

2016-2022年中国非处方药 市场全景调查与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国非处方药市场全景调查与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/006189YUFY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

非处方药是指为方便公众用药，在保证用药安全的前提下，经国家卫生行政部门规定或审定后，不需要医师或其它医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般公众凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在美国又称为柜台发售药品（over the counter drug），简称OTC药。这些药物大都用于多发病常见病的自行诊治，如感冒、咳嗽、消化不良、头痛、发热等。为了保证人民健康，我国非处方药的包装标签、使用说明书中标注了警示语，明确规定药物的使用时间、疗程，并强调指出“如症状未缓解或消失应向医师咨询”。简言之：可自行根据需要选购。

亚太地区大部分国家对非处方药销售资格都有法律规定，但仍有一些国家没有对非处方药进行分类。如印度，因为缺少健全的分类管理制度，私售非处方药现象很普遍。相比之下，像日本这种发达国家，监管机构在保障消费者用药方面非常尽责，除了规定消费者如何购买和在何处购买非处方药，他们对非处方药的包装、标签和说明书的内容都有严格要求。

非处方药的零售一般受法律限制，其主要经营权被称为“药房专卖”或“通销”，但是维生素和膳食补充剂、药物副产品、草药和传统药等产品通常被列入食品类产品管理。维生素和膳食补充剂明显支配着亚太地区非处方药市场，年销售额占地区非处方药年销售总额的57%。日本在亚太地区非处方药市场占绝对主导地位，非处方药年销售额占地区年销售总额的70%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国非处方药市场全景调查与未来前景预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 中国非处方药行业宏观环境分析

第一节 非处方药行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 非处方药行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 全球非处方药行业现状及发展预测分析

第一节 全球非处方药行业概述

第二节 全球非处方药行业市场格局分析

一、全球非处方药贸易动向分析

二、全球非处方药生产概况

三、国内外非处方药工厂化生产模式及效益

第三节 全球非处方药产业主要国家运行形势分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第四节 2016-2022年全球非处方药产业市场走势预测分析

第三章 2012-2015年中国非处方药行业经济指标分析

第一节 2012-2015年非处方药行业发展概述

第二节 2012-2015年非处方药行业经济运行状况

一、非处方药行业企业数量分析

二、非处方药行业资产规模分析

三、非处方药行业销售收入分析

四、非处方药行业利润总额分析

第三节 2012-2015年非处方药行业成本费用分析

一、非处方药行业销售成本分析

二、非处方药行业销售费用分析

三、非处方药行业管理费用分析

四、非处方药行业财务费用分析

第四节 2012-2015年非处方药行业运营效益分析

- 一、非处方药行业盈利能力分析
- 二、非处方药行业运营能力分析
- 四、非处方药行业偿债能力分析
- 五、非处方药行业成长能力分析

第四章 中国非处方药行业市场与竞争分析

第一节 非处方药行业上下游市场分析

- 一、非处方药行业产业链简介
- 二、上游市场供给分析
- 三、下游市场需求分析

第二节 非处方药行业市场供需分析

- 一、非处方药行业生产总量
- 二、非处方药行业市场总量
- 1、市场需求总量
- 2、各产品市场容量及变化

第三节 非处方药行业产品价格分析

第四节 非处方药行业竞争力分析

- 一、上游议价能力分析
- 二、下游议价能力分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、新进入者威胁分析
- 五、行业竞争现状分析

第五节 非处方药行业市场集中度分析

- 一、行业市场集中度分析
- 二、行业主要竞争者分析

第五章 中国非处方药行业传统商业模式分析

第一节 非处方药行业原料采购模式

第二节 非处方药行业经营模式

第三节 非处方药行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第六章 中国非处方药行业商业模式构建与实施策略

第一节 非处方药行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、产品价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 非处方药行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 非处方药行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

1、高效率

2、高品质

3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

- 1、组织结构系统
- 2、企业控制系统
- 三、企业文化建设

第七章 中国非处方药行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

- 一、互联网思维三大特征
- 二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

- 1、构成平台模式的6个条件
- 2、平台模式的战略定位
- 3、平台模式成功的四大要素
- 4、平台模式案例

二、免费模式

- 1、免费商业模式解析
- 2、免费战略的实施条件
- 3、免费战略的类型

- (1) 产品模式创新型
- (2) 伙伴模式创新型
- (3) 族群模式创新型
- (4) 渠道模式创新型
- (5) 沟通模式创新型
- (6) 客户模式创新型
- (7) 成本模式创新型
- (8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

- 1、软硬一体化商业模式案例
- 2、软硬一体化模式受到市场追捧
- 3、软硬一体化模式是一项系统工程
- 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- 1、O2O模式爆发巨大力量
- 2、O2O模式分类
- 3、O2O模式的盈利点分析
- 4、O2O模式的思考

五、品牌模式

- 1、品牌模式的内涵及本质
- 2、成功的移动互联网品牌
- 3、如何推进品牌经营

六、双模模式

- 1、双模模式概述
- 2、移动互联网：用户规模是关键
- 3、双模模式案例

七、速度模式

- 1、什么是速度模式
- 2、速度模式的主要表现
- 3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下非处方药行业商业模式选择

- 一、非处方药行业与互联网思维的结合
- 二、互联网背景下非处方药行业商业模式选择

第八章 2012-2015年中国非处方药进出口数据监测分析

第一节 2012-2015年中国非处方药进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

第二节 2012-2015年中国非处方药出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

第三节 2012-2015年中国非处方药进出口平均单价分析

第四节 2012-2015年中国非处方药进出口国家及地区分析

- 一、进口国家及地区分析
- 二、出口国家及地区分析

第九章 2015年非处方药行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第六节 企业六

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第七节 企业七

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第八节 企业八

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第九节 企业九

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第十节 企业十

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第十章 2016-2022年中国非处方药行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年非处方药行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2016-2022年非处方药行业发展前景预测

- 一、2016-2022年非处方药行业生产规模预测
- 二、2016-2022年非处方药行业市场规模预测
- 三、2016-2022年非处方药行业盈利前景预测

第十一章 非处方药行业投资分析与预测

第一节 行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、盈利模式分析
- 三、盈利因素分析

第二节 行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析
- 四、宏观经济波动风险

第三节 投资机会与建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业主要投资建议

第四节 行业发展趋势与预测分析

- 一、发展趋势分析
- 二、发展前景预测
 - (1) 生产规模预测

(2) 市场容量预测

(3) 销售收入预测

第十二章 2016-2022年中国非处方药行业投融资战略规划分析

第一节 非处方药行业关键成功要素分析

第二节 非处方药行业投资壁垒分析

一、非处方药行业进入壁垒

二、非处方药行业退出壁垒

第三节 非处方药行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 非处方药行业融资渠道与策略

一、非处方药行业融资渠道分析

二、非处方药行业融资策略分析

图表目录

图表：非处方药产业链分析

图表：国际非处方药市场规模

图表：国际非处方药生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2015年中国非处方药市场规模

图表：2014-2015年中国非处方药产能

图表：2014-2015年中国非处方药产量

图表：2014-2015年中国非处方药产值

图表：2014-2015年我国非处方药供应情况

图表：2014-2015年我国非处方药需求情况

图表：2016-2022年中国非处方药市场规模预测

图表：2016-2022年我国非处方药供应情况预测

图表：2016-2022年我国非处方药需求情况预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/006189YUFY.html>