



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国OTC市场竞争格局与投资前景分析报告

一、调研说明

《2011-2015年中国OTC市场竞争格局与投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/187286.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

从2000年至今我国正式施行药品分类管理的10年间，中国OTC市场规模增长了近5倍，2009年为1209.5亿元，预计到2014年将达到1923亿元。依据相关资料表明，中国OTC行业未来发展空间将十分广阔。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国OTC市场竞争格局与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了OTC相关概述、中国OTC市场运行环境等，接着分析了中国OTC市场发展的现状，然后介绍了中国OTC重点区域市场运行形势。随后，报告对中国OTC重点企业经营状况分析，最后分析了中国OTC行业发展趋势与投资预测。您若想对OTC产业有个系统的了解或者想投资OTC行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 OTC行业发展概述

第一节 OTC定义与分类

一、OTC的定义与标准

二、处方药

三、非处方药

四、处方药与非处方药的区别

五、OTC产品的分类

第二节 OTC产品的特性

一、医药行业特性

二、OTC药品的特性

三、OTC药品的发展特征

四、OTC市场的独特地位和特点

第三节 OTC管理制度

一、国外OTC的管理制度

二、我国OTC制度建设

三、建立OTC制度处方监管是核心

第二章 国外OTC行业发展分析

第一节 国际OTC行业发展轨迹综述

- 一、国际OTC行业发展历程
- 二、国际OTC行业发展面临的问题
- 三、国际OTC行业技术发展现状及趋势
- 四、2010-2011年国际OTC行业发展情况

第二节 主要地区OTC行业发展的借鉴

- 一、2010-2011年美国OTC行业发展分析
- 二、2010-2011年欧洲OTC行业发展分析
- 三、2010-2011年亚洲OTC行业发展分析
- 四、2010-2011年印度OTC行业发展分析

第三章 我国OTC行业发展现状

第一节 全国OTC用药分析

- 一、2010年OTC用药规模分析
- 二、2011年OTC用药变化趋势

第二节 OTC市场发展现状分析

- 一、我国OTC市场发展前景分析
- 二、2010年我国OTC市场发展现状

第三节 OTC市场需求分析

- 一、OTC消费者的需求分析
- 二、OTC市场需求分析

第四节 农村OTC药品市场发展分析

- 一、农村OTC药品发展前景
- 二、农村OTC药品市场发展面临的问题
- 三、农村OTC药品市场问题的解决对策

第五节 OTC包装分析

- 一、OTC药品的包装要求
- 二、OTC包装市场发展概况

第四章 OTC行业经济运行分析

第一节 2010-2011年OTC行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2010年OTC行业主要经济指标分析
- 三、2011年OTC行业主要经济指标分析
- 第二节 2010-2011年我国OTC行业绩效分析
 - 一、2010-2011年行业产销情况
 - 二、2010-2011年行业规模情况
 - 三、2010-2011年行业盈利能力
 - 四、2010-2011年行业经营发展能力
 - 五、2010-2011年行业偿债能力分析

第五章 OTC细分市场发展分析

第一节 感冒药市场分析

- 一、感冒药市场环境分析
- 二、感冒药市场竞争分析
- 三、2010年感冒药广告投放分析
- 四、中国感冒药市场发展趋势

第二节 中成药市场分析

- 一、2010年中成药产量分析
- 二、2010年中成药制造业经济运行分析
- 三、抗心脑血管病中成药市场分析预测

第三节 维生素类药品市场分析

- 一、2010年维生素市场运行分析
- 二、2010年维生素市场行情走势分析

第四节 皮肤病外用药品市场分析

- 一、皮肤病外用药品主要品种分析
- 二、我国中药皮肤病外用药品市场前景分析
- 三、各地家庭皮肤病外用药品分析

第五节 妇科用药市场分析

- 一、妇科用药市场发展分析
- 二、妇科炎症口服药市场现状分析
- 三、2010年国内妇科口服抗感染药物市场分析
- 四、2010-2011年中国妇科炎症用药市场规模

第六章 OTC消费市场分析

第一节 OTC市场特征分析

- 一、OTC市场消费特征
- 二、OTC消费者行为分析
- 三、OTC市场特征分析

第二节 消费行为及心理分析

- 一、主要城市OTC市场调查
- 二、消费者治疗日常疾病的方法
- 三、消费者治疗日常疾病的花费
- 四、消费者青睐主流OTC品牌

第三节 连锁药店市场分析

- 一、连锁药店市场分析
- 二、重庆和平药房连锁有限公司
- 三、天津中新药业连锁药店
- 四、重庆桐君阁大药房连锁
- 五、深圳一致
- 六、青岛国风大药房连锁
- 七、四川天诚大药房
- 八、中联大药房
- 九、辽宁成大方圆
- 十、黄庆仁栈药店
- 十一、海王星辰

第七章 OTC药品营销分析

第一节 OTC市场营销现状分析

- 一、2010年OTC市场营销分析
- 二、品牌OTC企业在终端被渠道拦截的原因
- 三、2011年OTC市场营销分析

第二节 OTC市场营销策略分析

- 一、市场启动策略
- 二、营销渠道策略
- 三、品牌策略

四、广告策略

五、药店营销策略

第三节 中国OTC药品营销传播趋势

一、新媒体异军突起

二、电视媒体的傻瓜化传播趋势

三、事件行销趋势

四、媒体精准化致导趋势

五、大媒体塑造品牌系列产品销售趋势

六、地方媒体做深做透区域市场趋势

七、多种媒体整合塑造品牌分析

八、OTC品牌推广的良方

第八章 OTC行业竞争格局分析

第一节 OTC行业历史竞争格局概况

一、OTC行业集中度分析

二、OTC行业竞争程度分析

第二节 中国OTC行业结构分析

一、行业的省份分布概况

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

四、行业规模集中度分析

第三节 OTC行业竞争格局分析

一、2010年国内外OTC竞争分析

二、2010年我国OTC市场竞争分析

三、2010年我国OTC市场集中度分析

四、2011年国内主要OTC企业动向

五、2011年国内OTC拟在建项目分析

第九章 OTC企业竞争策略分析

第一节 OTC市场竞争策略分析

一、2011年OTC市场增长潜力分析

二、2011年OTC主要潜力品种分析

三、现有OTC产品竞争策略分析

四、潜力OTC品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 OTC企业竞争策略分析

一、金融危机对OTC行业竞争格局的影响

二、金融危机后OTC行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国OTC市场竞争趋势

四、2011-2015年OTC行业竞争格局展望

五、2011-2015年OTC行业竞争策略分析

六、2011-2015年OTC企业竞争策略分析

第十章 OTC重点企业竞争分析

第一节 修正药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 哈药集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 华润三九医药股份

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 江中药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 西安杨森

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 中美天津史克

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 云南白药

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 浙江康恩贝

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 扬子江药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 浙江仙琚制药

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十一章 OTC行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国医药发展趋势分析

- 一、2010-2011年中国医药产业发展趋势总结
- 二、2011-2015年中国医药市场发展方向分析
- 三、2011-2015年中国医药行业发展趋势分析
- 四、2011-2015年中国医药行业竞争态势分析

第二节 2011-2015年中国OTC市场趋势分析

- 一、2011-2015年我国OTC发展趋势分析
- 二、2010-2011年我国OTC市场趋势总结
- 三、2011-2015年我国OTC市场发展空间

第三节 2011-2015年OTC产业发展趋势分析

- 一、2011-2015年OTC产业政策趋向
- 二、2011-2015年OTC技术革新趋势
- 三、2011-2015年OTC价格走势分析
- 四、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十二章 未来OTC行业发展预测

第一节 2011-2015年国际OTC市场预测

- 一、2011-2015年全球OTC行业产能预测
- 二、2011-2015年全球OTC市场需求前景
- 三、2011-2015年全球OTC市场价格预测

第二节 2011-2015年国内OTC市场预测

- 一、2011-2015年国内OTC行业产能预测
- 二、2011-2015年国内OTC行业产量预测
- 三、2011-2015年国内OTC市场需求前景
- 四、2011-2015年国内OTC市场价格预测
- 五、2011-2015年国内OTC行业集中度预测

第十三章 中国OTC行业发展环境分析

第一节 国内OTC经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国OTC经济发展预测分析

第二节 中国OTC行业政策环境分析

第十四章 OTC行业投资机会与风险

第一节 OTC行业投资效益分析

- 一、2010-2011年OTC行业投资状况分析
- 二、2011-2015年OTC行业投资效益分析
- 三、2011-2015年OTC行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年OTC行业的投资方向
- 五、2011-2015年OTC行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响OTC行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响OTC行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响OTC行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响OTC行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国OTC行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国OTC行业发展面临的机遇分析

第三节 OTC行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年OTC行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年OTC行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年OTC行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年OTC行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年OTC同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年OTC行业其他风险及控制策略

第十五章 OTC行业投资战略分析

第一节 OTC行业发展战略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国OTC品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、OTC实施品牌战略的意义

三、OTC企业品牌的现状分析

四、我国OTC企业的品牌战略

五、OTC品牌战略管理的策略

第三节 OTC医院推广策略

一、学术推广策略

二、机理概念策略

三、患者教育策略

第四节 OTC新产品渠道策略

一、OTC新产品渠道模式

二、OTC新产品渠道策略

第五节 OTC制药企业市场开发策略

一、环境和企业情况做出战略选择分析

二、OTC制药企业市场开发策略

三、OTC市场开发策略的实施

四、OTC制药企业市场开发的重要意义

第六节 OTC行业投资战略研究

一、2011年医药行业投资战略

二、2011年OTC行业投资战略

三、2011-2015年OTC行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2011-2015年中国OTC市场竞争格局与投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/187286.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。