

# 2015-2020年中国非处方药 (OTC)市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国非处方药(OTC)市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/xiyao1411/A25043MTDT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国非处方药(OTC)市场监测及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了OTC的定义、特点、与处方药的区别等，接着分析了国内医药行业和非处方药市场的现状。然后具体介绍了感冒用药、维生素、胃肠道用药、皮肤用药、五官用药、解热镇痛药、钙制剂、心脑血管药、妇科用药、清热解毒药、抗过敏药市场的发展。随后，报告做了OTC市场营销分析、医药零售行业分析，接着分析了OTC重点企业经营状况，最后分析了OTC市场的未来前景和发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家食品药品监督管理局市场调查中心、中国非处方药物协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对OTC市场有个系统深入的了解、或者想投资非处方药品生产，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。非处方药（通称OTC药）是指那些不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中购取的药物。非处方药是由处方药转变而来，是经过长期应用、确认有疗效、质量稳定、非医疗专业人员也能安全使用的药物。

近年来，我国民众“大病上医院，小病去药店”的意识不断提高，自我保健与自我药疗已经成为医疗保健消费领域的一道崭新风景线。由此，也带动了非处方药市场的发展。

中国OTC市场自2000年推行处方药和非处方药分类管理以来，呈现快速增长态势，增速高于全球市场，已成为全球增长最快的地区之一。2014年我国OTC零售市场规模约在2000亿元左右，如果算上大健康品类（非药品），则零售规模更大。

自我药疗是OTC主要的命脉，是中国OTC发展中非常重要的机会，中国正好处在初期的发展阶段，中国每个人吃OTC药的比例跟国际相比，远远低于国际性的水平，自我用药的水平还偏低，整个行业还有很好的发展空间和潜力。此外，随着新医改的不断深入，OTC市场也将得以壮大。预计到2020年，中国将可能成为世界最大的OTC市场。

## 报告目录

### 第一章 非处方药（OTC）相关概述

#### 1.1 OTC简介

- 1.1.1 OTC的定义
- 1.1.2 OTC的特点
- 1.1.3 OTC类药品主要种类
- 1.1.4 非处方药和处方药的区别
- 1.2 OTC药发展概述
  - 1.2.1 OTC类药品发展概述
  - 1.2.2 国家审批OTC药品的主要原则
  - 1.2.3 非处方药的市场特点
  - 1.2.4 非处方药市场的培育形成

## 第二章 2013-2014年医药行业发展分析

- 2.1 医药行业发展综述
  - 2.1.1 中国医药产业发展概述
  - 2.1.2 我国医药产业发展特点
  - 2.1.3 中医药产业国际化发展分析
  - 2.1.4 我国医药行业整合步伐加快
  - 2.1.5 我国医药行业竞争力及可持续发展策略分析
- 2.2 2013-2014年医药行业的发展现状
  - 2.2.1 2012年我国医药行业发展回顾
  - 2.2.2 2014年我国医药行业运行分析
  - 2.2.3 2014年中国医药产业进出口分析
  - 2.2.4 2014年上半年我国医药行业运行分析
  - 2.2.6 2014年上半年我国医药进出口分析
- 2.3 中国医药行业政策分析
  - 2.3.1 我国医药行业重要政策回顾
  - 2.3.2 2012年我国医药行业政策盘点
  - 2.3.3 2014年我国医药行业政策盘点
  - 2.3.4 2014年我国医药产业政策解读
- 2.4 中国医药行业存在的问题及发展对策
  - 2.4.1 我国医药行业存在的主要问题及对策
  - 2.4.2 我国医药产业面临的突出问题及发展建议
  - 2.4.3 我国中药产业存在的主要问题及对策

### 第三章 2013-2014年OTC药品市场分析

#### 3.1 2013-2014年中国OTC市场概况

##### 3.1.1 中国非处方药市场发展历程回顾

##### 3.1.2 中国OTC行业的生产状况

##### 3.1.3 中国OTC行业市场规模状况

##### 3.1.4 中国OTC市场销售终端格局

#### 3.2 2013-2014年中国OTC市场销售排名情况

##### 3.2.1 2012年我国OTC药物销售排名情况

##### 3.2.2 2014年我国OTC药物销售排名情况

##### 3.2.3 2014年上半年我国OTC药物销售排名情况

#### 3.3 非处方药市场特点及与处方药市场的比较

##### 3.3.1 政策法规方面

##### 3.3.2 研发系统方面

##### 3.3.3 市场结构和竞争策略

#### 3.4 2013-2014年OTC市场竞争分析

##### 3.4.1 我国OTC市场竞争局势分析

##### 3.4.2 外资企业进军中国OTC市场策略分析

##### 3.4.3 外资OTC医药招标状况分析

##### 3.4.4 我国OTC市场竞争策略分析

#### 3.5 OTC产品包装分析

##### 3.5.1 开发OTC包装广告功能的四个要素

##### 3.5.2 新需求推进OTC药包装革新

##### 3.5.3 OTC药品包装成为市场竞争的盲区

##### 3.5.4 OTC药盒包装设计发展方向浅析

#### 3.6 OTC行业发展存在的问题

##### 3.6.1 中国OTC药品注册存在的问题

##### 3.6.2 中国OTC药品转换面临的问题

##### 3.6.3 OTC药品在医保支付面临的主要问题

##### 3.6.4 OTC药品在定价上面临的主要问题

##### 3.6.5 OTC零售药店经营中面临的问题

#### 3.7 中国OTC行业的发展建议

- 3.7.1 中国OTC药品注册的建议
- 3.7.2 中国OTC药品转换工作的建议
- 3.7.3 OTC药品医保支付政策的主要建议
- 3.7.4 OTC药品定价政策的主要建议
- 3.7.5 规范OTC零售药店的建议
- 3.8 中国OTC市场开拓策略
- 3.8.1 我国OTC市场发展对策
- 3.8.2 药企应把握机遇进军OTC市场
- 3.8.3 开拓OTC市场人才与资金的运用策略
- 3.8.4 我国OTC市场发展策略探析
- 3.8.5 OTC产品医院推广策略分析

#### 第四章 2013-2014年感冒用药市场分析

- 4.1 2013-2014年感冒药市场发展概况
- 4.1.1 我国感冒药市场发展状况分析
- 4.1.2 创新营销成就999感冒灵中药第一品牌地位
- 4.1.3 影响感冒药购买行为的因素分析
- 4.1.4 政策对感冒药市场的影响分析
- 4.2 感冒药危机分析
- 4.2.1 全球感冒药危机的起因
- 4.2.2 我国感冒药主要成分的安全性浅析
- 4.2.3 对国内市场造成的影响
- 4.2.4 市场机会分析及医药企业的应对策略
- 4.3 感冒药细分市场分析
- 4.3.1 我国板蓝根市场产销分析
- 4.3.2 药材板蓝根市场走俏
- 4.3.3 感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析
- 4.3.4 维C银翘片市场发展状况分析
- 4.4 地区感冒药市场分析
- 4.4.1 宁波感冒药零售市场特点分析
- 4.4.2 重点城市感冒药市场零售情况分析
- 4.4.3 上海感冒药市场状况

#### 4.4.4 四城市感冒用药零售市场分析

### 4.5 感冒药市场存在的问题及发展对策方向

#### 4.5.1 感冒药市场存在的问题及建议

#### 4.5.2 感冒药市场发展不宜过度细分

#### 4.5.3 开拓感冒药市场的策略探析

## 第五章 2013-2014年维生素行业分析

### 5.1 2013-2014年维生素市场概况

#### 5.1.1 维生素的概述

#### 5.1.2 我国维生素用药的销售规模与市场格局

#### 5.1.3 我国维生素市场现状分析

#### 5.1.4 我国维生素市场的竞争格局

#### 5.1.5 中国复合维生素产品消费特征解析

### 5.2 2013-2014年维生素进出口数据分析

#### 5.2.1 2013-2014年6月主要国家维生素进口市场分析

#### 5.2.2 2013-2014年6月主要国家维生素出口市场分析

#### 5.2.3 2013-2014年6月主要省份维生素进口市场分析

#### 5.2.4 2013-2014年6月主要省份维生素出口市场分析

### 5.3 维生素细分品种市场分析

#### 5.3.1 维生素C市场

#### 5.3.2 维生素E市场

#### 5.3.3 B族维生素市场

#### 5.3.4 维生素B1市场

### 5.4 维生素市场发展策略与前景分析

#### 5.4.1 我国维生素市场的营销策略

#### 5.4.2 我国维生素行业发展展望

## 第六章 2013-2014年其它OTC药品细分市场分析

### 6.1 胃肠道用药

#### 6.1.1 全球胃肠用药市场扫描

#### 6.1.2 肠胃药零售市场分析

#### 6.1.3 中国胃肠用药市场规模及格局分析

- 6.1.4 我国胃肠道用药市场特点分析
- 6.1.5 儿童肠胃药零售市场分析
- 6.1.6 我国胃肠药广告投放分析
- 6.2 皮肤用药
  - 6.2.1 皮肤用药零售市场发展概况
  - 6.2.2 我国皮肤外用用药市场规模状况
  - 6.2.3 化药类皮肤用药市场格局
  - 6.2.4 中药类皮肤用药市场市场格局
  - 6.2.5 皮肤药主要品种市场竞争格局分析
- 6.3 五官用药
  - 6.3.1 全球抗过敏性鼻炎用药市场状况
  - 6.3.2 我国鼻炎类药物市场状况分析
  - 6.3.3 鼻炎药物零售市场调查分析
  - 6.3.4 我国咽喉类用药销售规模与市场格局
  - 6.3.5 咽喉用药零售市场特点解析
  - 6.3.6 咽喉用药市场产品力与品牌力的较量
  - 6.3.7 五官科用药报刊广告投放分析
- 6.4 解热镇痛药
  - 6.4.1 英国对含可待因OTC镇痛药的新规定
  - 6.4.2 我国解热镇痛药市场发展概况
  - 6.4.3 我国OTC解热镇痛药市场规模与格局状况
  - 6.4.4 我国解热镇痛类药物出口状况分析
  - 6.4.5 解热镇痛药市场发展存在的问题
  - 6.4.6 解热镇痛药市场发展对策
- 6.5 钙制剂
  - 6.5.1 国内外钙制剂市场概况
  - 6.5.2 我国钙制剂市场内外资品牌的竞争局势分析
  - 6.5.3 成都和上海钙制剂零售市场竞争格局分析
  - 6.5.4 我国主要城市钙制剂产品零售情况调查分析
  - 6.5.5 世界营养产品原料市场需求预测
- 6.6 心脑血管药
  - 6.6.1 血管药市场发展状况分析



- 6.6.2 国产心血管药渐显竞争力
- 6.6.3 我国调血脂药物市场发展分析
- 6.7 妇科用药
  - 6.7.1 我国妇科炎症用药销售规模增长情况
  - 6.7.2 妇科用药市场状况解析
  - 6.7.3 妇科炎症用药零售市场快速发展
  - 6.7.4 妇科炎症口服用药市场格局分析
  - 6.7.5 妇科炎症外用用药市场格局分析
- 6.8 抗过敏药
  - 6.8.1 我国抗过敏药品市场发展分析
  - 6.8.2 我国抗过敏药市场状况分析
  - 6.8.3 抗过敏药零售市场调查分析

## 第七章 2013-2014年OTC市场营销分析

- 7.1 2013-2014年OTC市场营销概况
  - 7.1.1 非处方药市场的营销特征
  - 7.1.2 OTC药品DTC推广模式
  - 7.1.3 我国OTC营销渠道的主要模式
  - 7.1.4 新医改下OTC市场营销面临的机会
  - 7.1.5 中国OTC经典营销案例分析
  - 7.1.6 OTC药品营销发展要点与方向
- 7.2 2013-2014年OTC市场营销之消费者分析
  - 7.2.1 OTC产品消费特征
  - 7.2.2 OTC市场消费者行为研究
  - 7.2.3 中国OTC市场消费者心理行为特点
  - 7.2.4 城乡OTC市场消费情况比较分析
  - 7.2.5 新形势下OTC消费者营销分析
  - 7.2.6 OTC市场顾客满意营销策略分析
- 7.3 OTC广告营销分析
  - 7.3.1 OTC广告的作用
  - 7.3.2 OTC广告成功的条件
  - 7.3.3 OTC广告营销八大策略

#### 7.3.4 OTC市场营销广告与终端的平衡策略

### 7.4 OTC品牌营销分析

#### 7.4.1 OTC市场品牌营销概述

#### 7.4.2 OTC品牌营销面临的问题及误区

#### 7.4.3 OTC品牌营销策略成败的关键因素

#### 7.4.4 OTC品牌营销策略实施准则

#### 7.4.5 OTC品牌产品市场终端维价策略

### 7.5 OTC市场营销策略

#### 7.5.1 OTC市场产品运作营销策略

#### 7.5.2 适应市场变化的非处方药营销策略

#### 7.5.3 OTC产品终端营销的几个策略

#### 7.5.4 OTC新产品选经销商遵循的原则

#### 7.5.5 OTC市场正确运用渠道策略

#### 7.5.6 后促销时代的OTC市场运作策略分析

## 第八章 2013-2014年医药零售行业分析

### 8.1 2013-2014年医药零售行业发展分析

#### 8.1.1 中国药品零售业发展沿革

#### 8.1.2 我国药品零售业发展现状分析

#### 8.1.3 政策导向下药品零售业发展动向

#### 8.1.4 我国药品零售市场产品销售情况分析

#### 8.1.5 医药零售网络市场运行态势分析

#### 8.1.6 我国医药零售市场的发展潜力较大

### 8.2 新医改下医药零售行业分析

#### 8.2.1 国家颁布基本药物零售指导价

#### 8.2.2 新医改推动医药零售业迈入洗牌期

#### 8.2.3 新医改下药品零售业发展形势探析

#### 8.2.4 应对新医改药品零售发展对策分析

#### 8.2.5 新医改下医药零售业直供模式发展分析

### 8.3 2013-2014年中国医药零售连锁行业的发展

#### 8.3.1 我国医药零售连锁市场格局发展回顾

#### 8.3.2 中国连锁药店发展状况分析

- 8.3.3 制药企业经营连锁药店条件分析
- 8.3.4 连锁药店的赢利模式发展及展望
- 8.4 医药零售行业竞争分析
  - 8.4.1 我国区域药品零售市场竞争形势分析
  - 8.4.2 新医改政策驱使零售业将成争夺焦点
  - 8.4.3 我国药品零售业新进入者分析
  - 8.4.4 新医改竞争环境下药品零售业竞争策略分析
- 8.5 医药零售业联盟分析
  - 8.5.1 我国医药零售行业联盟现象盛行
  - 8.5.2 药品零售联盟发展状况解析
  - 8.5.3 医药零售业联盟的发展特点分析
  - 8.5.4 医药零售采购联盟及趋势分析

## 第九章 2013-2014年OTC药品重点生产企业

- 9.1 哈药股份
  - 9.1.1 企业发展概况
  - 9.1.2 经营效益分析
  - 9.1.3 业务经营分析
  - 9.1.4 财务状况分析
  - 9.1.5 未来前景展望
- 9.2 三精制药
  - 9.2.1 企业发展概况
  - 9.2.2 经营效益分析
  - 9.2.3 业务经营分析
  - 9.2.4 财务状况分析
  - 9.2.5 未来前景展望
- 9.3 华润三九医药股份有限公司
  - 9.3.1 企业发展概况
  - 9.3.2 经营效益分析
  - 9.3.3 业务经营分析
  - 9.3.4 财务状况分析
  - 9.3.5 未来前景展望

#### 9.4 江中集团有限公司

##### 9.4.1 企业发展概况

##### 9.4.2 经营效益分析

##### 9.4.3 业务经营分析

##### 9.4.4 财务状况分析

##### 9.4.5 未来前景展望

#### 9.5 北京同仁堂（集团）有限责任公司

##### 9.5.1 企业发展概况

##### 9.5.2 经营效益分析

##### 9.5.3 业务经营分析

##### 9.5.4 财务状况分析

##### 9.5.5 未来前景展望

#### 9.6 广州药业

##### 9.6.1 企业发展概况

##### 9.6.2 经营效益分析

##### 9.6.3 业务经营分析

##### 9.6.4 财务状况分析

##### 9.6.5 未来前景展望

#### 9.7 白云山

##### 9.7.1 企业发展概况

##### 9.7.2 经营效益分析

##### 9.7.3 业务经营分析

##### 9.7.4 财务状况分析

##### 9.7.5 未来前景展望

#### 9.8 山东东阿阿胶股份有限公司

##### 9.8.1 企业发展概况

##### 9.8.2 经营效益分析

##### 9.8.3 业务经营分析

##### 9.8.4 财务状况分析

##### 9.8.5 未来前景展望

#### 9.9 上市公司财务比较分析

##### 9.9.1 盈利能力分析

- 9.9.2 成长能力分析
- 9.9.3 营运能力分析
- 9.9.4 偿债能力分析
- 9.10 修正药业集团
  - 9.10.1 公司简介
  - 9.10.2 企业科技创新
  - 9.10.3 企业经营战略
- 9.11 西安杨森制药有限公司
  - 9.11.1 公司简介
  - 9.11.2 企业成功因素
  - 9.11.3 企业发展战略
  - 9.11.4 企业管理模式
- 9.12 中美天津史克制药有限公司
  - 9.12.1 公司简介
  - 9.12.2 代表产品优势
  - 9.12.3 市场拓展重点
  - 9.12.4 企业经营策略
  - 9.12.5 危机管理分析

## 第十章 博思数据关于OTC药品发展趋势及前景预测

- 10.1 医药行业的发展前景
  - 10.1.1 我国医药工业发展形势展望
  - 10.1.2 我国医药行业的发展方向
  - 10.1.3 中国医药市场发展预测
- 10.2 2011-2015全国药品流通行业发展规划纲要
  - 10.2.1 指导思想与发展目标
  - 10.2.2 主要任务
  - 10.2.3 主要政策和措施
- 10.3 OTC市场前景趋势分析
  - 10.3.1 我国OTC市场发展空间巨大
  - 10.3.2 2015-2020年中国非处方药市场规模预测分析
  - 10.3.3 新医改下OTC市场面临的机会

#### 10.3.4 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 医改相关政策

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 2012年1-12月主要贸易国维生素进口量及进口额情况

图表 2014年1-12月主要贸易国维生素进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要贸易国维生素进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要贸易国维生素出口量及出口额情况

图表 2014年1-12月主要贸易国维生素出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要贸易国维生素出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份维生素进口量及进口额情况

图表 2014年1-12月主要省份维生素进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要省份维生素进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份维生素出口量及出口额情况

图表 2014年1-12月份主要省份维生素出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要省份维生素出口量及出口额情况

图表 2013-2014年6月末哈药股份总资产和净资产

图表 2012-2014年哈药股份营业收入和净利润

图表 2014年1-6月哈药股份营业收入和净利润

图表 2012-2014年哈药股份现金流量

图表 2014年1-6月哈药股份现金流量

图表 2014年哈药股份主营业务收入分行业

图表 2014年哈药股份主营业务收入分产品

图表 2014年哈药股份主营业务收入分区域

图表 2012-2014年哈药股份成长能力

图表 2014年1-6月哈药股份成长能力

图表 2012-2014年哈药股份短期偿债能力

图表 2014年1-6月哈药股份短期偿债能力

图表 2012-2014年哈药股份长期偿债能力

图表 2014年1-6月哈药股份长期偿债能力

图表 2012-2014年哈药股份运营能力

图表 2014年1-6月哈药股份运营能力

图表 2012-2014年哈药股份盈利能力

图表 2014年1-6月哈药股份盈利能力

图表 2013-2014年6月末三精制药总资产和净资产

图表 2012-2014年三精制药营业收入和净利润

图表 2014年1-6月三精制药营业收入和净利润

图表 2012-2014年三精制药现金流量

图表 2014年1-6月三精制药现金流量

图表 2014年三精制药主营业务收入分行业

图表 2014年三精制药主营业务收入分产品

图表 2014年三精制药主营业务收入分区域

图表 2012-2014年三精制药成长能力

图表 2014年1-6月三精制药成长能力

图表 2012-2014年三精制药短期偿债能力

图表 2014年1-6月三精制药短期偿债能力

图表 2012-2014年三精制药长期偿债能力

图表 2014年1-6月三精制药长期偿债能力

图表 2012-2014年三精制药运营能力

图表 2014年1-6月三精制药运营能力

图表 2012-2014年三精制药盈利能力

图表 2014年1-6月三精制药盈利能力

图表 2013-2014年6月末华润三九总资产和净资产

图表 2012-2014年华润三九营业收入和净利润

图表 2014年1-6月华润三九营业收入和净利润

图表 2012-2014年华润三九现金流量

图表 2014年1-6月华润三九现金流量

图表 2014年华润三九主营业务收入分行业

图表 2014年华润三九主营业务收入分产品

图表 2014年华润三九主营业务收入分区域

图表 2012-2014年华润三九成长能力

图表 2014年1-6月华润三九成长能力

图表 2012-2014年华润三九短期偿债能力

图表 2014年1-6月华润三九短期偿债能力

图表 2012-2014年华润三九长期偿债能力

图表 2014年1-6月华润三九长期偿债能力

图表 2012-2014年华润三九运营能力

图表 2014年1-6月华润三九运营能力

图表 2012-2014年华润三九盈利能力

图表 2014年1-6月华润三九盈利能力

图表 2013-2014年6月末江中药业总资产和净资产

图表 2012-2014年江中药业营业收入和净利润

图表 2014年1-6月江中药业营业收入和净利润

图表 2012-2014年江中药业现金流量

图表 2014年1-6月江中药业现金流量

图表 2014年江中药业主营业务收入分行业

图表 2014年江中药业主营业务收入分产品

图表 2014年江中药业主营业务收入分区域

图表 2012-2014年江中药业成长能力

图表 2014年1-6月江中药业成长能力

图表 2012-2014年江中药业短期偿债能力

图表 2014年1-6月江中药业短期偿债能力

图表 2012-2014年江中药业长期偿债能力

图表 2014年1-6月江中药业长期偿债能力

图表 2012-2014年江中药业运营能力

图表 2014年1-6月江中药业运营能力

图表 2012-2014年江中药业盈利能力

图表 2014年1-6月江中药业盈利能力



图表 2013-2014年6月末同仁堂总资产和净资产

图表 2012-2014年同仁堂营业收入和净利润

图表 2014年1-6月同仁堂营业收入和净利润

图表 2012-2014年同仁堂现金流量

图表 2014年1-6月同仁堂现金流量

图表 2014年同仁堂主营业务收入分行业

图表 2014年同仁堂主营业务收入分产品

图表 2014年同仁堂主营业务收入分区域

图表 2012-2014年同仁堂成长能力

图表 2014年1-6月同仁堂成长能力

图表 2012-2014年同仁堂短期偿债能力

图表 2014年1-6月同仁堂短期偿债能力

图表 2012-2014年同仁堂长期偿债能力

图表 2014年1-6月同仁堂长期偿债能力

图表 2012-2014年同仁堂运营能力

图表 2014年1-6月同仁堂运营能力

图表 2012-2014年同仁堂盈利能力

图表 2014年1-6月同仁堂盈利能力

图表 2013-2014年6月末广州药业总资产和净资产

图表 2012-2014年广州药业营业收入和净利润

图表 2014年1-6月广州药业营业收入和净利润

图表 2012-2014年广州药业现金流量

图表 2014年1-6月广州药业现金流量

图表 2014年广州药业主营业务收入分行业

图表 2014年广州药业主营业务收入分产品

图表 2014年广州药业主营业务收入分区域

图表 2012-2014年广州药业成长能力

图表 2014年1-6月广州药业成长能力

图表 2012-2014年广州药业短期偿债能力

图表 2014年1-6月广州药业短期偿债能力

图表 2012-2014年广州药业长期偿债能力

图表 2014年1-6月广州药业长期偿债能力

图表 2012-2014年广州药业运营能力

图表 2014年1-6月广州药业运营能力

图表 2012-2014年广州药业盈利能力

图表 2014年1-6月广州药业盈利能力

图表 2013-2014年6月末白云山总资产和净资产

图表 2012-2014年白云山营业收入和净利润

图表 2014年1-6月白云山营业收入和净利润

图表 2012-2014年白云山现金流量

图表 2014年1-6月白云山现金流量

图表 2014年白云山主营业务收入分行业

图表 2014年白云山主营业务收入分产品

图表 2014年白云山主营业务收入分区域

图表 2012-2014年白云山成长能力

图表 2014年1-6月白云山成长能力

图表 2012-2014年白云山短期偿债能力

图表 2014年1-6月白云山短期偿债能力

图表 2012-2014年白云山长期偿债能力

图表 2014年1-6月白云山长期偿债能力

图表 2012-2014年白云山运营能力

图表 2014年1-6月白云山运营能力

图表 2012-2014年白云山盈利能力

图表 2014年1-6月白云山盈利能力

图表 2013-2014年6月末东阿阿胶总资产和净资产

图表 2012-2014年东阿阿胶营业收入和净利润

图表 2014年1-6月东阿阿胶营业收入和净利润

图表 2012-2014年东阿阿胶现金流量

图表 2014年1-6月东阿阿胶现金流量

图表 2014年东阿阿胶主营业务收入分行业

图表 2014年东阿阿胶主营业务收入分产品

图表 2014年东阿阿胶主营业务收入分区域

图表 2012-2014年东阿阿胶成长能力

图表 2014年1-6月东阿阿胶成长能力

图表 2012-2014年东阿阿胶短期偿债能力  
图表 2014年1-6月东阿阿胶短期偿债能力  
图表 2012-2014年东阿阿胶长期偿债能力  
图表 2014年1-6月东阿阿胶长期偿债能力  
图表 2012-2014年东阿阿胶运营能力  
图表 2014年1-6月东阿阿胶运营能力  
图表 2012-2014年东阿阿胶盈利能力  
图表 2014年1-6月东阿阿胶盈利能力  
图表 2014年上半年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析  
图表 2014年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析  
图表 2012年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析  
图表 2014年上半年非处方药行业上市公司成长能力指标分析  
图表 2014年非处方药行业上市公司成长能力指标分析  
图表 2012年非处方药行业上市公司成长能力指标分析  
图表 2014年上半年非处方药行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2014年非处方药行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2012年非处方药行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2014年上半年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2014年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2012年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2015-2020年中国非处方药市场规模预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1411/A25043MTDT.html>