

## 2013-2017年中国OTC药品营销模式与营销策略分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## 第1章：OTC行业发展综述

## 1.1 OTC行业概述

- 1.1.1 OTC的定义
- 1.1.2 处方药和非处方药的区别
- 1.1.3 OTC产品分类

## 1.2 OTC产品特性

- 1.2.1 OTC药品特点
- 1.2.2 OTC所属医药行业的特性
- 1.2.3 OTC行业地位分析

## 第2章：OTC行业发展状况分析

## 2.1 全球OTC行业发展状况分析

- 2.1.1 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
- 2.1.2 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
- 2.1.3 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
- 2.1.4 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
- 2.1.5 全球OTC行业市场竞争状况
- 2.1.6 全球OTC行业发展趋势

## 2.2 中国OTC行业发展状况分析

- 2.2.1 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
- 2.2.2 中国OTC行业生产状况
- 2.2.3 中国OTC行业市场规模
- 2.2.4 中国OTC市场销售品种及品类结构
- 2.2.5 中国OTC行业发展主要特点

## 2.3 中国OTC行业供求分析

- 2.3.1 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
- 2.3.2 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3章：OTC市场营销模式分析

## 3.1 OTC药品营销模式分析

- 3.1.1 消费者OTC药品消费行为
- 3.1.2 OTC药品营销渠道模式
- 3.1.3 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
- 3.1.4 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
- 3.2 零售药店销售情况**
  - 3.2.1 零售药店数量及地区分布
  - 3.2.2 零售药店药品销售规模
  - 3.2.3 零售药店结构变化分析
  - 3.2.4 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
  - 3.2.5 零售药店发展趋势与前景
- 3.3 OTC行业营销策略分析**
  - 3.3.1 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
  - 3.3.2 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
  - 3.3.3 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
  - 3.3.4 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

## 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: 2001-2012年医药行业工业总产值与同期GDP增长率比较（单位：%）
- 图表4: 2000-2012年我国OTC市场规模及其占GDP比重趋势图（单位：亿元，%）
- 图表5: 2000-2012年我国OTC市场规模占医药行业比重趋势图（单位：%）
- 图表6: 2002-2012年全球药品市场销售额及增长率（单位：亿美元，%）
- 图表7: 2009-2014年全球各地区药品销售情况及预测（单位：亿美元，%）
- 图表8: 2004-2012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: 1988-2012年美国OTC市场规模（单位：亿美元）
- 图表11: 2012-2015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: 2000-2012年我国医药行业工业总产值及其增长 (单位: 亿元, %)
- 图表19: 2001-2012年我国医药行业产销率变化情况 (单位: %)
- 图表20: 2000-2012年我国七大类医药商品销售情况 (单位: 亿元, %)
- 图表21: 2001-2012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: 2005-2012年中国七大类医药商品分产品销售情况 (单位: 亿元)
- 图表23: 2012年医改五大政策实施情况
- 图表24: 2012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: 2004-2015年医药行业销售收入及预测 (单位: 亿元, %)
- 图表27: 2005-2015年医药行业表观消费量及预测 (单位: 万吨, %)
- 图表28: 2011-2012年我国医药品进出口总额预测情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表29: 2011-2012年我国医药品进口总额预测情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表30: 2011-2012年我国医药品出口总额预测情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表31: 2000-2012年中国OTC市场规模及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表32: 2008-2012年中国药品市场和OTC市场销售增长情况对比 (单位: %)
- 图表33: 2007-2012年中国OTC药物各大类销售份额 (单位: %)
- 图表34: 2007-2012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: 2007-2012年我国OTC药品在医院和零售市场销售比重 (单位: %)
- 图表39: 2006-2012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: 2007-2012年全国药店零售总规模 (单位: 亿元)
- 图表43: 2007-2012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: 2007-2012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: 2009-2012年全国药店非药品类销售份额结构 (单位: %)
- 图表46: 2007-2012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: 2007-2012年全国零售规模前30名药品品类 (单位: 百万元, %)
- 图表48: 2006-2012年零售药店结构变化 (单位: %)
- 图表49: 2006-2012年连锁药店及单体药店数量 (单位: 家)
- 图表50: 2000-2012年我国连锁药店数量变化情况 (单位: 家, %)
- 图表51: 2003-2012年我国连锁药店销售规模及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表52: 2008-2012年连锁药店10强销售额/分店数量变化 (单位: 万元, 家, %)
- 图表53: 2012年度连锁药店10强销售额情况 (单位: 万元)
- 图表54: 2008-2012年我国药店连锁准入标准变化 (单位: 亿元)
- 图表55: 2003-2012年连锁药店市场集中度变化 (单位: %)

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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！