



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国OTC市场研究预测 报告(白金版)

一、调研说明

《2009年中国OTC市场研究预测报告(白金版)》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/38957.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

上卷

《2009年中国OTC市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2008年OTC市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国调OTC行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2009年中国OTC市场现状及行业运行有详尽的了解.....，详细内容请您阅读《2009年中国OTC市场研究预测报告》(白金版)1章——8章.....

第一章 2009年全球化的中国OTC市场 1

第一节 全球化对中国医药市场影响 1

一、医药产业结构调整参与国际分工 1

二、医药市场全球化进程加速 2

三、我国医药产业国际地位 5

四、2009中国在全球医药市场地位预测 6

第二节 2009年经济全球化经济安全因素分析 7

一、发展中国家参与经济全球化 7

二、发达国家推行经济全球化的战略意图 8

三、全球化影响发展中国家经济安全因素 9

第二章 我国医药行业的“十一五”规划 13

一、国际医药行业发展趋势 13

二、加入WTO国内医药市场更加开放 15

三、全面建设小康社会促医药行业发展 16

四、“十一五”医药行业发展的主要目标 18

五、“十一五”医药行业发展的主要任务 20

第三章 2008-2009医药市场需求分析 28

第一节 2008-2009中国医药市场需求 28

第二节 2008医药市场影响因素 31

第三节 2007医药工业成长动因 31

第四章 2009中国医药市场投资	39
第一节 2009医药投资与资本关联性	39
一、医药产业市场的必要资本量壁垒分析	39
二、医药行业投资要素分析	46
三、医药产业发展特征及投资价值分析	47
四、投资医院的主要模式探讨	51
五、医疗市场民营资本的投资路径	54
第二节 2009医药投资与机会解析	55
一、2008医改与投资机会分析	55
二、2008医药行业投资主题	56
第五章 2009医疗体制改革对医药市场的影响	59
第一节 2009新医疗改革对企业的影响分析	59
第二节 2009医改方案预测和估算分析	60
第六章 全球化与我国连锁药店的发展	61
第七章 全球化中的中国OTC市场	63
第一节 全球化下的中国OTC市场机会	63
第八章 中国OTC市场	65
第一节 市场现状	65
一、市场规模	65
二、影响因素	65
三、市场潜力	65
四、市场结构	66
五、竞争策略	68
第二节 2007年医药药品零售市场分析	69
第三节 2008我国药品市场销售情况分析	78
一、化学药及生物制品片剂、胶囊剂	78
二、中成药片剂、胶囊剂、丸剂类	80

- 三、粉剂类 82
- 四、水剂类 84
- 五、计生用品 86
- 六、药品零售业的三种高毛利模式 88
- 七、我国药品零售业经营效益分析 89
- 八、药品零售连锁企业规模变化分析 90
- 九、我国医药零售企业的发展思路 91

下 卷

《2009年中国OTC市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2008年OTC市场热点品种、连锁药店、重点企业、消费环境等进行了深度解构分析，让您对2009中国OTC市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2009年中国OTC市场研究预测报告》(白金版)9章——13章……

第九章 2008OTC市场热点品种分析 96

第一节 感冒药市场分析 96

- 一、市场规模 96
- 二、市场特征 96
- 三、消费特征 98
- 四、竞争情况 100
- 五、品牌分析 100
- 六、京沪穗蓉等地药店感冒药市场调查分析 102
- 七、儿童感冒药市场调查 103
- 八、感冒药主要市场 105

第二节 解热镇痛药市场分析 112

- 一、解热镇痛药代表药物 112
- 二、解热镇痛药产销分析 113
- 三、解热镇痛药市场发展劣势分析 114
- 四、解热镇痛药市场发展策略 115
- 五、解热镇痛药市场表现 118

第三节 胃肠用药零售市场分析 123

一、胃肠用药典型市场分析	123
二、胃肠用药市场销售表现	129
第四节 皮肤用药市场分析	140
一、总体情况	140
二、皮肤病用药医院市场	141
三、市场表现	145
第五节 五官科用药分析	147
一、眼科用药	147
（一）眼药市场规模	147
（二）眼药市场特点	147
（三）眼药主要品种	148
（四）眼药品牌销售	148
（五）治疗白内障滴眼剂市场主要品种	158
（六）抗青光眼药物市场主要品种	161
二、咽喉用药	164
（一）止咳药市场特点	164
（二）类别产品	165
（三）主要品牌	165
三、中成药类镇咳用药	167
四、口腔溃疡用药	169
五、耳鼻咽喉口腔科用中成药零售情况分析	174
第六节 妇科用药市场分析	182
一、市场背景	182
二、主要品类	182
三、市场成长性	182
四、市场特点	183
五、妇科炎症类药物市场分析	184
第七节 乙肝用药市场分析	189
第八节 降压用药零售市场调查	191
第九节 抗过敏用药零售市场	193
第十节 糖尿病用药零售市场调查	196
第十一节 痔疮药零售市场调查分析	198

第十二节 外用消炎止痛药大调查	199
第十三节 口服避孕药零售市场分析	201
一、口服避孕药零售市场容量	201
二、口服避孕药零售市场销售权重	201
三、口服避孕药零售市场主要品种	202
第十四节 治风剂(中成药)市场分析	206
第十五节 安神药市场分析	208
第十章 连锁药店市场分析	210
一、经营环境	210
二、顾客需求	211
三、竞争策略	211
四、品牌差异化	212
五、扩张模式	213
第十一章 连锁药店市场分析	216
第一节 连锁药店排名及分析	216
第二节 重庆和平药房连锁有限公司	227
一、竞争实力	227
二、经营现状	227
第三节 天津中新药业连锁药店	227
一、竞争实力	227
二、经营现状	228
第四节 重庆桐君阁大药房连锁	229
一、竞争实力	229
二、经营现状	229
第五节 深圳一致	230
一、竞争实力	230
二、经营现状	230
第六节 青岛国风大药房连锁	231
一、竞争实力	231
二、经营现状	232

第七节 四川天诚大药房	233
一、竞争实力	233
二、经营现状	233
第八节 中联大药房	234
一、竞争实力	234
二、经营现状	234
第九节 辽宁成大方圆	235
一、竞争实力	235
二、经营现状	236
第十节 黄庆仁栈药店	238
一、竞争实力	238
二、门店总量	238
二、销售网络	238
第十一节 海王星辰	239
一、竞争实力	239
二、经营现状	239
第十二章 主要OTC企业分析	240
第一节 太极集团	240
一、竞争实力	240
二、技术优势	240
三、行业地位	241
四、经营状况	241
第二节 桐君阁股份有限公司	243
一、竞争实力	243
二、经营网络	243
三、发展战略	244
四、经营状况	244
第三节 西南药业股份有限公司	246
一、竞争实力	246
二、经营范围	246
三、经营状况	247

第四节 西安杨森	249
一、竞争实力	249
二、经营范围	249
三、管理模式	249
第五节 北京同仁堂	253
一、竞争实力	253
二、行业地位	253
三、经营现状	253
四、发展战略	254
第六节 哈药集团六厂	256
一、竞争实力	256
二、研发优势	258
三、经营情况	258
第七节 上海施贵宝	260
一、竞争实力	260
二、行业地位	260
第八节 京都念慈庵	261
一、竞争实力	261
二、主要品牌	261
第九节 中美天津史克	262
一、竞争实力	262
二、生产能力	262
第十三章 中国医药行业政策及消费环境	263
第一节 2007-2008年中国医药行业政策环境	263
一、中国药品政府监管体制分析	263
（一）医药产业的政府管制	263
（二）全国药品监管体制的建立	269
（三）后GMP认证时代影响分析	270
（四）对药品经营企业的GSP认证分析	270
（五）中药材GAP认证分析	271
（六）新药实验GCP政策	278

(七) 国际GLP认证在中国更进一步	281
二、中国医疗制度改革及影响分析	285
(一) 城镇基本医疗保险制度	285
(二) 农村医疗体制的完善	287
三、药品知识产权保护	292
(一) 仿制药品与专利药品	292
(二) 入世后医药企业知识产权保护策略	293
(三) 中药知识产权保护	296
第二节 消费者消费心理分析	299
一、消费者购药心理分析	299
二、病患就医习惯	300
第三节 消费者常备药品调查	303
一、家庭常备三大药品	303
二、常备药品的购买渠道	306
第四节 中国居民疾病谱变化	314
一、疾病谱变化	314
二、中国居民亚健康状态	315

表目录

表1 我国OTC市场跨国药企、国内药企各占份额	66
表2 50种药品从处方药转变为非处方药目录	67
表3 2007年城市中成药零售市场各类别销售排名	74
表4 2007年城市心血管用药零售市场销售排名	75
表5 2007年城市胃肠用药零售市场销售排名	75
表6 2007年城市感冒用药零售市场销售排名	76
表7 2007年上半年零售市场各大类份额比较	77
表8 2008年4月化学药及生物制品片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	78
表9 2008年3月化学药及生物制品片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	79
表10 2008年2月化学药及生物制品片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	79
表11 2008年1月化学药及生物制品片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	80
表12 2008年4月中成药片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	80
表13 2008年3月中成药片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	81

表14	2008年2月中成药片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	81
表15	2008年1月中成药片剂、胶囊剂、丸剂类销售排行	82
表16	2008年4月粉剂类销售排行	82
表17	2008年3月粉剂类销售排行	83
表18	2008年2月粉剂类销售排行	83
表19	2008年1月粉剂类销售排行	84
表20	2008年4月粉剂类销售排行	84
表21	2008年3月水剂类销售排行	85
表22	2008年2月水剂类销售排行	85
表23	2008年1月水剂类销售排行	86
表24	2008年4月计生用品类销售排行	86
表25	2008年3月计生用品类销售排行	87
表26	2008年2月计生用品类销售排行	87
表27	2008年1月计生用品类销售排行	88
表28	2007年3月份进入北京零售市场百强的感冒药排行	105
表29	2007年2月份进入北京零售市场百强的感冒药排行	106
表30	2007年2月份进入北京零售市场百强的感冒药排行	106
表31	2007年1月份进入上海零售市场百强的感冒药排行	107
表32	2007年2月份进入上海零售市场百强的感冒药排行	107
表33	2007年1月份进入广州零售市场百强的感冒药排行	108
表34	2007年2月份进入广州零售市场百强的感冒药排行	108
表35	2007年3月份进入广州零售市场百强的感冒药排行	108
表36	2008年2月解表药（中药类感冒药）销售排行	109
表37	2008年3月解表药（中药类感冒药）销售排行	109
表38	2008年4月解表药（中药类感冒药）销售排行	110
表39	2008年1月治燥剂销售排行	110
表40	2008年2月治燥剂销售排行	111
表41	2008年4月治燥剂销售排行	111
表42	2008年4月解热镇痛药物销售排行	118
表43	2008年3月解热镇痛药物销售排行	119
表44	2008年2月解热镇痛药物销售排行	119
表45	2008年1月解热镇痛药物销售排行	120

表46	2007年1月上海部分药店解热镇痛药销售金额排序	121
表47	2007年1月东北部分药店解热镇痛药销售金额排序	122
表48	2007年1月山东利民药店解热镇痛药销售金额排序	123
表49	2007年前三季度广州市场胃肠动力药销售排名	128
表50	2007年前三季度南京市场胃肠动力药销售排名	128
表51	2008年1月消化系统用药物销售排行	129
表52	2008年2月消化系统用药物销售排行	129
表53	2008年3月消化系统用药物销售排行	130
表54	2008年4月消化系统用药物销售排行	130
表55	2008年1月泻下药销售排行	131
表56	2008年2月泻下药销售排行	131
表57	2008年3月泻下药销售排行	131
表58	2008年4月泻下药销售排行	132
表59	2008年1月祛湿药（胃肠中成药）销售排行	132
表60	2008年2月祛湿药（胃肠中成药）销售排行	133
表61	2008年4月祛湿药（胃肠中成药）销售排行	133
表62	2008年1月消导化积药（胃肠中成药）销售排行	134
表63	2008年2月消导化积药（胃肠中成药）销售排行	134
表64	2008年4月消导化积药（胃肠中成药）销售排行	135
表65	2007年4月山东零售市场胃肠用药销售金额排序	135
表66	2007年3月山东零售市场胃肠用药销售金额排序	136
表67	2007年2月山东零售市场胃肠用药销售金额排序	136
表68	2007年1月山东零售市场胃肠用药销售金额排序	137
表69	2007年4月沈阳零售市场胃肠用药销售金额排序	138
表70	2007年3月沈阳零售市场胃肠用药销售金额排序	138
表71	2007年2月沈阳零售市场胃肠用药销售金额排序	139
表72	2007年1月沈阳零售市场胃肠用药销售金额排序	139
表73	2008年1月皮肤科用药（中成药类）销售排行	145
表74	2008年2月皮肤科用药（中成药类）销售排行	145
表75	2008年3月皮肤科用药（中成药类）销售排行	146
表76	2008年4月皮肤科用药（中成药类）销售排行	146
表77	近两年各类别眼科药品品种/药品数量	152

表78 近年上市的治疗青光眼药物	153
表79 近两年各类别眼科药品品种	162
表80 近年上市的治疗青光眼药物	162
表81 深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药	172
表82 2007年2月上海华氏大药房五官科用药销售金额排序	174
表83 2007年2月上海肿瘤药房五官科用药销售金额排序	175
表84 2007年2月上海第一医药连锁药店五官科用药销售金额排序	175
表85 北京国大药房连锁五官科用药销售排行	176
表86 2008年1月祛痰剂销售排行	176
表87 2008年2月祛痰剂销售排行	177
表88 2008年4月祛痰剂销售排行	177
表89 2008年1月化痰止咳平喘药销售排行	178
表90 2008年2月化痰止咳平喘药销售排行	178
表91 2008年3月化痰止咳平喘药销售排行	179
表92 2008年4月化痰止咳平喘药销售排行	179
表93 2008年1月呼吸系统药销售排行	180
表94 2008年2月呼吸系统药销售排行	180
表95 2008年3月呼吸系统药销售排行	181
表96 2008年4月呼吸系统药销售排行	181
表97 2007年1季度四城市市场合计妇科炎症用药销售额同比增长	188
表98 2007年1季度四城市妇科炎症用药均价同期比	189
表99 2007年1季度四城市妇科炎症用药前五位厂家同期比	189
表148 部分药店糖尿病用药调查表	197
表100 三城市三季度口服避孕药销售额前十位品牌	206
表101 2008年1月治风剂销售排行	206
表102 2008年2月治风剂销售排行	207
表103 2008年4月治风剂销售排行	207
表104 2008年1月安神药销售排行	208
表105 2008年2月安神药销售排行	208
表106 2008年3月安神药销售排行	209
表107 2008年4月安神药销售排行	209
表108 2005中国连锁药店百强公布(按销售额排名)	216

表109	2006年中国连锁药店排行榜（销售额）	222
表110	2007年中国连锁药店排行榜（销售额）	224
表111	2007-2008年重庆太极实业获利能力分析	241
表112	2007-2008年重庆太极实业经营能力分析	241
表113	2007-2008年重庆太极实业偿债能力分析	242
表114	2007-2008年重庆太极实业资本结构分析	242
表115	2007-2008年重庆太极实业发展能力分析	242
表116	2007-2008年重庆太极实业现金流量分析	242
表117	2007-2008年桐君阁获利能力分析	244
表118	2007-2008年桐君阁经营能力分析	244
表119	2007-2008年桐君阁偿债能力分析	244
表120	2007-2008年桐君阁资本结构分析	245
表121	2007-2008年桐君阁发展能力分析	245
表122	2007-2008年桐君阁现金流量分析	245
表123	2007-2008年西南药业获利能力分析	247
表124	2007-2008年西南药业经营能力分析	247
表125	2007-2008年西南药业偿债能力分析	247
表126	2007-2008年西南药业资本结构分析	248
表127	2007-2008年西南药业发展能力分析	248
表128	2007-2008年西南药业现金流量分析	248
表129	2007-2008年同仁堂获利能力分析	255
表130	2007-2008年同仁堂经营能力分析	255
表131	2007-2008年同仁堂偿债能力分析	255
表132	2007-2008年同仁堂资本结构分析	255
表133	2007-2008年同仁堂发展能力分析	256
表134	2007-2008年同仁堂现金流量分析	256
表135	2007-2008年哈药集团获利能力分析	258
表136	2007-2008年哈药集团经营能力分析	259
表137	2007-2008年哈药集团偿债能力分析	259
表138	2007-2008年哈药集团资本结构分析	259
表139	2007-2008年哈药集团发展能力分析	259
表140	2007-2008年哈药集团现金流量分析	260

表141 2001-2002年公共场所卫生监督监测情况	302
表142 全国城市居民家庭常备和常用药品的种类和比例	304
表143 全国地级及以上城市市区居民家庭部分常备常用药品的市场规模	305
表144 居于家庭常备药前十位的药品	306
表145 全国地级及以上城市市区居民购买药品场所的比例	311
表146 中国前死亡率最高的前十位疾病	315
表147 人类健康的十大杀手	317

图目录

图1 2007年城市三大类药品销售占比	73
图2 2007年中成药零售市场骨科用药与五官科用药走势图	74
图3 2007年上半年化学药市场份额前五位品类比较	77
图4 2007年上半年零售市场三大类份额走势	77
图5 2007年上半年儿童用钙制剂零售市场份额	78
图6 2007年广州、南京吗叮啉片在胃动力药中占比	127
图7 2007年南京吗叮啉片在胃动力药中占比	127
图8 2007年南京多潘立酮在胃动力药中占比	127
图9 2007年广州多潘立酮在胃动力药中占比	128
图10 深圳、重庆、宁波05年口腔溃疡用药市场容量比较	169
图11 深圳、重庆、宁波口腔溃疡用药中西药占比	170
图12 深圳、重庆、宁波05年口腔溃疡用药各剂型占比	171
图13 2005年深圳、重庆、宁波意可贴市场份额走势图	173
图14 2005年深圳、重庆、宁波西瓜霜喷剂市场份额走势图	174
图15 2007年1季度四城市合计销售额MAT走势	186
图16 2007年1季度四城市合计妇炎康片市场份额走势	187
图17 2007年1季度四城市合计妇炎片主要生产厂家占比	187
图18 2007年1季度四城市合计妇科千金片市场份额走势	188
图19 2007年三季度三城市口服避孕药市场总体规模	204
图20 2007年三季度三城市口服避孕药市场类别分析	205
图21 2007年三季度三城市紧急避孕药市场销售情况	205
图22 2007年三季度金毓婷片三城市市场份额走势图	205
图23 全国医药信息渠道比较图	312

图24 不同年龄段城市居民对医生和电视的认知度比较图 313

图25 中国亚健康率最高的三个地区 315

图26 中国消费者亚健康状况 316

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/38957.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。