



艾凯咨询
ICAN Consulting

“十一五”期间中国非处方药（OTC）市场评估及“十二五”发展前景咨询报告

一、调研说明

《“十一五”期间中国非处方药（OTC）市场评估及“十二五”发展前景咨询报告》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/179173.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

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”

医药零售市场近几年连续畅旺，是医药市场一大特点，随着药品分类管理制度实施，国家对零售业有更明确要求，零售业本身也更重视人员素质提高，从而增强企业竞争力。中国的增长主要受益于稳定的经济支撑以及非处方药新产品的引进，关键的增长领域预计包括维生素和膳食补充药物以及咳嗽、感冒和过敏药物。非处方药（OTC）市场发展潜力很大，我国的药品零售业将面临巨大的机遇与挑战。

《“十一五”期间中国非处方药（OTC）市场评估及“十二五”发展前景咨询报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于非处方药产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人员传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为非处方药产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。

本报告详述了非处方药产品的行业概况、市场发展现状及非处方药产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究非处方药市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对非处方药行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对非处方药产品投资的建议。

第一章“十一五”期间中国医药行业发展分析

第一节“十一五”期间中国医药行业发展概况

一、中国医药产业发展概述

二、中国医药产业发展特点

三、政策助推中国医药行业发展

四、中医药产业国际化发展分析

五、中国医药行业竞争力及可持续发展策略分析

第二节“十一五”期间中国医药行业发展状况分析

一、2008年中国医药行业经济运行状况分析

二、2008年中国医药行业企业发展状况分析

三、2008年中国医药产业外贸形势分析

四、2008年医药行业重要政策分析

第三节 "十一五"期间中国医药行业发展状况分析

一、2009年中国医药行业外部环境及影响因素分析

二、2009年1-8月中国医药保健品进出口形势分析

三、2009年1-9月中国中药进出口状况浅析

四、2009年中国医药行业经济运行分析

五、2009年中国医药行业遭遇反倾销情况

六、2009年中国医药商业发展盘点

七、2009年中国医药行业政策盘点

第四节 "十一五"期间中国相关政策对医药行业发展的影响

一、新医改系列方案出台时间表

二、新医改政策下中国医药行业扩容

三、新医改对医药产业链的影响分析

四、基本药物制度掀起医药行业新竞争

五、药价机制改革有利于医药行业发展

六、新版医保目录对医药行业的影响分析

七、新版GMP对医药行业影响分析

第二章"十一五"期间中国非处方药（OTC）发展环境及政策回顾

第一节 2006年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2006年中国农业发展回顾

二、2006年中国工业和建筑业发展回顾

三、2006年中国固定资产投资发展回顾

四、2006年中国国内贸易发展回顾

五、2006年中国对外经济发展回顾

六、2006年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2006年中国教育和科学技术发展回顾

八、2006年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2006年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2006年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2006年中国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2007年中国农业发展回顾
- 二、2007年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2007年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2007年中国国内贸易发展回顾
- 五、2007年中国对外经济发展回顾
- 六、2007年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2007年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2007年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2007年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2007年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2007年中国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2008年中国农业发展回顾
- 二、2008年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2008年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2008年中国国内贸易发展回顾
- 五、2008年中国对外经济发展回顾
- 六、2008年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2008年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2008年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2008年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2008年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2008年中国货币信贷环境发展回顾

第四节 2009年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2009年中国农业发展回顾
- 二、2009年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2009年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2009年中国国内贸易发展回顾
- 五、2009年中国对外经济发展回顾
- 六、2009年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2009年中国教育和科学技术发展回顾

- 八、2009年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2009年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2009年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2009年中国货币信贷环境发展回顾

第三章 "十一五"期间中国OTC药品市场动态分析

第一节 "十一五"期间中国OTC市场概况

- 一、中国OTC市场产品格局
- 二、中国OTC市场发展特征
- 三、中国非处方药市场发展现状
- 四、促进中国OTC市场快速发展的因素
- 五、非处方药网络销售监管情况

第二节 "十一五"期间中国OTC市场发展状况

- 一、2007年中国OTC市场状况分析
- 二、2008年中国OTC药物销售排名情况
- 三、2009年中国OTC药物销售排名情况
- 四、2009年新医改下对OTC市场影响分析

第三节 "十一五"期间中国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 "十一五"期间中国OTC市场竞争分析

- 一、OTC市场竞争格局
- 二、外资药企欲抢滩中国OTC市场
- 三、外资企业进军中国OTC市场策略分析
- 四、外资OTC医药招标状况分析
- 五、中国OTC市场竞争策略分析

第五节 "十一五"期间中国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

第四章 "十一五"期间中国感冒用药市场走势分析

第一节 "十一五"期间中国感冒药市场发展概况

- 一、中国感冒药市场发展现状
- 二、影响感冒药购买行为的因素分析
- 三、外资品牌在感冒药市场格局分析
- 四、限售令政策对感冒药市场的影响分析
- 五、医药企业掘金"甲流"市场
- 六、感冒药市场竞争空白点有待挖掘

第二节 "十一五"期间中国感冒药危机发展分析

- 一、全球感冒药危机的起因
- 二、中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 "十一五"期间中国感冒药细分市场分析

- 一、中国板蓝根市场产销分析
- 二、2009年受甲流影响药材板蓝根市场走俏
- 三、维C银翘片市场发展状况分析
- 四、感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析

第四节 "十一五"期间中国部分地区感冒药市场

- 一、上海感冒用药零售市场分析
- 二、宁波感冒药零售市场特点分析
- 三、杭州感冒药零售市场的价格问题分析

第五章 "十一五"期间中国维生素行业发展状况透析

第一节 "十一五"期间中国维生素市场概况

- 一、维生素的概述
- 二、复合维生素在零售市场已占有重要地位
- 三、维生素细分市场发展分析
- 四、中国复合维生素产品市场发展现状
- 五、中国维生素类价格发展态势分析

第二节 "十一五"期间中国维生素出口分析

- 一、2008年中国维生素类产品出口情况分析

二、2009年维生素品种出口数据

三、2010年维生素出口形势分析

第三节 "十一五"期间中国维生素细分品种市场分析

一、中国维生素C市场现状分析

二、中国维生素E发展分析

三、中国B族维生素市场现状

四、维生素B1市场发展前景看好

五、维生素B2市场价格发展走势分析

六、维生素D3市场价格发展分析

第六章 "十一五"期间国内外其它OTC药品细分市场运行分析

第一节 "十一五"期间中国胃肠道用药市场分析

一、肠胃药零售市场分析

二、儿童肠胃药零售市场分析

三、中国胃药市场规模增长情况

四、2008年1-8月胃肠药广告投放分析

第二节 "十一五"期间中国皮肤用药市场概况

一、中国皮肤用药市场及品牌概况

二、2007年皮肤用药零售市场分析

三、2008年皮肤用药零售市场发展分析

四、皮肤药主要品种市场竞争格局分析

第三节 "十一五"期间五官用药市场行业发展概况

一、2008年1-8月五官科用药报刊广告投放分析

二、鼻炎药物零售市场调查分析

三、抗过敏性鼻炎用药市场现状分析

四、中国咽喉用药市场概况

五、咽喉用药市场产品力与品牌力的较量

六、中药在沈阳、济南咽喉用药市场占据主要地位

第四节 "十一五"期间解热镇痛药市场发展概述

一、国际炎性疼痛止痛药发展状况

二、英国对含可待因OTC镇痛药的新规定

三、中国解热镇痛药市场发展概况

四、解热镇痛药市场发展存在的问题

五、解热镇痛药市场发展对策

第五节 "十一五"期间钙制剂发展概述

一、全球营养保健品市场发展综述

二、国内外钙制剂市场概况

三、中国钙制剂市场内外资品牌的竞争局势分析

四、成都和上海钙制剂零售市场竞争格局分析

五、中国主要城市钙制剂产品零售情况调查分析

六、2013年世界营养产品原料市场需求预测

第六节 "十一五"期间中国心脑血管药发展概述

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、中国调血脂药物市场发展分析

第七节 "十一五"期间中国妇科用药市场发展概述

一、妇科用药市场发展状况分析

二、妇科炎症用药零售市场快速发展

三、成都妇科用药市场发展格局分析

第八节 "十一五"期间中国抗过敏药市场发展分析

一、中国抗过敏药品市场发展分析

二、2009年8月抗过敏药市场状况分析

第七章 "十一五"期间中国OTC市场营销策略分析

第一节 "十一五"期间中国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、中国OTC营销渠道的主要模式

四、2007年中国OTC市场品牌药营销状况

五、新医改下OTC市场营销面临的机会

六、中国OTC经典营销案例分析

七、OTC药品营销发展要点与方向

第二节 "十一五"期间中国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、消费者选择OTC药最关注的因素
 - 五、城乡OTC市场消费情况比较分析
 - 六、非处方药消费行为及心理的变化
 - 七、OTC消费者保护与品牌建设分析
 - 八、新形势下OTC消费者营销分析
 - 九、OTC市场顾客满意营销策略分析
- 第三节 "十一五"期间中国OTC广告营销分析

- 一、OTC广告的作用
 - 二、OTC广告成功的条件
 - 三、非处方药市场广告投放动态分析
 - 四、OTC广告营销八大策略
 - 五、OTC市场营销广告与终端的平衡策略
- 第四节 "十一五"期间中国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 "十一五"期间中国OTC市场营销策略

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

第八章 "十一五"期间中国医药零售行业市场深度研究

第一节 "十一五"期间中国医药零售行业发展分析

- 一、美国药品零售业发展现状分析

- 二、中国药品零售业发展沿革
- 三、2008年中国药品零售市场发展分析
- 四、2008年中国药品零售市场产品销售情况分析
- 五、2009年1-9月中国药品零售市场发展简况
- 六、中国医药零售市场的发展潜力较大
- 七、医药零售经营的市场创新发展
- 第二节 "十一五"期间中国新医改下医药零售行业分析
 - 一、2009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 "十一五"期间中国医药零售连锁行业的发展
 - 一、中国医药零售连锁市场格局发展回顾
 - 二、零售连锁药店经营模式加速转型
 - 三、2008年中国连锁药店直营与加盟模式发展分析
 - 四、连锁药店行业南北发展差异分析
 - 五、连锁药店欲抢占网上医药市场
 - 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 "十一五"期间中国医药零售行业竞争分析
 - 一、中国区域药品零售市场竞争形势分析
 - 二、中国药品零售业掀起第二场价格战
 - 三、新医改政策驱使零售业将成争夺焦点
 - 四、中国药品零售业新进入者分析
 - 五、新医药竞争环境下药品零售业竞争策略分析
- 第五节 "十一五"期间中国医药零售业联盟分析
 - 一、中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"十一五"期间中国医药制造行业主要数据监测分析

第一节2006-2010年11月中国医药制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2010年11月中国医药制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2006-2010年11月中国医药制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年11月中国医药制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年11月中国医药制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十章"十一五"期间国内OTC上市公司经营财务分析

第一节 北京同仁堂(集团)有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 三九医药股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 江西江中药业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 广州药业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 "十二五"期间世界及中国经济预测

第一节 "十二五"期间世界经济发展趋势

- 一、"十二五"期间世界经济将逐步恢复增长
- 二、"十二五"期间经济全球化曲折发展

- 三、"十二五"期间新能源与节能环保将引领全球产业
- 四、"十二五"期间跨国投资再趋活跃
- 五、"十二五"期间气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、"十二五"期间美元地位继续削弱
- 七、"十二五"期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 "十二五"期间中国经济面临的形势

- 一、"十二五"期间中国经济将长期趋好
- 二、"十二五"期间中国经济将围绕"三个转变"
- 三、"十二五"期间中国工业产业将全面升级
- 四、"十二五"期间中国以绿色发展战略为基调

第三节 "十二五"期间中国对外经济贸易预测

- 一、"十二五"期间中国劳动力结构预测
- 二、"十二五"期间中国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、"十二五"期间中国自主创新结构预测
- 四、"十二五"期间中国产业体系预测
- 五、"十二五"期间中国产业竞争力预测
- 六、"十二五"期间中国经济国家化预测
- 七、"十二五"期间中国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、"十二五"期间人民币区域化和国际化预测
- 九、"十二五"期间中国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、"十二五"期间中国中小企业面临的外需环境预测

第十二章 "十二五"期间中国政策体系预测

第一节 "十二五"规划重点倾斜内容预测

- 一、大消费
- 二、高铁及城轨建设
- 三、生产性服务
- 四、战略新兴产业

第二节 "十二五"期间中国主要政策预测

- 一、"十二五"期间将进一步劳动力市场政策
- 二、"十二五"期间将进一步充实扩大就业的财税政策
- 三、"十二五"期间将进一步丰富扩大就业的金融政策

四、"十二五"期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 "十二五"期间中国经济社会发展阶段预测

- 一、"十二五"期间中国将加速全面建设小康社会
- 二、"十二五"期间中国将全方位改革综合推进阶段
- 三、"十二五"期间中国工业化中期向工业化后期转变

第十三章 "十二五"期间中国经济将面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间影响投资因素分析

- 一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析
- 二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析
- 三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析
- 四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 "十二五"期间中国经济稳定发展面临的问题

- 一、经济结构失衡
- 二、产业结构面临的问题
- 三、资本泡沫过度膨胀
- 四、收入差距进一步扩大
- 五、通货膨胀风险加剧
- 六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 "十二五"期间中国经济形势面临的问题

- 一、世界政治、经济格局的新变化
- 二、国际竞争更加激烈
- 三、投资的作用将下降
- 四、第三产业对经济增长的作用显著增加
- 五、迫切需要解决深层次体制机制问题
- 六、劳动力的供给态势将发生转折

第十四章 "十二五"期间中国区域经济面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间促进区域协调发展的重点任务

- 一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制
- 二、培育多极带动的国土空间开发格局
- 三、积极开展全方位多层次的区域合作

四、创新各具特色的区域发展模式

五、建立健全区域利益协调机制

第二节 "十二五"期间中国区域协调发展存在的主要问题

一、空间无序开发问题依然比较突出

二、东中西产业互动关系有待进一步加强

三、落后地区发展仍然面临诸多困难

四、财税体制尚需完善

五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 "十二五"期间促进区域协调发展的政策建议

一、编制全国性的空间开发利用规划

二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架

三、制定基础产业布局战略规划

四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十五章 "十二五"期间中国非处方药（OTC）行业前景趋势分析

第一节 "十二五"期间中国医药行业的发展前景

一、中国医药市场发展空间巨大

二、2013年国内外药品市场规模预测

三、中国中药产业面临的发展机遇及趋势

四、中国生物医药产业发展前景分析

五、2010年医药外贸发展趋势浅析

六、2010年医药行业五大营销趋势分析

第二节 "十二五"期间中国OTC市场前景趋势分析

一、2010年中东欧OTC药品市场发展预测

二、中国OTC市场发展空间大

三、新医改下OTC市场面临的机会

四、OTC市场呈现两大趋势

五、非处方药物戒烟市场发展前景广阔

第十六章 "十二五"期间中国非处方药（OTC）行业面临的问题及对策

第一节 "十二五"期间中国医药行业存在的问题及发展对策

一、中国医药行业存在的主要问题及对策

- 二、中国医药产业面临的突出问题及发展建议
- 三、中国中药产业存在的主要问题及对策
- 第二节 "十二五"期间中国OTC市场发展存在的问题
 - 一、中国OTC市场存在的渠道问题
 - 二、中国OTC市场的"潜规则"问题探析
 - 三、中国OTC市场经营亟待规范
- 第三节 "十二五"期间中国OTC市场发展策略
 - 一、中国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、中国OTC市场发展策略探析
 - 五、OTC产品医院推广策略分析
- 第四节 "十二五"期间中国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、中西结合感冒药渐成市场发展方向
- 第五节 "十二五"期间中国维生素市场面临的问题及发展策略
 - 一、中国维生素C遭遇美反垄断问题分析
 - 二、中国维生素市场的营销策略
 - 三、中国维生素市场前景广阔

图表目录：

图表：十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表：2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表：城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表：房地产投资需求拉动多个行业发展

图表：中国区域发展阶段差异概况

图表：金融危机以来中国出台的区域规划

图表：2008年中国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表：城市化进程的三个阶段

图表：不同城市化阶段及其特征

图表：2010-2015中国城市化水平预测

图表：国家战略性战略格局维度布局

图表：2010-2015各省城市化率变化情况

图表："十二五"时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表：美国经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表：主要耗能设施的生命周期

图表：不同领域对减排的贡献

图表："十一五"各行业营收增长

图表："十一五"各行业盈利增长

图表："十一五"各行业ROE提升

图表："十一五"各行业市场表现

图表："十二五"规划预期重点及措施

图表：历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表："一五"至"十一五"中国经济发展

图表："十二五"时期战略性新兴产业七大领域

图表：2020年电源预计规模

图表：低碳技术创新和应用的路线图

图表：动力电池成本的国际比较

图表：中国动力电池技术与国际水平比较

图表：中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月中国医药制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国医药制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国医药制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国医药制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国医药制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月中国医药制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月中国医药制造行业主要盈利能力指标分析

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司负债情况图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂（集团）有限责任公司成长能力指标走势图

图表：三九医药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：三九医药股份有限公司经营收入走势图

图表：三九医药股份有限公司盈利指标走势图

图表：三九医药股份有限公司负债情况图

图表：三九医药股份有限公司负债指标走势图

图表：三九医药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：三九医药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司经营收入走势图

图表：江西江中药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司负债情况图

图表：江西江中药业股份有限公司负债指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江西江中药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州药业股份有限公司经营收入走势图

图表：广州药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州药业股份有限公司负债情况图

图表：广州药业股份有限公司负债指标走势图

图表：广州药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司经营收入走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司盈利指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司负债情况图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司负债指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司成长能力指标走势图

通过《"十一五"期间中国非处方药（OTC）市场评估及"十二五"发展前景咨询报告》，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/179173.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。