

# 2011-2015年中国OTC药品行业市场分析与行业调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国OTC药品行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/xiyao1012/R818941YET.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2010-12-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国OTC药品行业市场分析与行业调查报告》共十六章。首先介绍了OTC药品行业相关概述、中国OTC药品产业运行环境等，接着分析了中国OTC药品行业的现状，然后介绍了中国OTC药品行业竞争格局。随后，报告对中国OTC药品行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国OTC药品产业发展前景与投资预测。您若想对OTC药品产业有个系统的了解或者想投资OTC药品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 非处方药的行业概况

### 第一节 OTC定义与分类介绍

- 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药品的五大特征
- 四、OTC市场的独特地位和特点

### 第三节 药品分类管理相关法规和政策说明

### 第四节 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 2010年中国医药行业的运行现状分析

### 第一节 2010年中国医药行业的发展分析

- 一、中国医药工业总体增长较快

- 二、中国医药行业销售收入及应收帐款情况
- 三、中国医药行业的经济效益及成本费用
- 四、中国医药行业运行主要影响因素

## 第二节 2010年中国医药行业发展存在的问题

- 一、医药行业发展面临的生存危机
- 二、中国医药行业存在的问题
- 三、医药行业发展遇到的三大政策困境
- 四、影响中国中医药发展的现实问题综述

## 第三节 2010年中国医药行业的发展对策

- 一、实现中国医药强国目标之措施
- 二、发展医药行业的措施
- 三、医药企业选择技术创新模式的建议

## 第三章 2010年全球OTC行业市场行业发展状况分析

### 第一节 2010年国际OTC药品市场的总体概况

- 一、OTC市场是全球医药业发展的重要领域
- 二、世界OTC市场的发展回顾
- 三、国际非处方药转换市场的简析
- 四、亚太地区非处方药市场的发展概况

### 第二节 2010年全球OTC行业市场竞争格局分析

### 第三节 2011-2015年全球OTC市场展望分析

- 一、处方药向OTC转换
- 二、DTC营销
- 三、市场开发的成长机会
- 四、医药工业全球化

## 第四章 2010年世界主要国家OTC行业运行情况分析

### 第一节 美国

- 一、美国医药行业发展现状分析
- 二、美国OTC药物市场持续上涨的概况
- 三、美国OTC药企广告支出增长边际利润下降
- 四、美国FDA批准用于减肥的非处方药

## 第二节 日本

- 一、日本医药行业的总体回顾
- 二、日本药品零售市场迅猛增长扩大经营范围
- 三、日本非处方药市场的发展稳定
- 四、日本OTC市场的发展存在着矛盾

## 第三节 欧洲

- 一、欧洲OTC经销业的发展将发生改变
- 二、英国政府将放宽对非处方药品的管理
- 三、法国政府鼓励非处方药市场的发展

## 第五章 2010年中国OTC药品市场发展动态分析

### 第一节 2010年中国OTC药品市场的发展概况

- 一、OTC市场的发展综述
- 二、中国非处方药市场的发展扩容
- 三、OTC市场经营模式的分类综述
- 四、医药OTC三级市场操作模式简析

### 第二节 2010年非处方药市场的消费者行为简析

- 一、OTC消费者市场的内容
- 二、影响OTC购买者行为的主要因素
- 三、OTC消费者的决策
- 四、OTC药品的购买过程

### 第三节 2010年OTC药品市场沟通组合以及其意义

- 一、OTC药品市场的沟通过程
- 二、OTC药品市场沟通组合
- 三、市场沟通的构成要素
- 四、OTC药品市场沟通的意义
- 五、确定沟通和促销组合须考虑的因素
- 六、OTC药品有效市场沟通的任务与步骤

### 第四节 2010年中国OTC药品市场发展存在的问题及对策

- 一、中国OTC市场的发展缺乏领导品牌
- 二、OTC药品的包装成为医药市场竞争的盲点
- 三、非处方药品市场发展的七大策略

四、多层次资本市场的发展可以从OTC入手

五、药品陈列成为OTC市场创造最大利润的有效途径

## 第六章 2010年中国OTC药品的市场营销战略研究

### 第一节 OTC药品营销概况

一、OTC市场营销管理是药企推广市场的关键

二、OTC药品已经向保健品营销方式发展

三、OTC医药营销模式的变革以及创新的综述

四、OTC药品和保健品现行销售模式的思考

### 第二节 2010年OTC营销调研浅析

一、市场调研与营销调研的含义

二、营销调研的作用及意义

三、OTC营销调研的范围

### 第三节 2010年OTC药品市场终端模式与营销策略的对比

一、OTC市场终端概述

二、药店市场终端及营销策略

三、医院市场终端及营销策略

四、OTC市场终端模式展望

### 第四节 2010年OTC市场营销存在的问题及对策

一、OTC药品市场营销存在的五个陷阱

二、OTC营销面临的四大软肋

三、有效性成为OTC营销发展的硬伤

四、OTC市场营销应以拉动为主推动为辅

五、走出OTC终端带金销售泥潭的建议

六、医药企业OTC市场未来营销的发展道路

### 第五节 2010年OTC药品市场营销的挑战及趋势

一、零售终端连锁化的趋势给OTC终端营销带来新的挑战

二、OTC药品市场营销的十大趋势

三、情感营销是OTC药品市场营销的新理念

## 第七章 2010年中国OTC药品研究开发分析

### 第一节 全球医药研发渐移中国

## 第二节 2010年国内医药研发动态

- 一、肝病新药在我国研制成功
- 二、我国首个治疗丙肝中药新药松栝丸获准生产
- 三、东阿阿胶治疗血栓的新药获得国家新药证书网络
- 四、新药研究国家企业影响医药产品市场前景
- 五、新制剂开发市场四类研制发展方向值得期待

## 第三节 2010年中国企业参与新药研发的最佳切入点

- 一、OTC原研药诞生流程
- 二、OTC研发易于切入
- 三、政策导向是鼓励开发O T C市场

## 第四节 2010年OT江中药业股份有限公司新产品上市一般特点与规律

- 一、中国本土OTC产业新产品上市特点
- 二、中国OT江中药业股份有限公司新产品上市规律

## 第五节 2010年药品市场的专利分析

- 一、中药企业知识产权能力建设待加强
- 二、延长药品专利期限知识产权局还尚未列入议程
- 三、全球有35种药品专利到期
- 四、仿制药是全球药品专利到期后的国际机会

## 第八章 2010年中国感冒药市场运行形势分析

### 第一节 2010年中国感冒药市场的分析

- 一、中国感冒药市场的概况
- 二、国内感冒药市场的总体简析
- 三、OTC感冒药市场的发展
- 四、知名品牌主宰着感冒药市场
- 五、中国感冒药市场的销售概况

### 第二节 2010年感冒药细分市场的发展分析

- 一、中成药及西药在感冒药市场上的发展
- 二、中药感冒药迎来春天化学药仍是全国市场的主导
- 三、中药感冒药主力品种优势显现整体市场前景向好
- 四、中药感冒药市场的发展亟待大展宏图

### 第三节 2010年中国感冒药报刊广告市场竞争简析

- 一、感冒药报刊广告月度投放走势清晰
- 二、全国各区域感冒药报刊广告出现全线回落
- 三、报刊广告市场品牌竞争的压力有所减缓
- 四、感冒药报刊广告市场被知名企业所主宰

#### 第四节 2010年中国感冒药市场的发展对策

- 一、感冒药非处方药市场的导入策略
- 二、感冒药市场发展不易过度细分
- 三、感冒药市场发展的对策

#### 第五节 2011-2015年感冒药市场的发展前景

- 一、全球OTC类感冒药及过敏药市场将出现大幅的增长
- 二、感冒药市场的发展趋势
- 三、中西药结合逐渐成为感冒药市场主旋律

### 第九章 2010年中国维生素市场运行态势分析

#### 第一节 2010年国际维生素产业的发展

- 一、世界维生素市场发展的回顾
- 二、世界维生素市场的发展概况
- 三、国际维生素产业的竞争新格局逐渐成型

#### 第二节 2010年中国维生素市场的分析

- 一、维生素的概述及分类
- 二、中国维生素市场的发展概况
- 三、维生素市场的发展速度迅猛
- 四、中国维生素类药物的出口形势简析
- 五、2010年份维生素类重点产品的发展

#### 第三节 2010年中国维生素主要热点品种的市场

- 一、中国维生素A市场的价格下降
- 二、维生素C制造业的核心竞争力综述
- 三、中国维C出口价格上涨的原因
- 四、中国维生素C出口稳步增长还需防危机
- 五、中国维生素E市场的浅析

#### 第四节 2010年中国复合维生素市场分析

- 一、复合维生素保健品市场发展逐渐成熟



- 二、中国复合维生素市场的竞争格局简析
  - 三、复合维生素京沪穗蓉等八大城市的市场概况
  - 四、复合维生素将发展成为市场的主流产品
- 第五节 2011-2015年中国维生素市场的发展趋势分析
- 一、小品种将是维生素产业的发展方向
  - 二、中国维生素市场的发展前景

## 第十章 2010年中国胃肠用药市场运行走势分析

### 第一节 2010年中国胃肠用药市场的总体概况

- 一、世界胃肠道用药市场的回顾
- 二、胃肠道用药发展的概况
- 三、中国胃动力药及助消化药主要产品市场的综述
- 四、健胃消食片激起中国胃肠药市场战火

### 第二节 2010年中国胃肠道用药报刊广告市场的分析

- 一、市场竞争加剧
- 二、华北东北崛起
- 三、中药勇担主角
- 四、卖点以陈述为主

### 第三节 2010年北京、上海以及广州胃肠用药的零售市场

- 一、胃肠用药零售的市场特点
- 二、重点品种分析

### 第四节 2010年中国抗消化性溃疡药物市场分析

- 一、消化性溃疡药市场的总体概况
- 二、国内抗消化性溃疡药物的研发动态
- 三、抗消化性溃疡药物的市场份额综述
- 四、国内抗消化性溃疡药的医院市场竞争力简析

### 第五节 2011-2015年中国胃肠用药市场的发展对策及前景

- 一、中国肠胃用药市场的发展要以招商为先
- 二、胃肠病用药的发展前景广阔
- 三、治疗消化系统疾病药品的市场发展潜力巨大

## 第十一章 2010年中国解热镇痛药市场发展局势分析

## 第一节 2010年中国解热镇痛药的总体概况

- 一、中国解热镇痛药市场的回顾
- 二、国内解热镇痛药市场的优势显现
- 三、解热镇痛药市场的产销分析
- 四、解热镇痛抗炎药的零售市场综述

## 第二节 2010年解热镇痛药细分品种的分析

- 一、扑热息痛、阿司匹林和布洛芬原料药的出口概况
- 二、国内阿司匹林市场出口保持稳定价格略有下降
- 三、中国老牌镇痛药扑热息痛的出口显现新的动态
- 四、布洛芬市场的总体分析
- 五、萘普生原料药的潜力有待挖掘

## 第三节 2011-2015年中国解热镇痛药市场的发展趋势

- 一、国外非处方镇痛药市场非甾体类将占据5成的份额
- 二、美国解热镇痛药市场的发展趋势
- 三、中国解热镇痛原料药市场有着广阔前景
- 四、疼痛类用药期盼着社区发展的春天

## 第十二章 2010年中国其他OTC药品的市场监测分析

### 第一节 妇科外用药

- 一、妇科炎症用药市场的现状透析
- 二、妇科炎症用药市场细分逐渐明显
- 三、2010年中国妇科用药市场的现况

### 第二节 皮肤外用药

- 一、抗真菌产品在皮肤外用药市场处领先地位
- 二、皮肤科外用药市场的综述
- 三、中国皮肤外用药市场的规模冲破60亿
- 四、皮肤外用药京沪穗三地零售市场已接近饱和

### 第三节 咽喉用药

- 一、咽喉用药市场的整体概况
- 二、中国咽喉口腔用药零售市场简析
- 三、2010年国内咽喉产品的零售市场
- 四、2010年中国咽喉疾病用药报刊广告市场分析

## 五、咽喉疾病用药市场细分成为老产品新的出路

### 第十三章 2010年中国OTC行业市场竞争格局分析

#### 第一节 2010年我国医药行业的SWOT分析

- 一、我国医药行业优势领域
- 二、医药行业面临的挑战及应对措施
- 三、我国医药企业的主要问题

#### 第二节 2010年年OTC药品营销竞争策略

- 一、2010年OTC药品营销策略
- 二、2010年OTC市场的营销战术及管理
- 三、医药企业OTC市场未来营销之路
- 四、走品牌之路将是OTC发展的途径

#### 第三节 2009-20112年中国OTC行业市场竞争态势预测分析

### 第十四章 2010年中国OTC行业重点企业竞争力与关键性数据分析

#### 第一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司

#### 第二节 云南白药集团股份有限公司

#### 第三节 哈药集团股份有限公司

#### 第四节 江中药业股份有限公司

#### 第五节 三精制药股份有限公司

#### 第六节 山东东阿阿胶股份有限公司

#### 第七节 北京同仁堂股份有限公司

#### 第八节 九芝堂股份有限公司

#### 第九节 三九医药股份有限公司

#### 第十节 西安杨森制药有限公司

#### 第十一节 略&hellip;&hellip;

### 第十五章 2011-2015年中国OTC行业投资战略部署

#### 第一节 2010年中国医药行业投资概况

- 一、医药业将进入黄金投资期
- 二、中国医药产业投资准入政策分析

#### 第二节 2011-2015年中国OTC行业投资机会分析

- 一、我国市场潜力巨大
- 二、OTC市场方兴未艾
- 三、感冒药执掌市场牛耳
- 四、中成药前途无量
- 五、老年疾病用药以及妇女、儿童用药市场发展迅猛
- 六、农村市场亟待开发
- 七、零售药品市场在竞争中继续快速增长

### 第三节 2011-2015年中国OTC行业投资风险

### 第四节 权威专家投资观点

## 第十六章 2011-2015年中国OTC药品市场的前景预测分析

### 第一节 2011-2015年中国医药行业的发展趋势分析

- 一、医药行业迎来药品降价不降利的新时代
- 二、医药市场发展趋势

### 第二节 2011-2015年中国OTC药品市场的发展趋势

- 一、中国将发展成为国际最大的OTC市场
- 二、持续整合是未来中国OTC市场发展的态势
- 三、中国非处方药市场的发展潜力巨大
- 四、非处方药市场的发展前景广阔

### 第三节 2011-2015年中国OTC行业盈利能力预测分析

#### 图表名称：部分

图表 主要欧洲国家可以从非处方药转化中节省开支的预期值

图表 1998年自我医疗药品市场上销售前10位OTC药品

图表 美国Rx向OTC的转换市值

图表 转换为非处方药的13种化学药品

图表 转换为非处方药的44种中成药

图表 OTC消费信息来源

图表 2001年-2003年中国药品零售市场感冒药销售前十名品种

图表 2005-2008年三大城市感冒药市场容量

图表 2007年15城市感冒药销售排各前十强

图表 2006-2009年15城市儿童用感冒药的走势情况

图表 2006-2009年15城市儿童用感冒药销售排名前十强

图表 2006-2009年15城市中药类感冒药走势情况

图表 2006-2009年15城市中药类感冒药销售排名前十强

图表 2006-2009年北京感冒药市场销售排名前十强

图表 2006-2009年上海感冒药市场销售排名前十强

图表 2006-2009年广州感冒药市场销售排名前十强

图表 2002-2009年中药、西药、中西结合药市场份额构成列表

图表 2002-2009年中药类抗感冒药销售金额走势图

图表 2002-2009年中药类抗感冒药主要产品市场份额构成列表

图表 2005-2009年中药类抗感冒药主要品牌销售金额市场份额

图表 2002-2009年中药类抗感冒药主要品牌市场份额构成列表

图表 2002-2009年香雪抗病毒口服液销售走势图

图表 2002-2009年白云山板蓝根颗粒销售走势图

图表 2004-2009年感冒药报刊广告投放月度走势

图表 2004-2009年感冒药报告广告投放区域变化

图表 2005-2009年感冒药报刊广告投放前十城市广告额

图表 2005-2009年感冒药报刊广告投放五大城市品种格局城市

图表 2005-2009年感冒药报刊广告投放品种排名

图表 2005-2009年感冒药报刊广告投放企业排名

图表 传统的产品流通图

图表 变化中的产品流通图

图表 2002-2010年美国抗过敏药物市场份额

图表 2006-2009年维生素原料药总体出口规模和增长率

图表 2010年中国出品量超过千吨的维生素单品种

图表 2010年中国出口规模超过百万美元的维生素单品种

图表 2006-2009年泛酸钙价格走势图

图表 2010年维生素B2价格走势图（80%规模）

图表 2006-2009年维生素C价格走势图

图表 企业价值链内核

图表 2005-2009年8个城市药品零售市场销售金额比例排名前九种类别

图表 2005-2009年8个城市药品零售市场销售量比例排名前九种类别

图表 2005-2009年8个城市复合维生素分别占整体复合维生素零售市场的销售

图表 2005-2009年8个城市复合维生素分别占整个复合维生素市场零售量比例

图表 复合维生素不同销售渠道铺货率比较

图表 2005-2009年8个城市不同价格段复合维生素销售金额比例

图表 2003-2009年各年前两个季度的销售额情况比较

图表 复合维生素产品季度销售趋势图

图表 2004年第三季度-2009年第二季度各品牌复合维生素销售额与销售量比较

图表 复合维生素产品的品牌集中度情况

图表 2004-2009年不同剂型复合维生素产品销售金额比例

图表 2004-2009年不同剂型复合维生素产品销售数量占比

图表 2004-2009年复合维生素产品主要渠道销售金额比例

图表 2004-2009年复合维生素产品主要渠道销售数量占比

图表 2004-2009年复合维生素产品不同渠道销售数量占比

图表 部分复合维生素在8个被调查城市的铺货率

图表 影响维生素类产品销售的各因素比较

图表 店员获取复合维生素产品有关知识的主要途径

图表 受店员推荐影响的消费者比例

图表 店员经常向消费者推荐的产品个数

图表 第一次推荐未被接受后店员的举措

图表 部分复合维生素产品被店员推荐情况

图表 店员知道的不同年龄段人群服用的不同复合维生素产品

图表 2006-2009年中国出口维生素的全球区域分布

图表 2006-2009年部分价格变化的维生素类原料药

图表 2005-2009年维生素类原料药总体出口规模和增长率

图表 2006-2009年中国出口量超过千吨的维生素单品种

图表 2006-2009年中国出口规模超过百万美元的维生素单品种

图表 2006-2009年中国维生素类原料药出口排名前20家公司

图表 部分出口价格在500美元/公斤以上的维生素

图表 抗溃疡药物的分类

图表 临床应用的H<sub>2</sub>受体拮抗剂

图表 H<sub>2</sub>受体拮抗剂的比较

图表 临床应用的质子泵抑制药

图表 抗幽门螺杆菌的药物

图表 临床应用的胃肠动力药

图表 M受体阻断剂的分类

图表 镇吐药的分类

图表 止泻药的分类

图表 泻药的分类

图表 2002-2009年多潘立酮在胃动力药物市场的占比情况

图表 2002-2009年西安杨森的吗丁啉垄断胃动力药物市场

图表 莫沙必利市场前三位

图表 2005-2009年助消化药主要品种市场情况

图表 卡尼汀市场竞争格局前四位

图表 2005-2009年胃肠道用药报刊广告月度花费对比

图表 2006-2009年胃肠用药细分品种广告投入额比例

图表 2006-2009年胃肠道用药报刊广告区域规模及变化

图表 2006-2009年胃肠道用药报刊广告投入额前十城市

图表 2006-2009年胃肠道用药报刊广告花费前十品牌

图表 2005-2009年胃肠道用药报刊广告花费前十品牌

图表 2006-2009年胃肠道用药花费前十品牌广告卖

图表 京、沪、穗胃肠用药市场容量变化图

图表 2005-2009年京、沪、穗胃肠用药中西药占比

图表 2005-2009年京、沪、穗胃肠用药市场份额前五位品牌

图表 2005-2009年京、沪、穗胃肠用药各大类占比

图表 2005-2009年京沪穗吗丁啉片市场份额走势图

图表 2005-2009年京沪穗洛赛克胶囊市场份额走势图

图表 全球已获准上市的PPI品种

图表 2005-2009年消化性溃疡治疗药物医院用药状况

图表 2002-2009年消化性溃疡治疗药物年度用药情况表

图表 2002-2009年PPI和H2-RA国内市场分额变化表

图表 2005-2009年购药金额居前10位的消化性溃疡治疗药物

图表 2003-2009年抗消化性溃疡药市场规模及增长率

图表 2005-2009年抗消化性溃疡药类别比重

图表 2005-2009年抗消化性溃疡药品品种市场份额变化表

图表 2005-2009年抗消化性溃疡药生产企业市场份额表

图表 2003-2009年消化系统及代谢药类注册产品比例分布表

图表 SFDA已颁布奥美拉唑生产批件

图表 2005-2009年雷贝拉唑生产厂家市场份额表

图表 国内典型城市样本医院法莫替丁用药

图表 2005-2007年法莫替丁排名前10位生产厂家

图表 皮肤科外用药的主要终端市场

图表 咽喉产品市场的品牌比较

图表 2004-2009年北京咽喉用药市场前十位品牌份额

图表 2004-2009年上海咽喉用药市场前十位品牌份额

图表 2004-2009年广州咽喉用药市场前十位品牌份额

图表 2004-2009年武汉咽喉用药市场前十位品牌份额

图表 2004-2009年成都咽喉用药市场前十位品牌份额

图表 2005-2007年前十位品牌市场份额

图表 2005-2009年咽喉疾病用药报刊广告投放走势对比

图表 2006-2009年咽喉疾病用药报刊广告投放区域份额比例

图表 2010年中国OTC行业发展能力分析

图表 2010年中国OTC行业竞争力分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年重庆太极实业（集团）股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司成长性分析



图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年哈药集团股份有限公司盈利能力分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司成长性分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年江中药业股份有限公司盈利能力分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司成长性分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年三精制药股份有限公司盈利能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司成长性分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析  
图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司成长性分析  
图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年北京同仁堂股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年九芝堂股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司盈利能力分析

图表 西安杨森制药有限公司盈利指标情况

图表 西安杨森制药有限公司资产运行指标状况

图表 西安杨森制药有限公司资产负债能力指标分析

图表 西安杨森制药有限公司盈利能力情况

图表 西安杨森制药有限公司销售收入情况

图表 西安杨森制药有限公司成本费用构成情况

图表 略&hellip;&hellip;

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国OTC药品行业市场分析与行业调查报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1012/R818941YET.html>