

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 跨国公司在华的竞争策略分析..... | 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 (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 (单位: 元/kg) | 46 |
| 图表31: 2007.1-2012.12我国安乃近价格走势 (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年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 (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年化学感冒药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10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!