

2009-2012年OTC行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年OTC行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.cction.com/report/200904/16489.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

我国近3年非处方药销售额平均增长率以及最新一年非处方药销售额增长率均居全球首位。预计到2017年，我国非处方药市场价值将超过163亿美元。中国非处方药销售额保持着11%左右的增长速度，远远高于全球非处方药5.4%的平均增长率。在我国销售的所有非处方药中，维生素、矿物质及食品补充剂占总销售额近四成，约26亿美元；治疗咳嗽、感冒药物及过敏药销售额为20亿美元，位居第二；消化类药物、皮肤科药物以及解热镇痛药均跻身非处方药销售额的前5名。目前,中国非处方药销售额占全国医药市场总份额的10-15%，这与一些发达国家非处方药销售额占全国医药市场30-40%的比例还有很大差距，说明我国在非处方药方面还具有较大的发展空间。我国药品分类管理制度执行力度进一步加强，相关政策环境趋于稳定，消费者对非处方药认知程度提高，品牌建设及创新能力增强将有助于推动我国非处方药市场更快发展。

中国的OTC市场具有非常大的潜力，预测到2010年我国将成为世界上最大的药品市场之一，OTC销售额可以达到全药品销售额的30%-40%，到2020年可成为世界最大的药品市场。国家“十一五”规划明确提出要培育若干20亿元以上的大型医药批发企业，而类似老百姓和海王的连锁营业额却已经达到了相当于一个国家拟建立扶持的大型医药批发商业规模。面对巨大的OTC市场蛋糕，全球性跨国公司如杨森、施贵宝、史克、辉瑞已作好抢占我国OTC市场准备，纷纷加大研发力度，加速其在华布局。反观国内大部分医药企业，在管理水平、方法、手段、制度等方面不如发达国家的医药企业，资金不足，设备较为落后，市场开拓能力差，阻碍了新产品的研发，也制约了企业OTC的发展。虽然从国内OTC整体市场看，跨国药企占据约30%的市场份额，国内药企占70%左右，本土OTC团队中并不乏哈药集团、同仁堂这样的大型企业和知名品牌，但更多的却是资金和技术都相对较弱的中小型企业。

目前OTC市场上5万多个品种，亿元品牌不足120个，拥有亿元品牌的医药企业不超过50家。可以说，亿元品牌的拥有数量是评判一个企业是否优秀与卓越的标志——如果企业拥有1个亿元品牌，则可称优秀，成为行业明星，由于普药市场的特性，企业可凭这条“金牛”，获得持续而丰厚的市场回报；如果拥有2个以上的亿元品牌或一个5亿元级品牌，则堪称杰出企业了，对产业发展具有决定性的推动作用。市场现有的亿元级品牌，大多是企业把握住了医药市场初兴时期的先机，在市场竞争环境相对宽松时，先入为主，一崛而起，如马应龙、洁尔阴等。还有就是通过先进的营销理念和营销工具的导入，准确把握市场机会，一举成名的，如达克宁、斯达舒、白加黑、康王洗剂、仲景六味地黄丸、前列康等。随着市场营销环境的变化，打造亿元品牌的资源成本也越来越高，时间周期越来越长。当今的中国医药市场，正面临前所未有的艰难环境，政策管制，尤其是广告管制越来越严厉，市场竞争环境空前恶化，销售通路剧烈变化，营销成本持续上升，市场风险大大增加。

现在要从无到有地打造一个亿元级品牌，至少需要持续投入8000万元以上，所需时间3年以上，且需要有极完善的风险规避机制，尽量提高成功机率，避免血本无归；同时需要认清市场形势，准确把握市场变化，掌握竞争趋势，深刻洞察消费需求，抓住稍纵即逝的市场机会，进行随机应变的战略创新，打造所向披靡的团队执行力，方能有所作为。

本研究咨询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》、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大类产品的市场分析。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、2008-2009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、2008-2009年美国OTC行业发展分析
- 二、2008-2009年欧洲OTC行业发展分析
- 三、2008-2009年亚洲OTC行业发展分析
- 四、2008-2009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、2008年OTC用药规模分析
- 二、2009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、2008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 2008-2009年OTC产量分析

一、2008年主要OTC产量分析

二、2009年1季度主要OTC产量分析

第二节 2008-2009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、2008年OTC行业主要经济指标分析

三、2009年1季度OTC行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国OTC行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第五章 OTC行业进出口分析

第一节 2008年中国OTC市场对外贸易

一、2008年OTC出口总量

二、2008年OTC出口集中度

三、2008年OTC出口企业份额

四、2008年OTC出口价格情况

第二节 2009年中国OTC市场对外贸易

一、2009年1季度OTC出口总量

二、2009年1季度OTC出口价格

三、2009年1季度OTC出口集中度

四、2009年1季度OTC出口企业

第三节 我国OTC出口分析预测

一、2009-2012年我国OTC出口总量预测

- 二、2009-2012年我国OTC出口金额预测
- 三、2009-2012年我国OTC出口价格预测
- 四、2009-2012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、2008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 中成药品市场分析

- 一、2008年中成药产量分析
- 二、2008年中成药制造业经济运行分析
- 三、2008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、2008年维生素市场运行分析
- 二、2008年维生素类产品出口分析
- 三、2008年维生素市场行情走势分析

第四节 保健品市场分析

- 一、2008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、2008年国内妇科口服抗感染药物市场分析
- 四、2008-2010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、2008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、2009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、2008年国内外OTC竞争分析

二、2008年我国OTC市场竞争分析

三、2008年我国OTC市场集中度分析

四、2009年国内主要OTC企业动向

五、2009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、2009年OTC市场增长潜力分析

二、2009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、2009-2012年我国OTC市场竞争趋势

四、2009-2012年OTC行业竞争格局展望

五、2009-2012年OTC行业竞争策略分析

六、2009-2012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 云南白药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 江中集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 北京同仁堂（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 太极集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 九芝堂股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 三九医药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 西安杨森制药有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012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 2009-2012年中国医药发展趋势分析

- 一、2008-2009年中国医药产业发展趋势总结
- 二、2009-2012年中国医药市场发展方向分析
- 三、2009-2012年中国医药行业发展趋势分析
- 四、2009-2012年中国医药行业竞争态势分析

第二节 2009-2012年中国OTC市场趋势分析

- 一、2009-2012年我国OTC发展趋势分析
- 二、2008-2009年我国OTC市场趋势总结
- 三、2009-2012年我国OTC市场发展空间

第三节 2009-2012年OTC产业发展趋势分析

- 一、2009-2012年OTC产业政策趋向
- 二、2009-2012年OTC技术革新趋势
- 三、2009-2012年OTC价格走势分析
- 四、2009-2012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 2009-2012年国际OTC市场预测

- 一、2009-2012年全球OTC行业产能预测
- 二、2009-2012年全球OTC市场需求前景
- 三、2009-2012年全球OTC市场价格预测

第二节 2009-2012年国内OTC市场预测

- 一、2009-2012年国内OTC行业产能预测
- 二、2009-2012年国内OTC行业产量预测
- 三、2009-2012年国内OTC市场需求前景
- 四、2009-2012年国内OTC市场价格预测
- 五、2009-2012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 2008年OTC行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度OTC行业投资情况分析

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009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、2009-2012年政策环境分析预测

二、2009-2012年技术环境分析预测

三、2009-2012年市场环境分析预测

第二节 2009-2012年我国经济形势分析

一、2008年我国宏观经济运行情况分析

二、2009年我国宏观经济发展情况分析

三、2009-2012年我国宏观经济形势分析

四、2009-2012年我国宏观经济的新特点

五、2009-2012年我国经济前景与预测

六、2009-2012年投资趋势及其影响预测

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、2009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、2009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、2008-2009年OTC行业投资状况分析
- 二、2009-2012年OTC行业投资效益分析
- 三、2009-2012年OTC行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年OTC行业的投资方向
- 五、2009-2012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、2009-2012年影响OTC行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响OTC行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响OTC行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国OTC行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012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、2009-2012年OTC行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年OTC行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年OTC行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年OTC行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年OTC同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012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、2009年医药行业投资战略

二、2009年OTC行业投资战略

三、2009-2012年OTC行业投资战略

四、2009-2012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：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-3月工业生产主要指标

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年3月工业品出厂价格指数

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标全国合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月OTC行业主要经济指标新疆区合计

图表：2008年2月OTC行业收入前十家企业

图表：2008年5月OTC行业收入前十家企业

图表：2008年8月OTC行业收入前十家企业

图表：2008年11月OTC行业收入前十家企业

图表：2009-2012年中国经济预测

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标全国合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标北京市合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标天津市合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标河北省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标山西省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标吉林省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标上海市合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标江苏省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标浙江省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标安徽省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标福建省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标江西省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标山东省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标河南省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标湖北省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标湖南省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标广东省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标广西区合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标海南省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标重庆市合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标四川省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标云南省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标陕西省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标青海省合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-3月OTC行业主要经济指标新疆区合计

图表：2009年1月OTC行业收入前十家企业

图表：2009年2月OTC行业收入前十家企业

图表：2009年3月OTC行业收入前十家企业

图表：2008年1-12月中成药产量全国统计

图表：2008年1-12月中成药产量北京市统计

图表：2008年1-12月中成药产量天津市统计

图表：2008年1-12月中成药产量河北省统计

图表：2008年1-12月中成药产量内蒙古统计

图表：2008年1-12月中成药产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月中成药产量吉林省统计

图表：2008年1-12月中成药产量黑龙江统计

图表：2008年1-12月中成药产量上海市统计

图表：2008年1-12月中成药产量江苏省统计

图表：2008年1-12月中成药产量浙江省统计

图表：2008年1-12月中成药产量安徽省统计

图表：2008年1-12月中成药产量福建省统计

图表：2008年1-12月中成药产量江西省统计

图表：2008年1-12月中成药产量山东省统计

图表：2008年1-12月中成药产量河南省统计

图表：2008年1-12月中成药产量湖北省统计

图表：2008年1-12月中成药产量湖南省统计

图表：2008年1-12月中成药产量广东省统计

图表：2008年1-12月中成药产量广西区统计

图表：2008年1-12月中成药产量海南省统计

图表：2008年1-12月中成药产量四川省统计

图表：2008年1-12月中成药产量云南省统计

图表：2008年1-12月中成药产量陕西省统计

图表：2008年1-12月中成药产量甘肃省统计

图表：2008年1-12月中成药产量青海省统计

图表：2008年1-12月中成药产量宁夏区统计

图表：2008年1-12月中成药产量新疆区统计

图表：2008年1-12月化学药品产量全国统计

图表：2008年1-12月化学药品产量北京市统计

图表：2008年1-12月化学药品产量天津市统计

图表：2008年1-12月化学药品产量河北省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量内蒙古统计

图表：2008年1-12月化学药品产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量吉林省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量黑龙江统计

图表：2008年1-12月化学药品产量上海市统计

图表：2008年1-12月化学药品产量江苏省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量浙江省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量安徽省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量福建省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量江西省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量山东省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量河南省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量湖北省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量湖南省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量广东省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量广西区统计

图表：2008年1-12月化学药品产量海南省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量四川省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量云南省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量陕西省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量甘肃省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量青海省统计

图表：2008年1-12月化学药品产量宁夏区统计

图表：2008年1-12月化学药品产量新疆区统计

图表：2008年1-12月我国OTC产品进口数据

图表：2008年1-12月我国OTC产品出口数据

图表：2008年1月我国OTC产品进口数据

图表：2008年1月我国OTC产品出口数据

图表：2008年2月我国OTC产品进口数据

图表：2008年2月我国OTC产品出口数据

图表：2008年3月我国OTC产品进口数据

图表：2008年3月我国OTC产品出口数据

图表：2008年1季度我国OTC产品进口数据

图表：2008年1季度我国OTC产品出口数据

图表：2008年4月我国OTC产品进口数据

图表：2008年4月我国OTC产品出口数据

图表：2008年5月我国OTC产品进口数据

图表：2008年5月我国OTC产品出口数据

图表：2008年6月我国OTC产品进口数据

图表：2008年6月我国OTC产品出口数据

图表：2008年2季度我国OTC产品进口数据

图表：2008年2季度我国OTC产品出口数据

图表：2008年7月我国OTC产品进口数据

图表：2008年7月我国OTC产品出口数据

图表：2008年8月我国OTC产品进口数据

图表：2008年8月我国OTC产品出口数据

图表：2008年9月我国OTC产品进口数据

图表：2008年9月我国OTC产品出口数据

图表：2008年3季度我国OTC产品进口数据

图表：2008年3季度我国OTC产品出口数据

图表：2008年10月我国OTC产品进口数据

图表：2008年10月我国OTC产品出口数据

图表：2008年11月我国OTC产品进口数据

图表：2008年11月我国OTC产品出口数据

图表：2008年12月我国OTC产品进口数据

图表：2008年12月我国OTC产品出口数据

图表：2008年4季度我国OTC产品进口数据

图表：2008年4季度我国OTC产品出口数据

图表：2005年1-12月国内OTC工业盐产量

图表：2006年1-12月国内OTC工业盐产量

图表：2007年1-12月国内OTC工业盐产量

图表：2008年1-12月国内OTC工业盐产量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/16489.html>