



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国非处方药(OTC)市场行情态势及发展趋势 研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国非处方药(OTC)市场行情态势及发展趋势研究报告》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/210507.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

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、2010-2011年医药行业的发展现状

- 一、2010年医药行业跨国巨头布局新兴市场
- 二、2010年我国医药行业经济运行分析
- 三、2010年中国医药产业进出口特点分析
- 四、2010年我国中药进出口状况解析
- 五、2011年我国医药行业经济运行分析
- 六、2011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、2008年医药行业重要政策分析
- 二、2009年我国医药行业政策盘点
- 三、2010年我国医药行业政策盘点

四、2011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、2010年中国OTC市场现状剖析

第二节、2008-2010年中国OTC市场销售排名情况

- 一、2008年我国OTC药物销售排名情况
- 二、2009年我国OTC药物销售排名情况
- 三、2010年我国OTC药物销售排名情况
- 四、2011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、2009年我国感冒药市场规模与格局状况
- 二、2010年我国感冒药市场分析
- 三、2011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、2009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、2011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、2008年我国维生素类产品出口情况分析
- 二、2009年维生素产品出口状况分析
- 三、2010年维生素类产品出口特点分析
- 四、2011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、2011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、2013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、2009年抗过敏药市场状况分析
- 三、2011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品牌产品市场终端定价策略

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、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、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、2008年我国连锁药店直营与加盟模式发展分析
- 三、2009年我国医药零售连锁行业发展分析
- 四、2010年中国连锁药店发展状况分析
- 五、2011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、2010-2012年3月哈药股份经营状况分析
- 四、2010-2012年3月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、2010年1-12月华润三九经营状况分析

三、2011年1-12月华润三九经营状况分析

四、2012年1-3月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、2010年1-12月江中药业经营状况分析

三、2011年1-12月江中药业经营状况分析

四、2012年1-3月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、2010年1-12月同仁堂经营状况分析

三、2011年1-12月同仁堂经营状况分析

四、2012年1-3月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、2010-2012年3月广州药业经营状况分析

三、2010-2012年3月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、2010年1-12月东阿阿胶经营状况分析

三、2011年1-12月东阿阿胶经营状况分析

四、2012年1-3月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、"十二五"期间我国医药工业发展形势展望
- 二、"十二五"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、2011-2015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、OTC市场前景趋势分析

- 一、我国OTC市场发展空间巨大
- 二、2012-2016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 2010年出台的医改相关政策
- 图表 2000年-2009年中国OTC市场销售增长情况
- 图表 2007-2009年非处方药在医院和零售市场销售比重
- 图表 2005到2008年全国感冒药零售规模
- 图表 2005-2008年全国不同目标人群感冒药市场构成
- 图表 2008年销售规模最大的前10名感冒药品种
- 图表 2005-2008年主要感冒药品牌市场份额变化
- 图表 2005-2009年我国感冒药总体市场销售规模及增长率
- 图表 2004-2007年华源复方氨酚烷胺制剂销售数量与金额
- 图表 2004-2007年复方氨酚烷胺产品销售金额与数量变化趋势
- 图表 2007年华源复方氨酚烷胺产品销售金额份额
- 图表 2007年华源复方氨酚烷胺产品销售数量份额
- 图表 2007年12月宁波感冒药价格情况
- 图表 2007年12月宁波感冒药各剂型占比
- 图表 2007年12月宁波感冒用中西药占比
- 图表 2007年1-12月宁波市场泰诺家族市场份额走势
- 图表 2007年1-12月宁波市场双黄连系列市场份额走势
- 图表 2006-2008年我国11个中心城市感冒药零售市场规模和增长率
- 图表 2006-2008年主要中心城市感冒药大类结构
- 图表 2008年各中心城市不同目标人群感冒药市场构成
- 图表 2006-2008年各城市零售市场领先的感冒药品牌
- 图表 2009年第二季度上海感冒药前五位品种与市场份额
- 图表 2009年第二季度上海双黄连制剂销售数据
- 图表 2010年一季度四城市感冒药市场规模情况
- 图表 2010年一季度四城市中成药类份额占比同比变化
- 图表 2010年一季度深圳感冒药前10位品牌市场份额
- 图表 2010年一季度成都感冒药前10位品牌市场份额
- 图表 2010年一季度南京感冒药前10位品牌市场份额
- 图表 2010年一季度青岛感冒药前10位品牌市场份额
- 图表 2010年一季度四城市感冒药前10位品牌市场份额合计
- 图表 2005-2009年我国维生素销售规模增长情况

图表 国内市场上销量较好、知名度相对较高的保健类复合维生素产品

图表 消费者选择复合维生素产品时的主要考虑因素

图表 2007年胃肠道用药市场的主流品牌

图表 2005-2007年全国胃肠道用药前十位品牌市场集中度变动趋势

图表 2007年全国药店终端胃肠用药各细分子类别市场销售份额比重情况

图表 2005-2008年我国胃肠用药销售规模增长情况

图表 2009年1-12月成都、沈阳胃药销售规模走势

图表 2009年溃疡类前5品牌市场份额

图表 2009年腹泻类前5品牌市场份额

图表 2009年藿香正气口服液成都、沈阳两地走势

图表 2008年1-8月胃肠道疾病用药细分品种平面和网络广告投入额比例

图表 2008年1-8月不同城市胃肠道疾病用药平面广告投放费用

图表 主要品牌胃肠道疾病用药平面广告投放篇数与费用比较（费用前10位）

图表 2008年1-8月胃肠道疾病用药网络广告投放费用比较

图表 2008年1-8月胃肠道疾病用药网络广告构成

图表 2008年1-8月胃肠道疾病用药广告投放的网站

图表 2008年1-8月不同品牌胃肠道疾病用药网络广告投放费用比较

图表 2005-2009年我国皮肤外用药市场销售规模及增长情况

图表 2007年国内医院特比萘芬生产厂家竞争格局

图表 2007年国内医院聚乙烯吡咯酮-碘TOP10厂家

图表 2007年国内医院丁酸氢化可的松生产厂家

图表 2007年国内医院维胺酯生产厂家竞争格局

图表 2007-2008年店员最常推荐的鼻炎药

图表 消费者购买鼻炎药的价格分布

图表 2005-2009年我国咽喉用药市场销售规模及增长率

图表 2008年1-8月五官科用药报刊广告市场投入产品构成情况

图表 2008年1-8月不同城市五官科用药报刊广告市场投入额比较（前十位）

图表 2008年1-8月五官科用药报刊广告投放重点城市

图表 2008年1-8月五官科用药报刊广告投放重点品牌

图表 2005-2009年我国解热镇痛药销售规模及增长情况

图表 2004-2006年金箍棒活性钙颗粒上海季度份额走势

图表 2004-2006年成都销售额前十位排名

图表 2004-2006年上海销售额前十位排名

图表 店员推荐钙制剂产品品牌前十名

图表 影响消费者购买钙制剂的首个提及因素比例

图表 2007年22城市样本医院辛伐他汀用药金额分析

图表 2007年1-4季度立普妥金额增长曲线

图表 2007年1-4季度立阿乐用药金额曲线

图表 2005-2009年我国妇科炎症用药销售规模及增长率

图表 2005-2007年我国妇科炎症药物市场走势

图表 2003-2007年样本医药硝基咪唑类用药增长情况

图表 2003-2007年样本医药奥硝唑用药金额增长情况

图表 2003-2007年样本医药聚甲酚磺醛外用用药金额增长情况

图表 2006-2008年抗过敏市场总规模

图表 氯雷他定在国内购药金额和购药数量

图表 氯雷他定在国内近几年购药金额和季度增长情况

图表 氯雷他定在国内9678家政府办医院推总购药金额

图表 2006-2008年开瑞坦在国内抗过敏药市场的情况

图表 2006-2008年息斯敏在国内抗过敏药市场的情况

图表 18种抗过敏药品市场份额分布情况

图表 2009年8月广州、北京两城市抗过敏药物零售市场销售额比较

图表 2009年8月抗过敏药物主要品种的市场份额构成

图表 2009年8月广州开瑞坦片市场份额同期比较

图表 2009年8月皿治林广州市场份额同期比较

图表 2009年8月广州地区抗过敏药物鼻用喷雾剂市场份额

图表 2009年8月广州地区抗过敏药物各剂型市场份额同期比较

图表 我国OTC营销渠道模型组合示意图

图表 中国零售药店构成情况

图表 2007-2008年1-3季度化学药市场份额前10位品类

图表 2007-2008年1-3季度中成药市场份额前10位品类

图表 2007-2008年1-3季度保健品市场份额前10位品类

图表 2007-2008年1-3季度北京药品市场销售份额前10位品种同期对比

图表 2007-2008年1-3季度上海药品市场销售份额前10位品种同期对比

图表 2007-2008年1-3季度广州药品市场销售份额前10位品种同期对比

图表 2005-2008年连锁药店直营店前三名单店销售对比

图表 2004-2008年连锁药店加盟店前三名单店销售对比

图表 2009年中国药品零售连锁行业百强榜

图表 2010年1-12月哈药股份主要财务数据

图表 2010年1-12月哈药股份非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年哈药股份主要会计数据

图表 2008年-2010年哈药股份主要财务指标

图表 2010年1-12月哈药股份主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月哈药股份主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月哈药股份主要财务数据

图表 2011年1-12月哈药股份非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年哈药股份主要会计数据

图表 2009年-2011年哈药股份主要财务指标

图表 2011年1-12月哈药股份主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月哈药股份主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月哈药股份主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月哈药股份非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月三精制药主要财务数据

图表 2010年1-12月三精制药非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年三精制药主要会计数据

图表 2008年-2010年三精制药主要财务指标

图表 2010年1-12月三精制药主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月三精制药主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月三精制药主要财务数据

图表 2011年1-12月三精制药非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年三精制药主要会计数据和主要财务指标

图表 2011年1-12月三精制药主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月三精制药主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月三精制药主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月三精制药非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月华润三九主要财务数据

图表 2010年1-12月华润三九非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年华润三九主要会计数据

图表 2008年-2010年华润三九主要财务指标

图表 2010年1-12月华润三九主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月华润三九主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月华润三九主要财务数据

图表 2011年1-12月华润三九非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年华润三九主要会计数据

图表 2009年-2011年华润三九主要财务指标

图表 2011年1-12月华润三九主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月华润三九主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月华润三九占主营业务收入10%以上的主要产品情况

图表 2012年1-3月华润三九主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月华润三九非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月江中药业主要财务数据

图表 2010年1-12月江中药业非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年江中药业主要会计数据

图表 2008年-2010年江中药业主要财务指标

图表 2010年1-12月江中药业主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月江中药业主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月江中药业主要财务数据

图表 2011年1-12月江中药业非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年江中药业主要会计数据

图表 2009年-2011年江中药业主要财务指标

图表 2011年1-12月江中药业主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月江中药业主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月江中药业主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月江中药业非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月同仁堂主要财务数据

图表 2010年1-12月同仁堂非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年同仁堂主要会计数据和主要财务指标

图表 2010年1-12月同仁堂主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月同仁堂主要财务数据

图表 2011年1-12月同仁堂非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年同仁堂主要会计数据和主要财务指标

图表 2011年1-12月同仁堂主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月同仁堂主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月同仁堂非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月广州药业主要财务数据

图表 2010年1-12月广州药业非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年广州药业主要会计数据

图表 2008年-2010年广州药业主要财务指标

图表 2010年1-12月广州药业主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月广州药业主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月广州药业主要财务数据

图表 2011年1-12月广州药业非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年广州药业主要会计数据

图表 2009年-2011年广州药业主要财务指标

图表 2011年1-12月广州药业主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月广州药业主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月广州药业主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月广州药业非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月白云山非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年白云山主要会计数据

图表 2008年-2010年白云山主要财务指标

图表 2010年1-12月白云山主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月白云山主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月白云山非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年白云山主要会计数据

图表 2009年-2011年白云山主要财务指标

图表 2011年1-12月白云山主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月白云山主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月白云山主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月白云山非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月东阿阿胶主要财务数据

图表 2010年1-12月东阿阿胶非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年东阿阿胶主要会计数据和主要财务指标

图表 2010年1-12月东阿阿胶主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月东阿阿胶主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月东阿阿胶主要财务数据

图表 2011年1-12月东阿阿胶非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年东阿阿胶主要会计数据

图表 2009年-2011年东阿阿胶主要财务指标

图表 2011年1-12月东阿阿胶主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月东阿阿胶主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月东阿阿胶主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月东阿阿胶非经常性损益项目及金额

图表 2012年第一季度非处方药行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2011年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2010年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年第一季度非处方药行业上市公司成长能力指标分析

图表 2011年非处方药行业上市公司成长能力指标分析

图表 2010年非处方药行业上市公司成长能力指标分析

图表 2012年第一季度非处方药行业上市公司营运能力指标分析

图表 2011年非处方药行业上市公司营运能力指标分析

图表 2010年非处方药行业上市公司营运能力指标分析

图表 2012年第一季度非处方药行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2011年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2010年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2012-2016年中国非处方药市场规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/210507.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提供专业投资咨询报告、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。