



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年OTC行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2011-2015年OTC行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/181913.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](mailto: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

在全球，OTC药品的主力市场是在西欧。但是观察整个OTC市场每年增长的贡献率可以发现，亚太地区做出的贡献已经达到非常可观的程度，接近40%。这就是为什么跨国公司在调整市场策略，调整投资方向，特别是在中国。虽然OTC市场的份额只占全球医药市场的11.5%，但是，通过处方药向OTC的转化，品牌的建立，大量商业渠道的拓展，以及各个国家政府机构对自我药疗的支持，使OTC行业的增长速度明显快于整个医药市场的增长速度。在全球主要的OTC市场中，除传统的西欧和美国之外，中国、俄罗斯、巴西和印度都是人口众多的大市场，在全球市场占据显著的地位。2009年全球医药市场已经达到8000多亿美元，发达国家的增长速度均为个位数，而中国却达到20%以上，远远超过了俄罗斯、印度、土耳其、韩国等其他新兴国家市场。在中国，70%的OTC产品是通过零售终端销售的。在零售渠道，表现最好的OTC药品是感冒咳嗽类，其次是一些维生素、矿物质、消化类药品，增长率超过药品市场的平均增长率。

近几年来，自我药疗在药品消费中所占的比重越来越大，自我药疗将逐渐发展成为药品市场的一种常态。感冒、咳嗽、口腔咽喉病、胃肠道疾病、眼病、皮肤病等是自我药疗的主要病种，消费者大都通过购买OTC产品来缓解这些疾病的症状。消费者自我药疗水平的提高带动了OTC市场的繁荣。我国OTC市场规模已经从1990年的19亿元上升到2008年的1295亿元。我国在2009年超过日本，成为仅次于美国的全球第二大OTC市场。预计到2020年将居全球第一。在发达国家，自我药疗已成为大多数消费者的习惯。在美国，81%出现头痛症状的患者、72%出现感冒/咳嗽症状的患者、68%出现皮肤疾病症状的患者，都会首选OTC产品进行自我药疗。我国从2000年1月1日开始实施处方药与非处方药分类管理制度，相比之下，我国的自我药疗还有待进一步发展。近年来，我国自我药疗人群比例也在逐步上升，但是与发达国家相比还差距甚大。在我国总数为4600多种的OTC产品中，消费者在药店能够买到的只有1000多种，远远满足不了自我药疗的需要。因此，我国OTC市场还有很大的发展空间。我国是世界上人口最多的国家，而且人口绝对数量还在增长；随着人民生活水平和经济收入的不断提高，医药保健消费得到了城镇居民的普遍重视；同时，我国人口老龄化趋势加快，60岁以上的老年人已经达到1.6亿，占总人口的12%，这部分人群所占的医疗消费比例将越来越大；此外，随着新医改的不断深入，OTC市场也将得以壮大。

我国OTC市场在快速增长的同时，也表现出令人担忧的一面。我国OTC市场的增长动力主要来自医保的扩容。在发达国家，OTC产品一般不能进入医保目录，但我国由于OTC产品有临床需要，且安全有效、价格低廉，因此还有为数不少的OTC品种进入了基本药物目录。而全民医保带来的药品市场大扩容也将带动OTC市场的扩容。来自行业自身的内生性增长动

力不足却成为未来几年我国OTC行业的隐忧。与处方药相比，OTC行业的发展还相对较慢。资料显示，2007年，我国OTC市场增长11.5%，处方药市场增长25.8%；2008年，OTC市场增长6.8%，处方药市场增长27%；到了2009年，OTC市场增长7.7%，处方药市场则增长了27.1%。另外，消费者对OTC的认知度还有待于提高。尽管近几年来，我国OTC消费水平不断上升，但是总体而言，人均消费水平还很低，低于全球人均消费水平，仅是中等发达国家的25%左右。我国民众自我药疗的意识和水平还偏低，整个OTC行业还有很好的发展空间和潜力。我国OTC市场急需大力扶植和开发的另一个领域是中成药。中成药由于副作用小，价格相对低廉，在OTC市场有广阔的发展空间。值得一提的是，我国自我药疗显示出自己独特的特点，那就是在我国自我药疗市场中，中药比西药更占优势。目前我国OTC药品总共有4600多种，其中3000多种是中药。很多中药有着数千年的临床使用经验，疗效确切，在消费者中有认知基础。但是，博大精深的中医药理论也使很多消费者难以掌握，中药讲究辨证论治，很多消费者对自己的症状缺乏判断能力，这就不利于自我选择药品，因此，企业必须强化驻店药师的药学服务功能。

本研究报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国医药商业协会、国家食品药品监督管理局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、《中国药店》、《中国药业情报》、中国产业研究报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、医药行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国OTC药品市场的发展状况、需求状况、流通渠道、消费变化等进行了分析。报告重点分析了主要品种和重点地区的销售状况和特点、中国医药生产及流通企业的市场策略，综合了感冒咳嗽类、消化系统类、镇痛类、皮肤用药类以及保健品等OTC大类产品市场分析。报告还对国外OTC相关市场情况进行了介绍，为OTC药品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在医药行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国OTC行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 OTC行业发展概述

###### 第一节 OTC定义与分类

###### 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药品的发展特征

四、OTC市场的独特地位和特点

第三节 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 国外OTC行业发展分析

第一节 国际OTC行业发展轨迹综述

一、国际OTC行业发展历程

二、国际OTC行业发展面临的问题

三、国际OTC行业技术发展现状及趋势

四、2010-2011年国际OTC行业发展情况

第二节 主要地区OTC行业发展的借鉴

一、2010-2011年美国OTC行业发展分析

二、2010-2011年欧洲OTC行业发展分析

三、2010-2011年亚洲OTC行业发展分析

四、2010-2011年印度OTC行业发展分析

第三章 我国OTC行业发展现状

第一节 全国OTC用药分析

一、2010年OTC用药规模分析

二、2011年OTC用药变化趋势

第二节 OTC市场发展现状分析

一、我国OTC市场发展前景分析

## 二、2010年我国OTC市场发展现状

### 第三节 OTC市场需求分析

#### 一、OTC消费者的需求分析

#### 二、OTC市场需求分析

### 第四节 农村OTC药品市场发展分析

#### 一、农村OTC药品发展前景

#### 二、农村OTC药品市场发展面临的问题

#### 三、农村OTC药品市场问题的解决对策

### 第五节 OTC包装分析

#### 一、OTC药品的包装要求

#### 二、OTC包装市场发展概况

## 第四章 OTC行业经济运行分析

### 第一节 2010-2011年OTC产量分析

#### 一、2010年主要OTC产量分析

#### 二、2011年1季度主要OTC产量分析

### 第二节 2010-2011年OTC行业主要经济指标分析

#### 一、销售收入前十家企业分析

#### 二、2010年OTC行业主要经济指标分析

#### 三、2011年1季度OTC行业主要经济指标分析

### 第三节 2010-2011年我国OTC行业绩效分析

#### 一、2010-2011年行业产销情况

#### 二、2010-2011年行业规模情况

#### 三、2010-2011年行业盈利能力

#### 四、2010-2011年行业经营发展能力

#### 五、2010-2011年行业偿债能力分析

## 第五章 OTC行业进出口分析

### 第一节 2010年中国OTC市场对外贸易

#### 一、2010年OTC出口总量

#### 二、2010年OTC出口集中度

#### 三、2010年OTC出口企业份额

#### 四、2010年OTC出口价格情况

##### 第二节 2011年中国OTC市场对外贸易

###### 一、2011年1季度OTC出口总量

###### 二、2011年1季度OTC出口价格

###### 三、2011年1季度OTC出口集中度

###### 四、2011年1季度OTC出口企业

##### 第三节 我国OTC出口分析预测

###### 一、2011-2015年我国OTC出口总量预测

###### 二、2011-2015年我国OTC出口金额预测

###### 三、2011-2015年我国OTC出口价格预测

###### 四、2011-2015年我国OTC出口集中度预测

#### 第六章 OTC细分市场发展分析

##### 第一节 感冒药市场分析

###### 一、感冒药市场环境分析

###### 二、感冒药市场竞争分析

###### 三、2010年感冒药广告投放分析

###### 四、中国感冒药市场发展趋势

##### 第二节 中成药市场分析

###### 一、2010年中成药产量分析

###### 二、2010年中成药制造业经济运行分析

###### 三、2010年中成药类产品进出口

###### 四、抗心脑血管病中成药市场分析预测

##### 第三节 维生素类药品市场分析

###### 一、2010年维生素市场运行分析

###### 二、2010年维生素类产品出口分析

###### 三、2010年维生素市场行情走势分析

##### 第四节 保健品市场分析

###### 一、2010年保健品类产品进出口分析

###### 二、保健品产业发展趋势预测

##### 第五节 皮肤病外用药市场分析

###### 一、皮肤病外用药主要品种分析

二、我国中药皮肤病外用药市场前景分析

三、各地家庭皮肤病外用药分析

第六节 妇科用药市场分析

一、妇科用药市场发展分析

二、妇科炎症口服药市场现状分析

三、2010年国内妇科口服抗感染药物市场分析

四、2010-2011年中国妇科炎症用药市场规模

第七章 OTC消费市场分析

第一节 OTC市场特征分析

一、OTC市场消费特征

二、OTC消费者行为分析

三、OTC市场特征分析

第二节 消费行为及心理分析

一、主要城市OTC市场调查

二、消费者治疗日常疾病的方法

三、消费者治疗日常疾病的花费

四、消费者青睐主流OTC品牌

第三节 连锁药店市场分析

一、连锁药店市场分析

二、重庆和平药房连锁有限公司

三、天津中新药业连锁药店

四、重庆桐君阁大药房连锁

五、深圳一致

六、青岛国风大药房连锁

七、四川天诚大药房

八、中联大药房

九、辽宁成大方圆

十、黄庆仁栈药店

十一、海王星辰

第八章 OTC药品营销分析

## 第一节 OTC市场营销现状分析

- 一、2010年OTC市场营销分析
- 二、品牌OTC企业在终端被渠道拦截的原因
- 三、2011年OTC市场营销分析

## 第二节 OTC市场营销策略分析

- 一、市场启动策略
- 二、营销渠道策略
- 三、品牌策略
- 四、广告策略
- 五、药店营销策略

## 第三节 中国OTC药品营销传播趋势

- 一、新媒体异军突起
- 二、电视媒体的傻瓜化传播趋势
- 三、事件行销趋势
- 四、媒体精准化致导趋势
- 五、大媒体塑造品牌系列产品销售趋势
- 六、地方媒体做深做透区域市场趋势
- 七、多种媒体整合塑造品牌分析
- 八、OTC品牌推广的良方

## 第二部分 行业竞争格局

### 第九章 OTC行业竞争格局分析

#### 第一节 OTC行业历史竞争格局概况

- 一、OTC行业集中度分析
- 二、OTC行业竞争程度分析

#### 第二节 中国OTC行业结构分析

- 一、行业的省份分布概况
- 二、行业销售集中度分析
- 三、行业利润集中度分析
- 四、行业规模集中度分析

#### 第三节 OTC行业竞争格局分析

- 一、2010年国内外OTC竞争分析

- 二、2010年我国OTC市场竞争分析
- 三、2010年我国OTC市场集中度分析
- 四、2011年国内主要OTC企业动向
- 五、2011年国内OTC拟在建项目分析

## 第十章 OTC企业竞争策略分析

### 第一节 OTC市场竞争策略分析

- 一、2011年OTC市场增长潜力分析
- 二、2011年OTC主要潜力品种分析
- 三、现有OTC产品竞争策略分析
- 四、潜力OTC品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 OTC企业竞争策略分析

- 一、金融危机对OTC行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后OTC行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国OTC市场竞争趋势
- 四、2011-2015年OTC行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年OTC行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年OTC企业竞争策略分析

## 第十一章 OTC重点企业竞争分析

### 第一节 修正药业

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

### 第二节 哈药集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

### 第三节 华润三九医药股份

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第四节 江中药业

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第五节 西安杨森

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第六节 中美天津史克

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第七节 云南白药

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第八节 浙江康恩贝

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

#### 第九节 扬子江药业

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第十节 浙江仙琚制药

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十二章 OTC行业发展趋势分析

##### 第一节 2011-2015年中国医药发展趋势分析

一、2010-2011年中国医药产业发展趋势总结

二、2011-2015年中国医药市场发展方向分析

三、2011-2015年中国医药行业发展趋势分析

四、2011-2015年中国医药行业竞争态势分析

##### 第二节 2011-2015年中国OTC市场趋势分析

一、2011-2015年我国OTC发展趋势分析

二、2010-2011年我国OTC市场趋势总结

三、2011-2015年我国OTC市场发展空间

##### 第三节 2011-2015年OTC产业发展趋势分析

一、2011-2015年OTC产业政策趋向

二、2011-2015年OTC技术革新趋势

三、2011-2015年OTC价格走势分析

四、2011-2015年国际环境对行业的影响

#### 第十三章 未来OTC行业发展预测

##### 第一节 2011-2015年国际OTC市场预测

一、2011-2015年全球OTC行业产能预测

二、2011-2015年全球OTC市场需求前景

三、2011-2015年全球OTC市场价格预测

##### 第二节 2011-2015年国内OTC市场预测

一、2011-2015年国内OTC行业产能预测

- 二、2011-2015年国内OTC行业产量预测
- 三、2011-2015年国内OTC市场需求前景
- 四、2011-2015年国内OTC市场价格预测
- 五、2011-2015年国内OTC行业集中度预测

#### 第四部分 投资战略研究

##### 第十四章 OTC行业投资现状分析

###### 第一节 2010年OTC行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

###### 第二节 2011年1季度OTC行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

##### 第十五章 OTC行业投资环境分析

###### 第一节 OTC行业投资环境

- 一、2011-2015年政策环境分析预测
- 二、2011-2015年技术环境分析预测
- 三、2011-2015年市场环境分析预测

###### 第二节 2011-2015年我国经济形势分析

- 一、2010年我国宏观经济运行情况分析
- 二、2011年我国宏观经济发展情况分析
- 三、2011-2015年我国宏观经济形势分析

###### 第三节 中国医药卫生体制改革分析

- 一、医药卫生体制改革意义
- 二、医药卫生体制改革思想及目标
- 三、医药卫生体系与制度改革分析
- 四、医药卫生体系改革方向
- 五、医药卫生体制改革重点工作分析
- 六、医药卫生体制改革步骤分析
- 七、新医改8500亿的投向分析

#### 第四节 中国药品进出口政策分析

- 一、2011年医药产品进出口关税调整情况
- 二、我国出口退税调整对OTC企业的影响
- 三、我国出口退税调整对OTC行业的影响
- 四、医药技术出口管制调整情况及其影响
- 五、2011年有关OTC行业的政策分析

### 第十六章 OTC行业投资机会与风险

#### 第一节 OTC行业投资效益分析

- 一、2010-2011年OTC行业投资状况分析
- 二、2011-2015年OTC行业投资效益分析
- 三、2011-2015年OTC行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年OTC行业的投资方向
- 五、2011-2015年OTC行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 第二节 影响OTC行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响OTC行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响OTC行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响OTC行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国OTC行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国OTC行业发展面临的机遇分析

#### 第三节 OTC行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年OTC行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年OTC行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年OTC行业经营风险及控制策略

- 四、2011-2015年OTC行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年OTC同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年OTC行业其他风险及控制策略

## 第十七章 OTC行业投资战略研究

### 第一节 OTC行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国OTC品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、OTC实施品牌战略的意义
- 三、OTC企业品牌的现状分析
- 四、我国OTC企业的品牌战略
- 五、OTC品牌战略管理的策略

### 第三节 OTC医院推广策略

- 一、学术推广策略
- 二、机理概念策略
- 三、患者教育策略

### 第四节 OTC新产品渠道策略

- 一、OTC新产品渠道模式
- 二、OTC新产品渠道策略

### 第五节 OTC制药企业市场开发策略

- 一、环境和企业情况做出战略选择分析
- 二、OTC制药企业市场开发策略
- 三、OTC市场开发策略的实施
- 四、OTC制药企业市场开发的重要意义

### 第六节 OTC行业投资战略研究

- 一、2011年医药行业投资战略
- 二、2011年OTC行业投资战略
- 三、2011-2015年OTC行业投资战略
- 四、2011-2015年细分行业投资战略

## 图表目录

- 图表：处方药与非处方药的区别
- 图表：北部沿海地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：南部沿海地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：北方内陆地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：南方内陆地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：西南地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：西北地区购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：医院购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：药店购买率列前十位的皮肤病外用药
- 图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2009-2010年年末国家外汇储备
- 图表：2009-2010年税收收入及其增长速度
- 图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度
- 图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度
- 图表：2010年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2010年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2010年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2010年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年年末电话用户数

图表：2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年年末各类教育招生人数

图表：2010年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2011年1-3月工业生产主要指标

图表：2010-2011年3月全国居民消费价格指数

图表：2010-2011年3月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标全国合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月OTC行业主要经济指标新疆区合计

图表：2010年2月OTC行业收入前十家企业

图表：2010年5月OTC行业收入前十家企业

图表：2010年8月OTC行业收入前十家企业

图表：2010年11月OTC行业收入前十家企业

图表：2011-2015年中国经济预测

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标全国合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标北京市合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标天津市合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标河北省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标山西省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标吉林省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标上海市合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标江苏省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标浙江省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标安徽省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标福建省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标江西省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标山东省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标河南省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标湖北省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标湖南省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标广东省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标广西区合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标海南省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标重庆市合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标四川省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标云南省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标陕西省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标青海省合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-3月OTC行业主要经济指标新疆区合计

图表：2011年1月OTC行业收入前十家企业

图表：2011年2月OTC行业收入前十家企业

图表：2011年3月OTC行业收入前十家企业

图表：2010年1-12月中成药产量全国统计

图表：2010年1-12月中成药产量北京市统计

图表：2010年1-12月中成药产量天津市统计

图表：2010年1-12月中成药产量河北省统计

图表：2010年1-12月中成药产量内蒙古统计

图表：2010年1-12月中成药产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月中成药产量吉林省统计

图表：2010年1-12月中成药产量黑龙江统计

图表：2010年1-12月中成药产量上海市统计

图表：2010年1-12月中成药产量江苏省统计

图表：2010年1-12月中成药产量浙江省统计

图表：2010年1-12月中成药产量安徽省统计

图表：2010年1-12月中成药产量福建省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量江西省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量山东省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量河南省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量湖北省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量湖南省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量广东省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量广西区统计  
图表：2010年1-12月中成药产量海南省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量四川省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量云南省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量陕西省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量甘肃省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量青海省统计  
图表：2010年1-12月中成药产量宁夏区统计  
图表：2010年1-12月中成药产量新疆区统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量全国统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量北京市统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量天津市统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量河北省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量内蒙古统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量辽宁省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量吉林省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量黑龙江统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量上海市统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量江苏省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量浙江省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量安徽省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量福建省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量江西省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量山东省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量河南省统计

图表：2010年1-12月化学药品产量湖北省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量湖南省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量广东省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量广西区统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量海南省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量四川省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量云南省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量陕西省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量甘肃省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量青海省统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量宁夏区统计  
图表：2010年1-12月化学药品产量新疆区统计  
图表：2010年1-12月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年1-12月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年1月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年1月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年2月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年2月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年3月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年3月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年1季度我国OTC产品进口数据  
图表：2010年1季度我国OTC产品出口数据  
图表：2010年4月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年4月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年5月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年5月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年6月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年6月我国OTC产品出口数据  
图表：2010年2季度我国OTC产品进口数据  
图表：2010年2季度我国OTC产品出口数据  
图表：2010年7月我国OTC产品进口数据  
图表：2010年7月我国OTC产品出口数据

图表：2010年8月我国OTC产品进口数据

图表：2010年8月我国OTC产品出口数据

图表：2010年9月我国OTC产品进口数据

图表：2010年9月我国OTC产品出口数据

图表：2010年3季度我国OTC产品进口数据

图表：2010年3季度我国OTC产品出口数据

图表：2010年10月我国OTC产品进口数据

图表：2010年10月我国OTC产品出口数据

图表：2010年11月我国OTC产品进口数据

图表：2010年11月我国OTC产品出口数据

图表：2010年12月我国OTC产品进口数据

图表：2010年12月我国OTC产品出口数据

图表：2010年4季度我国OTC产品进口数据

图表：2010年4季度我国OTC产品出口数据

通过《2011-2015年OTC行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》，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/181913.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](http://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。