企业竞争格局.....80
4.1.2 OTC市场细分领域格局.....81
4.2 中国OTC市场五力分析.....83
4.2.1 OTC市场上游议价能力分析.....83
4.2.2 OTC市场下游议价能力分析.....83
4.2.3 OTC市场潜在进入者分析.....83
4.2.4 OTC市场替代产品威胁分析.....84
4.2.5 OTC市场现有竞争者竞争分析.....85
4.3 跨国药企在华投资布局分析.....87
4.3.1 跨国公司在华投资布局.....87
（1）辉瑞公司.....87
（2）葛兰素史克公司.....88
（3）诺华公司.....89
（4）强生制药公司.....90
（5）拜耳公司.....90
（6）阿斯利康公司.....91
（7）其他跨国公司.....92
4.3.2 跨国公司在中国的竞争策略分析.....93
（1）兼并与扩张策略.....93
（2）品牌塑造策略.....94

（3）行销与渠道策略.....95
（4）研发与创新策略.....95
（5）人力资源策略.....96
4.4 OTC行业投资兼并与重组整合分析.....97
4.4.1 OTC行业投资兼并与重组整合动因分析.....97
4.4.2 国内OTC行业投资兼并与重组整合特点.....98
4.4.3 OTC企业投资兼并与重组整合动态.....98
第5章：OTC行业热点品种市场分析.....101
5.1 感冒药市场分析.....101
5.1.1 感冒药定义及消费特征.....101
（1）城市消费者的消费特征.....101
（2）农村消费者的消费特征.....102
5.1.2 感冒药市场的细分现状.....103
5.1.3 感冒药市场规模.....104
5.1.4 感冒药市场产品结构.....104
5.1.5 感冒药市场竞争格局.....105
5.1.6 感冒药市场重点区域.....107
（1）北京：本地企业风光无限.....108
（2）上海：合资产品占鳌头.....109
（3）广州：中成药产品受青睐.....109
（4）杭州：知名品牌一统江山.....110
（5）武汉：本地产品进三甲.....110
（6）成都：销售金额本地产品占优.....111
（7）南京：本地产品销量排第二.....111
（8）沈阳：东北产品销量金额拔头筹.....112
5.1.7 感冒药市场广告投放监测.....112
5.1.8 感冒药重点细分市场分析.....113
（1）儿童感冒药市场分析.....113
（2）农村感冒药市场分析.....116
5.1.9 影响感冒药销售的主要因素.....117
5.1.10 感冒药市场发展前景.....121
5.2 解热镇痛药市场分析.....121
5.2.1 解热镇痛药定义及代表药物.....121
5.2.2 解热镇痛药市场发展现状.....121
5.2.3 解热镇痛药市场规模分析.....123
5.2.4 解热镇痛药市场竞争格局.....124
5.2.5 解热镇痛药市场前景分析.....125
5.3 胃肠用药市场分析.....126
5.3.1 胃肠用药市场规模.....126
5.3.2 胃肠用药产品结构分析.....127
5.3.3 胃肠用药市场竞争格局.....128
（1）胃肠不同种类用药竞争.....128
（2）胃肠用药品牌竞争.....129
（3）儿童用药品牌竞争.....130
5.3.4 胃肠用药市场广告投放监测.....130
5.3.5 胃肠用药市场前景分析.....131
5.4 皮肤用药市场分析.....132
5.4.1 皮肤用药定义及分类.....132
5.4.2 皮肤用药市场规模.....133
5.4.3 皮肤用药市场产品结构.....134
5.4.4 皮肤用药市场竞争格局.....137
5.4.5 皮肤用药市场主要品牌分析.....138
5.4.6 皮肤用药市场广告投放监测.....139
5.4.7 皮肤用药市场前景分析.....139
5.5 五官科用药市场分析.....140
5.5.1 眼科用药市场分析.....140
（1）眼科用药主要产品类别.....140
（2）眼科用药市场规模.....141
（3）眼科用药市场竞争格局.....142

（4）眼科用药市场广告投放监测.....144
（5）眼科用药市场前景分析.....145
5.5.2 咽喉口腔用药市场分析.....146
（1）咽喉口腔用药主要产品类别.....146
（2）咽喉口腔用药市场规模.....147
（3）咽喉口腔用药市场竞争格局.....147
（4）咽喉口腔用药重点区域分析.....149
（5）咽喉口腔用药市场广告投放监测.....151
（6）咽喉口腔用药市场前景分析.....152
5.6 妇科用药市场分析.....152
5.6.1 妇科用药定义及分类.....152
5.6.2 妇科用药市场规模.....153
5.6.3 妇科用药消费特征分析.....154
5.6.4 妇科用药市场产品结构.....155
5.6.5 妇科用药市场重点区域.....155
5.6.6 妇科用药市场竞争格局.....156
5.6.7 妇科用药市场广告投放监测.....159
5.6.8 妇科用药市场前景分析.....159
5.7 止咳化痰用药市场分析.....160
5.7.1 止咳化痰用药市场规模.....160
5.7.2 止咳化痰用药市场竞争格局.....161
5.7.3 止咳化痰用药市场调查.....163
（1）四城市止咳类中成药零售市场总体特征.....163
（2）四城市止咳类中成药零售市场消费特征.....164
5.8 其他OTC药品市场分析.....166
5.8.1 维生素与矿物质类药物市场分析.....166
5.8.2 虚证类药物市场分析.....167
5.8.3 头痛失眠类药物市场分析.....170
5.8.4 痔疮药市场分析.....171
5.8.5 避孕药市场分析.....171
第6章：OTC行业重点区域发展分析.....173
6.1 北京OTC市场分析.....173
6.1.1 北京医药行业运行分析.....173
6.1.2 北京OTC药品消费分析.....174
（1）北京人口总量及结构.....174
（2）北京居民收入水平.....175
（3）北京人均医药费支出水平.....176
（4）北京居民医疗保健支出.....177
6.1.3 北京OTC市场供需分析.....177
6.1.4 北京OTC零售药店发展分析.....178
6.1.5 北京OTC市场发展前景.....179
6.2 上海OTC市场分析.....179
6.2.1 上海医药行业运行分析.....179
6.2.2 上海OTC药品消费分析.....181
（1）上海人口总量及结构.....181
（2）上海居民收入水平.....181
（3）上海人均医药费支出水平.....182
（4）上海居民医疗保健支出.....183
6.2.3 上海OTC市场供需分析.....183
6.2.4 上海OTC零售药店发展分析.....183
6.2.5 上海OTC市场发展前景.....185
6.3 广东OTC市场分析.....186
6.3.1 广东医药行业运行分析.....186
6.3.2 广东OTC药品消费分析.....187
（1）广东人口总量及结构.....187
（2）广东居民收入水平.....188
（3）广东人均医药费支出水平.....189
（4）广东居民医疗保健支出.....190
6.3.3 广东OTC市场供需分析.....190

6.3.4 广东OTC零售药店发展分析.....190
6.3.5 广东OTC市场发展前景.....191
6.4 江苏OTC市场分析.....192
6.4.1 江苏医药行业运行分析.....192
6.4.2 江苏OTC药品消费分析.....193
（1）江苏人口总量及结构.....193
（2）江苏居民收入水平.....194
（3）江苏消费支出水平.....195
（4）江苏居民医疗保健支出.....195
6.4.3 江苏OTC市场供需分析.....196
6.4.4 江苏OTC零售药店发展分析.....196
6.4.5 江苏OTC市场发展前景.....197
第7章：OTC市场营销分析.....198
7.1 OTC药品营销模式分析.....198
7.1.1 消费者OTC药品消费行为.....198
7.1.2 OTC药品营销模式分析.....199
7.2 OTC行业营销渠道分析.....199
7.2.1 OTC药品销售渠道模式分析.....199
7.2.2 OTC药品销售终端模式.....203
（1）OTC药品销售终端分布.....203
（2）零售终端市场分析.....204
（3）医院终端市场分析.....204
7.3 OTC行业营销策略分析.....205
7.3.1 品牌营销策略.....205
（1）品牌营销策略优点.....205
（2）品牌营销策略典型案例.....205
7.3.2 市场细分营销策略.....206
（1）市场细分营销策略优点.....206
（2）OTC市场细分营销策略理论基础.....206
（3）市场细分营销策略典型案例.....207
7.3.3 广告营销策略.....208
7.3.4 其他营销策略案例分析.....208
（1）娱乐营销.....208
（2）活动营销.....209
第8章：OTC行业主要企业经营分析.....212
8.1 主要OTC药品生产企业分析.....212
8.1.1 修正药业集团经营情况分析.....212
（1）企业发展简况分析.....212
（2）企业产销能力分析.....212
（3）企业盈利能力分析.....213
（4）企业运营能力分析.....213
（5）企业偿债能力分析.....214
（6）企业发展能力分析.....214
（7）企业产品结构及新产品动向.....215
（8）企业销售渠道与网络.....215
（9）企业经营状况优劣势分析.....216
（10）企业最新发展动向分析.....217
8.1.2 哈药集团有限公司经营情况分析.....217
（1）企业发展简况分析.....217
（2）企业组织架构分析.....218
（3）哈药集团三精制药股份有限公司经营情况分析.....218
1）企业发展简况分析.....218
2）主要经济指标分析.....220
3）企业盈利能力分析.....220
4）企业运营能力分析.....221
5）企业偿债能力分析.....222
6）企业发展能力分析.....222
7）企业产品结构及新产品动向.....223
8）企业销售渠道与网络.....224

9）企业经营状况优劣势分析.....224
10）企业投资兼并与重组分析.....225
（4）哈药集团股份有限公司经营情况分析.....226
1）企业发展简况分析.....226
2）主要经济指标分析.....227
3）企业盈利能力分析.....227
4）企业运营能力分析.....229
5）企业偿债能力分析.....229
6）企业发展能力分析.....230
7）企业产品结构及新产品动向.....230
8）企业销售渠道与网络.....231
9）企业经营状况优劣势分析.....232
10）企业投资兼并与重组分析.....233
8.1.3 华润三九医药股份有限公司经营情况分析.....234
（1）企业发展简况分析.....234
（2）主要经济指标分析.....235
（3）企业盈利能力分析.....236
（4）企业运营能力分析.....237
（5）企业偿债能力分析.....237
（6）企业发展能力分析.....238
（7）企业产品结构及新产品动向.....238
（8）企业销售渠道与网络.....239
（9）企业经营状况优劣势分析.....239
（10）企业投资兼并与重组分析.....240
（11）企业最新发展动向分析.....241
8.1.4 江中药业股份有限公司经营情况分析.....241
（1）企业发展简况分析.....241
（2）主要经济指标分析.....243
（3）企业盈利能力分析.....243
（4）企业运营能力分析.....244
（5）企业偿债能力分析.....245
（6）企业发展能力分析.....245
（7）企业产品结构及新产品动向.....246
（8）企业销售渠道与网络.....246
（9）企业经营状况优劣势分析.....247
（10）企业投资兼并与重组分析.....248
8.1.5 西安杨森制药有限公司经营情况分析.....248
（1）企业发展简况分析.....248
（2）企业产销能力分析.....249
（3）企业盈利能力分析.....250
（4）企业运营能力分析.....250
（5）企业偿债能力分析.....251
（6）企业发展能力分析.....251
（7）企业产品结构.....252
（8）企业销售渠道与网络.....252
（9）企业经营状况优劣势分析.....252
（10）企业最新发展动态分析.....253

……另22有家企业

8.2 主要OTC药品流通企业分析.....378
8.2.1 国药集团药业股份有限公司经营分析.....378
（1）企业发展简况分析.....378
（2）主要经济指标分析.....379
（3）企业盈利能力分析.....380
（4）企业运营能力分析.....380
（5）企业偿债能力分析.....381
（6）企业发展能力分析.....381
（7）企业主营业务分析.....382

（8）企业分销及零售网络分布.....382
（9）企业经营状况优劣势分析.....382
（10）企业投资兼并与重组分析.....383
8.2.2 国药集团一致药业股份有限公司经营分析.....383
（1）企业发展简况分析.....383
（2）主要经济指标分析.....384
（3）企业盈利能力分析.....385
（4）企业运营能力分析.....386
（5）企业偿债能力分析.....386
（6）企业发展能力分析.....387
（7）企业主营业务分析.....387
（8）企业分销及零售网络分布.....388
（9）企业经营状况优劣势分析.....389
（10）企业投资兼并与重组分析.....390
（11）企业最新发展动向分析.....390
8.2.3 上海医药集团股份有限公司经营分析.....390
（1）企业发展简况分析.....390
（2）主要经济指标分析.....392
（3）企业盈利能力分析.....393
（4）企业运营能力分析.....393
（5）企业偿债能力分析.....393
（6）企业发展能力分析.....394
（7）企业主营业务分析.....394
（8）企业分销及零售网络分布.....395
（9）企业经营状况优劣势分析.....395
（10）企业投资兼并与重组分析.....396
（11）企业最新发展动向分析.....396
8.2.4 重庆桐君阁股份有限公司经营情况分析.....396
（1）企业发展简况分析.....396
（2）主要经济指标分析.....398
（3）企业盈利能力分析.....399
（4）企业运营能力分析.....399
（5）企业偿债能力分析.....400
（6）企业发展能力分析.....400
（7）企业主营业务分析.....401
（8）企业分销及零售网络分布.....401
（9）企业经营状况优劣势分析.....402
（10）企业投资兼并与重组分析.....402
8.2.5 中国海王星辰连锁药店有限公司经营分析.....403
（1）企业发展简况分析.....403
（2）主要经济指标分析.....403
（3）企业盈利能力分析.....404
（4）企业运营能力分析.....404
（5）企业偿债能力分析.....405
（6）企业发展能力分析.....405
（7）企业主营业务分析.....406
（8）企业分销及零售网络分布.....406
（9）企业经营优劣势分析.....406
（10）企业最新发展动向分析.....407
第9章：OTC行业发展趋势分析与预测.....408
9.1 中国OTC市场发展趋势.....408
9.1.1 中国OTC市场发展趋势分析.....408
（1）需求趋势.....408
（2）产品趋势.....409
（3）流通趋势.....410
9.1.2 中国OTC市场发展前景预测.....411
9.2 OTC行业投资壁垒分析.....412
9.2.1 OTC行业进入壁垒分析.....412
（1）政策壁垒.....412

（2）资金壁垒.....413
（3）品牌壁垒.....413
（4）技术壁垒.....413
9.2.2 OTC行业盈利因素分析.....413
9.3 中国OTC行业投资建议.....414
9.3.1 OTC行业投资风险分析.....414
（1）政策风险.....414
（2）技术风险.....415
（3）市场风险.....415
（4）其他风险.....415
9.3.2 前瞻OTC行业投资建议.....416

图表目录

图表1：OTC（非处方药）与Rx（处方药）的主要区别.....17
图表2：OTC产品分类.....19
图表3：OTC药品特点.....19
图表4：2001-2012年医药行业工业总产值与同期GDP增长率比较（单位：%）.....20
图表5：2001-2012年我国OTC占GDP比重趋势图（单位：%）.....21
图表6：2001-2012年我国OTC占医药行业比重趋势图（单位：%）.....22
图表7：2002-2012年全球药品市场销售额及增长率（单位：亿美元）.....23
图表8：2009-2014年全球各地区药品销售情况及预测（单位：亿美元，%）.....24
图表9：2004-2012年全球OTC市场规模（单位：亿美元）.....25
图表10：美国OTC药品主要治疗领域分布（按用药金额）（单位：%）.....26
图表11：全球OTC药品消费市场分布（单位：%）.....27
图表12：1990-2012年美国OTC市场规模（单位：亿美元）.....28
图表13：美国OTC市场主要企业及市场份额（单位：%）.....28
图表14：美国OTC药品主要销售渠道及各渠道所占比重（单位：%）.....29
图表15：美国OTC药品销售渠道细分.....29
图表16：亚太地区OTC市场份额（单位：%）.....31
图表17：2000-2012年日本OTC市场份额（单位：亿美元）.....31
图表18：2008-2012年中国医药制造行业工业总产值及其增长（单位：亿元，%）.....35
图表19：2008-2012年中国医药制造行业销售收入及其增长（单位：亿元，%）.....36
图表20：中国医药行业需求驱动因素.....36
图表21：2000-2012年中国OTC市场规模及增长率（单位：亿元，%）.....37
图表22：2007-2012年中国OTC药物各大类销售份额（单位：%）.....38
图表23：2007-2012年中国OTC药物各小类销售份额（单位：%）.....38
图表24：2012年以来OTC医疗终端市场规模比重（单位：%）.....40
图表25：我国部分化学原料药产品产能过剩情况.....41
图表26：2001-2012年我国化学药品原药产量统计（单位：万吨，%）.....43
图表27：2008-2012年化学原料药行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）.....43
图表28：2008-2012年化学原料药行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）.....44
图表29：2007.1-2012.12我国阿司匹林价格走势图（单位：元/Kg）.....45
图表30：2007.1-2012.12我国（对乙酰氨基酚）扑热息痛价格走势图（单位：元/kg）.....46
图表31：2007.1-2012.12我国安乃近价格走势图（单位：元/kg）.....47
图表32：2007.1-2012.12布洛芬市场价格走势图（单位：元/kg）.....48
图表33：2008-2012中国中药饮片加工行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）.....50
图表34：2008-2012年中国中药饮片加工行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）.....50
图表35：2006.4-2012.12板蓝根价格走势图（单位：元/kg）.....51
图表36：2006.4-2012.12三七（80头）市场价格走势图（单位：元/千克）.....52
图表37：2006.4-2012.12三七（无数头）市场价格走势图（单位：元/千克）.....52
图表38：2006.4-2012.12金银花市场价格走势图（单位：元/千克）.....53
图表39：原料市场发展对OTC行业影响分析.....54
图表40：OTC行业主要监管制度.....55
图表41：OTC行业主要相关政策.....57
图表42：新医改以来发改委6次药品调价一览（单位：亿元，%）.....58

图表43：《医药工业“十二五”发展规划》主要发展目标.....60
图表44：《医药工业“十二五”发展规划》十大任务.....61
图表45：政策环境对OTC行业发展影响分析.....62
图表46：2006-2012年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）.....63
图表47：2008-2012年中国农村居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）.....64
图表48：2008-2012年中国城镇居民人均可支配收入及实际增长率（单位：元，%）.....64
图表49：2001-2012年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）.....65
图表50：2001-2012年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）.....65
图表51：2005-2012年城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%）.....66
图表52：2006-2012年中国人口数量及增长情况（单位：亿人，‰）.....67
图表53：近10年全球人口增长率（单位：%）.....67
图表54：全球主要国家城市化水平比较（单位：%）.....68
图表55：2005-2012年中国老年人口数量及预测（单位：亿人次，%）.....69
图表56：中国居民疾病谱TOP15.....70
图表57：自我药疗疾病分类系统（一）.....71
图表58：自我药疗疾病分类系统（二）.....72
图表59：需求环境环境对OTC行业发展影响分析.....73
图表60：2008-2012年主要OTC跨国企业研发投入情况（单位：亿美元，%）.....74
图表61：2011-2012年主要OTC生产企业研发投入情况（单位：万元，%）.....76
图表62：2005-2012年我国药品注册申请受理量（单位：个）.....77
图表63：2012年我国药品新注册受理情况（单位：个）.....77
图表64：2008-2012年我国药品批准情况（单位：个）.....77
图表65：2012年我国新批准药品情况（单位：个）.....78
图表66：全球主要的OTC生产企业及市场份额（单位：%）.....80
图表67：2010-2012年中国医药行业竞争格局（单位：%）.....81
图表68：北美OTC市场格局.....81
图表69：欧洲OTC市场格局.....82
图表70：中国OTC市场格局.....82
图表71：OTC行业对上游行业议价能力分析.....83
图表72：2001-2012年OTC行业规模增速变化（单位：%）.....84
图表73：保健品、OTC药品、处方药消费关系图.....85
图表74：OTC行业细分领域竞争分析.....85
图表75：OTC行业五力综合分析.....87
图表76：感冒药市场的主要细分变量.....103
图表77：2005-2012年中国感冒药OTC市场规模及增长率（单位：亿元，%）.....104
图表78：2012年以来中国感冒药OTC市场结构（单位：亿元）.....105
图表79：2012年化学感冒药OTC前十大品牌的市场占有率状况统计表（单位：%）.....106
图表80：2012年化学感冒OTC咳嗽药市场销售排名情况.....106
图表81：2012年中药类感冒药前十大品牌的市场占有率状况统计表（单位：%）.....107
图表82：2012年OTC中成药类感冒药市场销售排名情况.....107
图表83：2012年8个被调查城市感冒药零售金额占比（8城市合计100%）（单位：%）.....108
图表84：2012年8个被调查城市感冒药零售数量占比（8城市合计100%）（单位：%）.....108
图表85：2012年北京感冒药零售排名.....109
图表86：2012年上海感冒药零售排名.....109
图表87：2012年广州感冒药零售排名.....110
图表88：2012年杭州感冒药零售排名.....110
图表89：2012年武汉感冒药零售排名.....111
图表90：2012年成都感冒药零售排名.....111
图表91：2012年南京感冒药零售排名.....112
图表92：2012年沈阳感冒药零售排名.....112
图表93：感冒药广告投放金额（单位：万元，%）.....113
图表94：感冒药广告投放媒介类型选择（单位：%）.....113
图表95：2012年以来我国儿童用药市场规模及增长率（单位：亿元，%）.....114
图表96：2012年以来全国不同目标人群感冒药市场构成（单位：%）.....114
图表97：2005-2012年我国儿童感冒药市场规模及增长（单位：亿元，%）.....115
图表98：儿童感冒药品牌知名度排名（单位：%）.....115
图表99：对排名前十位儿童感冒药的认知途径（单位：%）.....116
图表100：农村居民选择感冒药品牌时考虑的因素（单位：%）.....117
图表101：影响店员销售和评价感冒药的主要因素（单位：%）.....118

图表102：不同城市店员销售和评价感冒药的主要因素比较（单位：分）.....119
图表103：六个销售较好的感冒药调价因素比较（单位：分）.....119
图表104：店员常推荐的十个感冒药品牌（单位：%）.....120
图表105：对店员推荐影响较大的情况（单位：%）.....120
图表106：解热镇痛药的代表药物.....121
图表107：我国解热镇痛药国际竞争优势分析.....122
图表108：我国解热镇痛药行业发展存在问题.....123
图表109：2005-2012年我国解热镇痛药销售规模及增长率（单位：亿元，%）.....124
图表110：2012年解热镇痛药市场销售排名.....125
图表111：2013-2017年中国解热镇痛药市场规模预测（单位：亿元）.....126
图表112：2005-2012年我国胃肠用药销售规模及增长率（单位：亿元，%）.....127
图表113：医院市场胃肠用药结构（单位：%）.....127
图表114：零售市场胃肠用药结构（单位：%）.....128
图表115：2010-2012年我国胃肠用药各类别市场份额（单位：%）.....128
图表116：胃肠用药各细分市场的优势产品情况（单位：亿元）.....129
图表117：2012年中国消化类药市场排名（中成药）.....129
图表118：2012年中国消化类药市场排名（化学药）.....130
图表119：消化系统用药广告投放金额（单位：亿元）.....131
图表120：消化系统用药广告媒介类型选择（单位：%）.....131

……另有个图表

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！