

2011-2015年OTC行业前 十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告

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

《2011-2015年OTC行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》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/201010/52122.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

随着新医改及其配套文件的陆续出台、实施，对医药市场的影响也渐次显现。近两年来，诺华公司、罗氏公司、赛诺菲安万特公司等以原研药为主导的跨国企业开始在中国拓展仿制药和非处方药(OTC)业务。而在过去的一年里，中国消费者平均每人去药店购买OTC的次数为5.67次，消费者在自我药疗的路上越走越快，中国OTC市场的容量也在迅速扩大。消费者自我药疗水平的提高带动了OTC市场的繁荣。据统计，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。如此强劲的势头，亦离不开国内医药企业的出色表现。三九医药、同仁堂等一批企业已走在市场前列，成为OTC市场的生力军。随着新医改后全民医保的实现和医疗消费可支付能力的提升，我国OTC市场将更迅速地扩容。近10年来，我国的OTC市场平均年增长率达到8.6%，远高于3-5%的世界平均增长速度，使得我国在2009年超过日本，成为仅次于美国的全球第二大OTC市场。2020年将居全球第一。但是，相对于过去10年整个医药产业年平均大约22%的增幅，OTC领域的增长则显得较为缓慢。当前，新医改对OTC领域带来了扩容机会，但来自行业自身的内生性增长动力和消费者的认可却十分缺乏。医改政策中虽然没有直接提及OTC的发展，但为数不少的OTC品种进入了基本药物目录，全民医保带来的扩容也将为OTC市场带来扩容。医改不会解决OTC行业目前迫切希望解决的问题，但医改将社会的关注度集中到医药卫生领域，公众和社会对医药空前重视，这对行业发展是一个重要机遇。随着经济的发展，市场的重心会越来越下沉，整个市场增长最快的是中等城市，对于OTC企业来说，可以依据企业和产品的特点，在不同的市场中求得生存和发展。

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。在当前形势下，我国OTC行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

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市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了OTC前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对OTC市场风险进行了预测，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OTC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 行业运行现状

第一章 中国OTC行业发展概述

第一节 OTC行业发展情况

一、OTC定义

二、OTC行业发展历程

第二节 OTC产业链分析

一、产业链模型介绍

二、OTC产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国OTC行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球OTC市场发展分析

第一节 全球OTC市场发展情况分析

- 一、2009年全球OTC市场发展分析
- 二、2009年全球OTC市场统计分析
- 三、2010年上半年全球OTC市场分析
- 四、2010年上半年全球OTC销售排名
- 五、2010年全球OTC消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家OTC市场分析

- 一、2010年美国OTC市场现状分析
- 二、2010年欧洲OTC市场现状分析
- 三、2010年日本OTC市场现状分析
- 四、2010年韩国OTC市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲OTC市场分析

第三章 中国OTC市场运行分析

第一节 OTC行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

第二节 OTC行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2011-2015年市场产品价格趋势预测

第四章 中国OTC行业的国际比较分析

第一节 中国OTC市场发展情况分析

一、2009年中国OTC市场发展分析

二、2009年中国OTC市场统计分析

三、2010年中国OTC市场发展分析

四、2010年中国OTC细分市场分析

第二节 中国OTC行业的国际比较分析

一、中国OTC行业竞争力指标分析

二、国际OTC行业竞争力指标分析

三、中国OTC行业经济指标国际比较分析

第三节 全球OTC行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国OTC行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国OTC行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国OTC行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国OTC行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国OTC行业生产现状分析

第一节 OTC行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 OTC行业产能分析

- 一、2009-2010年OTC产能分析
- 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额
- 二、2011-2015年OTC产能预测

第三节 OTC行业产量分析

- 一、2009-2010年OTC产量分析
- 二、2010年产能配置与产能利用率调查
- 三、2011-2015年OTC产量预测

第四节 OTC行业市场供给分析

- 一、2010年OTC生产规模现状
- 二、2010年OTC产能规模分布
- 三、2010年OTC市场价格走势
- 四、2010年OTC重点厂商分布
- 五、2010年OTC产供状况分析

第七章 OTC行业采购状况分析

第一节 OTC成本分析

- 一、2009-2010年原材料成本走势分析
- 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析
- 三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 OTC产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国OTC市场供需分析

第一节 2010年OTC市场需求分析

一、OTC行业需求市场

二、OTC行业客户结构

三、OTC行业需求的地区差异

第二节 2010年OTC市场供给分析

一、2010年OTC市场供给分析

二、2011-2015年OTC市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年OTC行业的需求预测

二、2009-2010年OTC供求平衡分析

三、2011-2015年OTC供求平衡预测

第九章 细分市场情况深度研究

第一节 解热镇痛类

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第二节 感冒咳嗽抗过敏类

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第三节 消化类

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第四节 维生素与矿物质类

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第五节 外用类

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第六节 其他类（儿科、五官科类等）

一、2009-2010年行业供需分析

二、2009-2010年价格走势分析

三、2009-2010年主要企业竞争

四、2011-2015年行业投资潜力

第十章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 OTC行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 OTC重点地区销售分析

一、OTC各地区对比销售分析

二、OTC“重点地区一”销售分析

三、OTC“重点地区二”销售分析

四、OTC“重点地区三”销售分析

五、OTC“重点地区四”销售分析

六、OTC“重点地区五”销售分析

七、OTC“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十一章 OTC市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 OTC竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 OTC行业竞争格局分析

一、2010年OTC行业竞争分析

二、2010年国内外OTC竞争分析

三、2010年中国OTC市场竞争分析

四、2010年中国OTC市场集中度分析

五、2010年中国OTC竞争对手市场份额

六、2010年中国OTC主要品牌企业梯队分布

第十二章 OTC行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国OTC行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 前十大领先企业发展分析

第一节 修正药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 西安杨森制药有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 中国北京同仁堂（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 三九医药股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 江中集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 中美天津史克制药有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 拜耳医药保健有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 仁和集团发展有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十四章 2011-2015年OTC行业发展趋势及影响因素

第一节 OTC市场前景分析

- 一、OTC市场容量分析
- 二、OTC行业利好利空政策
- 三、OTC行业发展前景分析

第二节 OTC未来发展预测分析

- 一、中国OTC发展方向分析
- 二、2011-2015年中国OTC行业发展规模
- 三、2011-2015年中国OTC行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年OTC行业供需预测

- 一、2011-2015年OTC行业供给预测
- 二、2011-2015年OTC行业需求预测
- 三、2011-2015年OTC行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国OTC行业SWOT分析

第十五章 2011-2015年OTC行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 OTC行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国OTC行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十六章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、OTC市场渠道情况

二、OTC竞争对手渠道模式

三、OTC直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十七章 2011-2015年OTC行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、OTC消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略洋酒

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：OTC产业链分析

图表：OTC行业生命周期

图表：2009-2010年中国OTC行业市场规模

图表：2009-2010年全球OTC产业市场规模

图表：2009-2010年OTC重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国OTC行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国OTC行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国OTC行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国OTC竞争力分析

图表：2011-2015年中国OTC市场前景预测

图表：2011-2015年中国OTC市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国OTC发展前景预测

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：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

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：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009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：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009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：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009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：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009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年各类教育招生人数

图表：2008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：2010年1-9月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-9月中成药产量全国统计

图表：2010年1-9月中成药产量北京市统计

图表：2010年1-9月中成药产量天津市统计

图表：2010年1-9月中成药产量河北省统计

图表：2010年1-9月中成药产量内蒙古统计

图表：2010年1-9月中成药产量辽宁省统计

图表：2010年1-9月中成药产量吉林省统计

图表：2010年1-9月中成药产量黑龙江统计

图表：2010年1-9月中成药产量上海市统计

图表：2010年1-9月中成药产量江苏省统计

图表：2010年1-9月中成药产量浙江省统计

图表：2010年1-9月中成药产量安徽省统计

图表：2010年1-9月中成药产量福建省统计

图表：2010年1-9月中成药产量江西省统计

图表：2010年1-9月中成药产量山东省统计

图表：2010年1-9月中成药产量河南省统计

图表：2010年1-9月中成药产量湖北省统计

图表：2010年1-9月中成药产量湖南省统计

图表：2010年1-9月中成药产量广东省统计

图表：2010年1-9月中成药产量广西区统计

图表：2010年1-9月中成药产量海南省统计

图表：2010年1-9月中成药产量四川省统计

图表：2010年1-9月中成药产量云南省统计

图表：2010年1-9月中成药产量陕西省统计

图表：2010年1-9月中成药产量甘肃省统计

图表：2010年1-9月中成药产量青海省统计

图表：2010年1-9月中成药产量宁夏区统计

图表：2010年1-9月中成药产量新疆区统计

图表：2010年1-9月化学药品产量全国统计

图表：2010年1-9月化学药品产量北京市统计

图表：2010年1-9月化学药品产量天津市统计

图表：2010年1-9月化学药品产量河北省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量内蒙古统计

图表：2010年1-9月化学药品产量辽宁省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量吉林省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量黑龙江统计

图表：2010年1-9月化学药品产量上海市统计

图表：2010年1-9月化学药品产量江苏省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量浙江省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量安徽省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量福建省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量江西省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量山东省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量河南省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量湖北省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量湖南省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量广东省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量广西区统计

图表：2010年1-9月化学药品产量海南省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量四川省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量云南省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量陕西省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量甘肃省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量青海省统计

图表：2010年1-9月化学药品产量宁夏区统计

图表：2010年1-9月化学药品产量新疆区统计

图表：2010年1-9月我国OTC产品进口数据

图表：2010年1-9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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201010/52122.html>