

中国非处方药（OTC）行业现状研究 分析及市场前景预测报告（2025年 ）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国非处方药（OTC）行业现状研究分析及市场前景预测报告（2025年）
报告编号： 1A5A000 ← 咨询订购时，请说明该编号
报告价格： 电子版：9000 元 纸质+电子版：9200 元
优惠价格： 电子版：8000 元 纸质+电子版：8300 元 可提供增值税专用发票
咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099
电子邮箱： kf@Cir.cn
详细内容： <https://www.cir.cn/0/00/FeiChuFangYao-OTC-ShiChangXuQiuFenXiYuCe.html>
提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

非处方药市场近年来在全球范围内呈现稳步增长态势，主要得益于消费者自我保健意识的增强和医疗保健体系的改革。随着各国政府放宽OTC药物分类，更多的处方药转为非处方药，增加了市场供给。同时，电商渠道的崛起为OTC药品提供了更广泛的销售平台，方便了消费者购买。

未来，非处方药行业将更加关注产品差异化与消费者教育。产业调研网认为，随着消费者对健康信息获取渠道的多样化，OTC药品生产商需要提供更多具有明确健康益处的产品，同时加强与消费者的沟通，提高用药安全意识。数字化工具，如移动应用和在线咨询服务，将成为OTC药品市场拓展的重要手段。

第一章 非处方药（OTC）相关概述

第一节 OTC简介

- 一、OTC的定义
- 二、OTC的特点
- 三、OTC类药品主要种类
- 四、非处方药和处方药的区别

第二节 OTC药发展概述

- 一、OTC类药品发展概述
- 二、国家审批OTC药品的主要原则
- 三、非处方药的市场特点
- 四、非处方药市场的培育形成

第二章 医药行业发展分析

第一节 医药行业发展概况

- 一、中国医药产业发展概述
- 二、我国医药产业发展特点
- 三、中医药产业国际化发展分析
- 四、我国医药行业整合步伐加快
- 五、我国医药行业竞争力及可持续发展策略分析

第二节 2020-2025年医药行业的发展现状

- 一、2025年医药行业跨国巨头布局新兴市场
- 二、2025年我国医药行业经济运行分析
- 三、2025年中国医药产业进出口特点分析
- 四、2025年我国中药进出口状况解析
- 五、2025年我国医药行业经济运行分析
- 六、2025年我国医药进出口情况分析

第三节 中国医药行业政策分析

- 一、2025年医药行业重要政策分析
- 二、2025年我国医药行业政策盘点
- ……
- 四、2025年我国医药产业政策解读

第四节 中国医药行业存在的问题及发展对策

- 一、我国医药行业存在的主要问题及对策
- 二、我国医药产业面临的突出问题及发展建议
- 三、我国中药产业存在的主要问题及对策

第三章 OTC药品市场分析

第一节 中国OTC市场概况

- 一、中国非处方药市场发展历程回顾
- 二、中国OTC行业的生产状况
- 三、中国OTC行业市场规模状况
- 四、中国OTC市场销售终端格局
- 五、2025年中国OTC市场现状剖析

第二节 2020-2025年中国OTC市场销售排名情况

- 一、2025年我国OTC药物销售排名情况
- ……

第三节 非处方药市场特点及与处方药市场的比较

- 一、政策法规方面
- 二、研发系统方面
- 三、市场结构和竞争策略

第四节 OTC市场竞争分析

- 一、我国OTC市场竞争局势分析
- 二、外资企业进军中国OTC市场策略分析
- 三、外资OTC医药招标状况分析
- 四、我国OTC市场竞争策略分析

第五节 OTC产品包装分析

- 一、开发OTC包装广告功能的四个要素
- 二、新需求推进OTC药包装革新
- 三、OTC药品包装成为市场竞争的盲区
- 四、OTC药盒包装设计发展方向浅析

第六节 OTC行业发展存在的问题

- 一、中国OTC药品注册存在的问题
- 二、中国OTC药品转换面临的问题
- 三、OTC药品在医保支付面临的主要问题
- 四、OTC药品在定价上面临的主要问题
- 五、OTC零售药店经营中面临的问题

第七节 中国OTC行业的发展建议

- 一、中国OTC药品注册的建议
- 二、中国OTC药品转换工作的建议
- 三、OTC药品医保支付政策的主要建议
- 四、OTC药品定价政策的主要建议
- 五、规范OTC零售药店的建议

第八节 中国OTC市场开拓策略

- 一、我国OTC市场发展对策
- 二、药企应把握机遇进军OTC市场
- 三、开拓OTC市场人才与资金的运用策略
- 四、我国OTC市场发展策略探析
- 五、OTC产品医院推广策略分析

第四章 感冒用药市场

第一节 感冒药市场发展概况

- 一、2025年我国感冒药市场规模与格局状况
- 二、2025年我国感冒药市场分析
- 三、2025年我国感冒药市场状况
- 四、创新营销成就999感冒灵中药第一品牌地位
- 五、影响感冒药购买行为的因素分析
- 六、限售令政策对感冒药市场的影响分析

第二节 感冒药危机分析

- 一、全球感冒药危机的起因
- 二、我国感冒药主要成分的安全性浅析
- 三、对国内市场造成的影响
- 四、市场机会分析及医药企业的应对策略

第三节 感冒药细分市场分析

- 一、我国板蓝根市场产销分析
- 二、2025年受甲流影响药材板蓝根市场走俏
- 三、感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析
- 四、维C银翘片市场发展状况分析

第四节 地区感冒药市场分析

- 一、宁波感冒药零售市场特点分析
- 二、重点城市感冒药市场零售情况分析
- 三、上海感冒药市场状况
- 四、四城市感冒用药零售市场分析

第五节 感冒药市场存在的问题及发展对策方向

- 一、感冒药市场存在的问题及建议
- 二、感冒药市场发展不宜过度细分
- 三、开拓感冒药市场的策略探析

第五章 维生素

第一节 维生素市场概况

- 一、维生素的概述
- 二、我国维生素用药的销售规模与市场格局
- 三、2025年我国维生素市场现状分析
- 四、我国维生素市场的竞争格局
- 五、中国复合维生素产品消费特征解析

第二节 维生素出口分析

- 一、2025年我国维生素类产品出口情况分析
- 二、2025年维生素产品出口状况分析
- 三、2025年维生素类产品出口特点分析
- 四、2025年维生素类产品出口价格浅析

第三节 维生素细分品种市场分析

- 一、维生素C市场
- 二、维生素E市场
- 三、B族维生素市场
- 四、维生素B1市场

第四节 维生素市场发展策略与前景分析

一、我国维生素市场的营销策略

二、我国维生素行业发展展望

第六章 其它OTC药品细分市场

第一节 胃肠道用药

一、全球胃肠用药市场扫描

二、肠胃药零售市场分析

三、中国胃肠用药市场规模及格局分析

四、我国胃肠道用药市场特点分析

五、儿童肠胃药零售市场分析

六、我国胃肠药广告投放分析

第二节 皮肤用药

一、皮肤用药零售市场发展概况

二、我国皮肤外用药市场规模状况

三、化药类皮肤用药市场格局

四、中药类皮肤用药市场格局

五、皮肤药主要品种市场竞争格局分析

第三节 五官用药

一、全球抗过敏性鼻炎用药市场状况

二、我国鼻炎类药物市场状况分析

三、鼻炎药物零售市场调查分析

四、我国咽喉类用药销售规模与市场格局

五、咽喉用药零售市场特点解析

六、咽喉用药市场产品力与品牌力的较量

七、五官科用药报刊广告投放分析

第四节 解热镇痛药

一、英国对含可待因OTC镇痛药的新规定

二、我国解热镇痛药市场发展概况

三、我国OTC解热镇痛药市场规模与格局状况

四、2025年我国解热镇痛类药物出口状况分析

五、解热镇痛药市场发展存在的问题

六、解热镇痛药市场发展对策

第五节 钙制剂

一、国内外钙制剂市场概况

二、我国钙制剂市场内外资品牌的竞争局势分析

三、成都和上海钙制剂零售市场竞争格局分析

四、我国主要城市钙制剂产品零售情况调查分析

五、2025年世界营养产品原料市场需求预测

第六节 心脑血管药

- 一、血管药市场发展状况分析
- 二、国产心血管药渐显竞争力
- 三、我国调血脂药物市场发展分析

第七节 妇科用药

- 一、我国妇科炎症用药销售规模增长情况
- 二、妇科用药市场状况解析
- 三、妇科炎症用药零售市场快速发展
- 四、妇科炎症口服用药市场格局分析
- 五、妇科炎症外用用药市场格局分析

第八节 抗过敏药

- 一、我国抗过敏药品市场发展分析
- 二、2025年抗过敏药市场状况分析
- 三、2025年抗过敏药零售市场调查分析

第七章 OTC市场营销分析

第一节 OTC市场营销概况

- 一、非处方药市场的营销特征
- 二、OTC药品DTC推广模式
- 三、我国OTC营销渠道的主要模式
- 四、新医改下OTC市场营销面临的机会
- 五、中国OTC经典营销案例分析
- 六、OTC药品营销发展要点与方向

第二节 OTC市场营销之消费者分析

- 一、OTC产品消费特征
- 二、OTC市场消费者行为研究
- 三、中国OTC市场消费者心理行为特点
- 四、城乡OTC市场消费情况比较分析
- 五、新形势下OTC消费者营销分析
- 六、OTC市场顾客满意营销策略分析

第三节 OTC广告营销分析

- 一、OTC广告的作用
- 二、OTC广告成功的条件
- 三、OTC广告营销八大策略
- 四、OTC市场营销广告与终端的平衡策略

第四节 OTC品牌营销分析

- 一、OTC市场品牌营销概述
- 二、OTC品牌营销面临的问题及误区
- 三、OTC品牌营销策略成败的关键因素
- 四、OTC品牌营销策略实施准则
- 五、OTC品牌产品市场终端维价策略

第五节 OTC市场营销策略

- 一、OTC市场产品运作营销策略
- 二、适应市场变化的非处方药营销策略
- 三、OTC产品终端营销的几个策略
- 四、OTC新产品选经销商遵循的原则
- 五、OTC市场正确运用渠道策略
- 六、后促销时代的OTC市场运作策略分析

第八章 医药零售行业分析

第一节 医药零售行业发展分析

- 一、中国药品零售业发展沿革
- 二、我国药品零售业发展现状分析
- 三、政策导向下药品零售业发展动向
- 四、我国药品零售市场产品销售情况分析
- 五、医药零售网络市场运行态势分析
- 六、我国医药零售市场的发展潜力较大

第二节 新医改下医药零售行业分析

- 一、2025年国家颁布基本药物零售指导价
- 二、新医改推动医药零售业迈入洗牌期
- 三、新医改下药品零售业发展形势探析
- 四、应对新医改药品零售发展对策分析
- 五、新医改下医药零售业直供模式发展分析

第三节 中国医药零售连锁行业的发展

- 一、我国医药零售连锁市场格局发展回顾
- 二、2025年我国连锁药店直营与加盟模式发展分析
- 三、2025年我国医药零售连锁行业发展分析
- 四、2025年中国连锁药店发展状况分析
- 五、2025年中国连锁药店发展分析
- 六、制药企业经营连锁药店条件分析
- 七、连锁药店的赢利模式发展及展望

第四节 医药零售行业竞争分析

- 一、我国区域药品零售市场竞争形势分析

- 二、新医改政策驱使零售业将成争夺焦点
- 三、我国药品零售业新进入者分析
- 四、新医改竞争环境下药品零售业竞争策略分析

第五节 医药零售业联盟分析

- 一、我国医药零售行业联盟现象盛行
- 二、药品零售联盟发展状况解析
- 三、医药零售业联盟的发展特点分析
- 四、医药零售采购联盟及趋势分析

第九章 OTC药品重点生产企业

第一节 哈药集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、哈药集团发展沿革
- 三、2020-2025年哈药股份经营状况分析
- 四、2020-2025年三精制药经营状况分析

第二节 华润三九医药股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2025年华润三九经营状况分析
-

第三节 江中集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、2025年江中药业经营状况分析
-

第四节 北京同仁堂（集团）有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、2025年同仁堂经营状况分析
-

第五节 广州医药集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、2020-2025年广州药业经营状况分析
- 三、2020-2025年白云山经营状况分析

第六节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2025年东阿阿胶经营状况分析
-

第七节 上市公司财务比较分析

- 一、盈利能力分析

二、成长能力分析

三、营运能力分析

四、偿债能力分析

第八节 修正药业集团

一、公司简介

二、科技创新助推修正药业发展

三、修正药业积极打造连锁药店

第九节 西安杨森制药有限公司

一、公司简介

二、西安杨森成功发展的主要因素

三、西安杨森的发展战略

四、西安杨森的管理模式

第十节 中美天津史克制药有限公司

一、公司简介

二、中美史克公司代表产品简介

三、中美史克大力拓展OTC与消费保健品市场

四、中美史克加强中国市场开拓力度

五、中美史克的PPA危机管理措施分析

第十章 OTC药品发展前景展望

第一节 医药行业的发展前景

一、“十三五”期间我国医药工业发展形势展望

二、“十三五”我国医药行业的发展方向

三、中国医药市场发展预测

第二节 2020-2025年全国药品流通行业发展规划纲要

一、指导思想与发展目标

二、主要任务

三、主要政策和措施

第三节 中~智林~济研：OTC市场前景趋势分析

一、我国OTC市场发展空间巨大

二、2025-2031年中国非处方药市场规模预测分析

三、新医改下OTC市场面临的机会

四、OTC市场呈现两大趋势

附录

附录一：中华人民共和国药品管理法

附录二：中华人民共和国药品管理法实施条例

附录三：处方药与非处方药分类管理办法（试行）

附录四：处方药与非处方药流通管理暂行规定

图表目录

图表 2025年出台的医改相关政策

图表 2020-2025年中国OTC市场销售增长情况

图表 2020-2025年非处方药在医院和零售市场销售比重

图表 2025年到2025年全国感冒药零售规模

图表 2020-2025年全国不同目标人群感冒药市场构成

图表 2025年销售规模最大的前10名感冒药品种

图表 2020-2025年主要感冒药品牌市场份额变化

图表 2020-2025年我国感冒药总体市场销售规模及增长率

图表 2020-2025年华源复方氨酚烷胺制剂销售数量与金额

图表 2020-2025年复方氨酚烷胺产品销售金额与数量变化趋势

图表 2025年华源复方氨酚烷胺产品销售金额份额

图表 2025年华源复方氨酚烷胺产品销售数量份额

图表 2025年宁波感冒药价格情况

图表 2025年宁波感冒药各剂型占比

图表 2025年宁波感冒用中西药占比

图表 2025年宁波市场泰诺家族市场份额走势

图表 2025年宁波市场双黄连系列市场份额走势

图表 我国11个中心城市感冒药零售市场规模和增长率

图表 2020-2025年主要中心城市感冒药大类结构

图表 2025年各中心城市不同目标人群感冒药市场构成

图表 2020-2025年各城市零售市场领先的感冒药品牌

图表 2025年上海感冒药前五位品种与市场份额

图表 2025年上海双黄连制剂销售数据

图表 2025年四城市感冒药市场规模情况

图表 2025年四城市中成药类份额占比同比变化

图表 2025年深圳感冒药前10位品牌市场份额

图表 2025年成都感冒药前10位品牌市场份额

图表 2025年南京感冒药前10位品牌市场份额

图表 2025年青岛感冒药前10位品牌市场份额

略……

订阅“中国非处方药（OTC）行业现状研究分析及市场前景预测报告（2025年）”，编号：1A5A000，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/0/00/FeiChuFangYao-OTC-ShiChangXuQiuFenXiYuCe.html>

热点：OTC是处方药吗、非处方药otc颜色、何为处方药和非处方药、非处方药OTC是化药里面看成分、otc处方药和非处方区别、非处方药otc甲类和乙类,下面描述正确、非处方药简称OTC、非处方药otc甲类和乙类的区别、怎么看处方药还是非处方药

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！