

# 2016-2022年中国非处方药 ( OTC ) 市场供需趋势预测及投资战略分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国非处方药（OTC）市场供需趋势预测及投资战略分析报告》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.abaogao.com/b/huaxue/L850436WE7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

非处方药是指为方便公众用药，在保证用药安全的前提下，经国家卫生行政部门规定或审定后，不需要医师或其他医疗专业人员开写处方即可购买的药品，一般消费者凭自我判断，按照药品标签及使用说明就可自行使用。非处方药在国外又称柜台发售药（Over The Counter，OTC），已成为全球通用的俗称。

### 处方药与非处方药的区别

OTC市场的发展来源于药品分类管理的政策。在国际上，WHO的有关自我药疗的政策性指导文件推动了国际非处方药产业的发展：

1978年：WHO在阿拉木图召开国际初级卫生保健会议，提出“人们有权利和责任参与其医疗保健实践”的理念，正是这一理念使WHO在随后的文件中逐步明确自我保健和自我药疗的政策。

1986年：WHO发布关于国家药物政策的指导原则，明确提出，促进药物合理使用的监管策略是要有区分非处方药和处方药的审批与分类政策。

1995年：发布WHO国家药物政策专家委员会报告，明确提出负责任的自我药疗在国家卫生保健体系中的重要作用。

2000年：WHO发布《自我药疗药品评价指南》，指南就评价用于自我药疗的药品即非处方药的合适性，包括处方药向非处方药的转换的评价，提出了标准和方法。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国非处方药（OTC）市场供需趋势预测及投资战略分析报告》共十一章。首先介绍了非处方药（OTC）行业市场发展环境、非处方药（OTC）整体运行态势等，接着分析了非处方药（OTC）行业市场运行的现状，然后介绍了非处方药（OTC）市场竞争格局。随后，报告对非处方药（OTC）做了重点企业经营状况分析，最后分析了非处方药（OTC）行业发展趋势与投资预测。您若想对非处方药（OTC）产业有个系统的了解或者想投资非处方药（OTC）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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药品发展概述
  - 1.2.2 OTC药品审批原则
  - 1.2.3 OTC药品市场特点
  - 1.2.4 OTC市场培育形式

## 第二章 2014-2016年中国医药行业发展分析

- 2.1 2014-2016年中国医药行业的发展分析
  - 2.1.1 产业发展综述
  - 2.1.2 技术研发进展
  - 2.1.3 产业园区发展
  - 2.1.4 行业薪酬成本
  - 2.1.5 行业发展热点
  - 2.1.6 中医药国际发展
- 2.2 2014-2016年中国医药市场运行情况分析
  - 2.2.1 2014年市场运行
  - 2.2.2 2015年市场运行
  - 2.2.3 2016年市场运行
- 2.3 2014-2016年中国医药市场竞争分析
  - 2.3.1 国际竞争分析
  - 2.3.2 市场格局变动
  - 2.3.3 行业整合进度
  - 2.3.4 行业转型升级
- 2.4 中国医药行业存在的问题及发展对策
  - 2.4.1 发展制约因素
  - 2.4.2 发展面临问题
  - 2.4.3 行业应对措施

#### 2.4.4 药企发展对策

### 第三章 2014-2016年中国非处方药（OTC）行业分析

#### 3.1 2014-2016年中国非处方药（OTC）行业发展综述

##### 3.1.1 发展历程回顾

##### 3.1.2 市场发展形势

##### 3.1.3 产品发展现状

##### 3.1.4 行业动态影响

##### 3.1.5 市场发展潜力

#### 3.2 2014-2016年中国非处方药（OTC）市场格局分析

##### 3.2.1 2014年产品格局

##### 3.2.2 2015年电商渠道

##### 3.2.3 2015年竞争动态

##### 3.2.4 2016年企业格局

##### 3.2.5 企业竞争加剧

#### 3.3 非处方药（OTC）产品包装分析

##### 3.3.1 药品包装广告功能

##### 3.3.2 药品包装革新需求

##### 3.3.3 药品包装竞争盲区

##### 3.3.4 药盒包装设计方向

#### 3.4 非处方药与处方药的市场特点比较

##### 3.4.1 政策法规方面

##### 3.4.2 研发系统方面

##### 3.4.3 市场结构和竞争策略

#### 3.5 非处方药（OTC）行业发展存在的问题

##### 3.5.1 药品注册存在的问题

##### 3.5.2 OTC药品转换的困境

##### 3.5.3 药品定价的主要问题

##### 3.5.4 地方OTC的发展制约

##### 3.5.5 地方OTC的众筹困境

#### 3.6 中国非处方药（OTC）行业的发展建议

- 3.6.1 OTC药品注册建议
- 3.6.2 OTC转换工作建议
- 3.6.3 OTC定价政策建议
- 3.6.4 OTC行业跨界建议

#### 第四章 2014-2016年感冒用药市场发展分析

- 4.1 中国感冒药行业发展综述
  - 4.1.1 行业消费特点
  - 4.1.2 行业运行特征
  - 4.1.3 影响因素分析
- 4.2 2014-2016年感冒药市场发展分析
  - 4.2.1 市场发展规模
  - 4.2.2 市场竞争态势
  - 4.2.3 企业竞争格局
  - 4.2.4 区域市场发展
- 4.3 2014-2016年感冒药细分市场分析
  - 4.3.1 板蓝根市场发展现状
  - 4.3.2 口服液市场发展形势
  - 4.3.3 儿童感冒药市场规模
- 4.4 感冒药市场存在的问题及发展对策
  - 4.4.1 市场不宜过度细分
  - 4.4.2 市场开拓策略探析
  - 4.4.3 市场存在的问题及建议

#### 第五章 2014-2016年中国维生素市场发展分析

- 5.1 维生素市场发展概况
  - 5.1.1 维生素的概述
  - 5.1.2 产品消费特征
  - 5.1.3 市场现状分析
  - 5.1.4 市场竞争格局
- 5.2 2014-2016年维生素出口情况分析
  - 5.2.1 2014年出口市场

- 5.2.2 2015年出口市场
- 5.2.3 2016年出口市场
- 5.2.4 印度征收反倾销税
- 5.3 2014-2016年维生素细分品种市场发展分析
  - 5.3.1 维生素A市场分析
  - 5.3.2 维生素B3市场分析
  - 5.3.3 维生素B4市场分析
  - 5.3.4 维生素C市场分析
  - 5.3.5 维生素E市场分析
- 5.4 维生素市场发展策略与前景分析
  - 5.4.1 市场营销策略
  - 5.4.2 行业发展展望

## 第六章 2014-2016年其它OTC药品细分市场

- 6.1 2014-2016年皮肤用药市场发展分析
  - 6.1.1 终端市场规模
  - 6.1.2 终端市场结构
  - 6.1.3 细分市场规模
  - 6.1.4 企业竞争格局
- 6.2 2014-2016年解热镇痛药市场发展分析
  - 6.2.1 国内市场发展优势
  - 6.2.2 市场出口规模分析
  - 6.2.3 儿童药物市场规模
- 6.3 2014-2016年心脑血管药市场发展分析
  - 6.3.1 市场发展形势
  - 6.3.2 市场发展规模
  - 6.3.3 RAAS市场规模
  - 6.3.4 企业发展动态
- 6.4 2014-2016年妇科用药市场发展分析
  - 6.4.1 妇科用药市场竞争格局
  - 6.4.2 妇科炎症用药市场规模
  - 6.4.3 妇科炎症用药竞争形势

#### 6.4.4 妇科用药市场规模预测

### 第七章 2014-2016年非处方药（OTC）市场营销分析

#### 7.1 OTC市场营销概况

##### 7.1.1 市场营销特征

##### 7.1.2 营销渠道模式

##### 7.1.3 市场战略模式

##### 7.1.4 营销发展方向

#### 7.2 OTC市场消费者营销分析

##### 7.2.1 产品消费特征

##### 7.2.2 市场消费者行为

##### 7.2.3 市场消费者心理

##### 7.2.4 消费者营销分析

#### 7.3 OTC广告营销分析

##### 7.3.1 OTC广告营销作用

##### 7.3.2 OTC广告营销关键

##### 7.3.3 市场广告营销困境

##### 7.3.4 OTC广告营销策略

##### 7.3.5 市场营销平衡策略

##### 7.3.6 产品广告创新策略

#### 7.4 OTC品牌营销

##### 7.4.1 OTC市场品牌营销

##### 7.4.2 品牌营销关键因素

##### 7.4.3 品牌营销实施准则

##### 7.4.4 品牌营销面临挑战

##### 7.4.5 品牌终端维价策略

#### 7.5 OTC市场营销策略

##### 7.5.1 市场渠道营销策略

##### 7.5.2 市场运作策略分析

##### 7.5.3 产品运作营销策略

##### 7.5.4 产品终端营销策略

##### 7.5.5 市场营销战略趋势



## 7.5.6 产品营销发展趋势

# 第八章 2014-2016年中国医药零售行业发展分析

## 8.1 2014-2016年中国医药零售发展综述

### 8.1.1 药品零售发展环境

### 8.1.2 医药零售竞争格局

### 8.1.3 药品零售发展机遇

### 8.1.4 药品零售面临挑战

## 8.2 2014-2016年中国医药零售市场发展规模

### 8.2.1 2014年药品流通规模

### 8.2.2 2014年行业融资规模

### 8.2.3 2014年药品零售规模

### 8.2.4 2015年药品零售规模

### 8.2.5 2016年药品零售形势

## 8.3 2014-2016年中国医药零售连锁行业分析

### 8.3.1 连锁经营模式

### 8.3.2 连锁经营条件

### 8.3.3 行业竞争形势

### 8.3.4 行业并购热潮

### 8.3.5 行业发展趋势

## 8.4 新医改下医药零售行业前景展望

### 8.4.1 医改方案发展方向

### 8.4.2 医药行业销售变化

### 8.4.3 地方医药改革方向

# 第九章 2014-2016年中国医药电商行业发展分析

## 9.1 2014-2016年中国医药电商行业发展态势

### 9.1.1 行业竞争优势

### 9.1.2 行业发展形势

### 9.1.3 政策环境分析

### 9.1.4 运营模式竞争

### 9.1.5 竞争格局分析

## 9.2 2014-2016年中国医药电商市场规模分析

### 9.2.1 2014年市场规模

### 9.2.2 2015年市场规模

### 9.2.3 2016年市场规模

## 9.3 中国医药电商标杆企业分析

### 9.3.1 健一网

### 9.3.2 一心堂

### 9.3.3 珍诚在线

### 9.3.4 天猫医药馆

## 9.4 中国医药电商发展策略建议

### 9.4.1 经营痛点建议

### 9.4.2 线上线下联动

### 9.4.3 健康管理转型

## 9.5 中国医药电商发展前景分析

### 9.5.1 行业发展趋势分析

### 9.5.2 医药电商发展机遇

### 9.5.3 “互联网+医药”前景

## 第十章 2014-2016年非处方药（OTC）重点企业分析

### 10.1 哈药集团股份有限公司

#### 10.1.1 企业发展概况

#### 10.1.2 经营效益分析

#### 10.1.3 业务经营分析

#### 10.1.4 财务状况分析

#### 10.1.5 未来前景展望

### 10.2 江中药业股份有限公司

#### 10.2.1 企业发展概况

#### 10.2.2 经营效益分析

#### 10.2.3 业务经营分析

#### 10.2.4 财务状况分析

#### 10.2.5 未来前景展望

### 10.3 华润三九医药股份有限公司

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.3.5 未来前景展望
- 10.4 云南白药集团股份有限公司
  - 10.4.1 企业发展概况
  - 10.4.2 经营效益分析
  - 10.4.3 业务经营分析
  - 10.4.4 财务状况分析
  - 10.4.5 未来前景展望
- 10.5 山东东阿阿胶股份有限公司
  - 10.5.1 企业发展概况
  - 10.5.2 经营效益分析
  - 10.5.3 业务经营分析
  - 10.5.4 财务状况分析
  - 10.5.5 未来前景展望
- 10.6 马应龙药业集团股份有限公司
  - 10.6.1 企业发展概况
  - 10.6.2 经营效益分析
  - 10.6.3 业务经营分析
  - 10.6.4 财务状况分析
  - 10.6.5 未来前景展望
- 10.7 北京同仁堂科技发展股份有限公司
  - 10.7.1 企业发展概况
  - 10.7.2 经营效益分析
  - 10.7.3 业务经营分析
  - 10.7.4 财务状况分析
  - 10.7.5 未来前景展望
- 10.8 上市公司财务比较分析
  - 10.8.1 盈利能力分析
  - 10.8.2 成长能力分析

10.8.3 营运能力分析

10.8.4 偿债能力分析

## 第十一章 2016-2022年中国非处方药（OTC）市场前景展望

11.1 2016-2022年中国医药行业发展前景

11.1.1 “十三五”发展重点

11.1.2 医药市场发展趋势

11.1.3 医药市场发展空间

11.1.4 医药市场发展潜力

11.2 2016-2022年OTC市场前景趋势分析

11.2.1 OTC市场发展方向

11.2.2 OTC企业发展趋势

11.2.3 OTC产品发展动向

11.2.4 2016-2022年中国非处方药市场规模预测分析（ZYPX）

附录：

附录一：中华人民共和国药品管理法

附录二：全国医疗卫生服务体系规划纲要

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：2014-2016年纳斯达克生物科技指数IBB走势

图表：美国典型生物医药公司市值一览

图表：奥巴马精准医疗法案示意图

图表：2009-2016年医药细分行业薪酬涨幅

图表：2013-2016年医药行业层级薪酬涨幅

图表：2016年医药行业一线城市专业经理薪酬水平

图表：2016年医药行业毕业生起薪

图表：2016年医药行业城市薪酬系数

图表：2013-2015年医疗工业增加值增速及在全国工业占比

图表：2014年医药工业主营业务收入完成情况

图表：2014年医药工业利润总额及利润率

图表：2014年批准上市药品情况

图表：2013-2015年医药工业增加值累计增速与占比

图表：2015年医药工业主营业务收入完成情况

图表：2015年医药工业利润总额和利润率完成情况

图表：2015年完成审评建议批准上市药品

图表：2016年医药工业主营业务收入完成情况

图表：2016年医药工业利润总额完成情况

图表：中国在全球医药市场排名变动情况

图表：2014年中国非处方药生产企业综合统计排名

图表：2014年中国非处方药产品综合统计排名（化学药）

图表：2014年中国非处方药产品综合统计排名（中成药）

图表：2015年药品零售市场OTC药品TOP30品牌

图表：2016年天猫医药馆五大类目销售额

图表：2016年天猫医药馆OTC药品重点子行业情况

图表：2016年天猫医药馆重点旗舰店销售额

图表：2016年天猫医药馆重点旗舰店销售额

图表：2016年天猫医药馆重点旗舰店OTC药品销售额

图表：2007-2014年我国感冒药各类别用药市场规模

图表：2016年感冒药市场企业竞争格局

图表：2011-2015年北上广合计感冒药销售规模及增长情况

图表：2014年北上广感冒药分布

图表：2014年北上广合计感冒药用药对象分布

图表：2014年北上广感冒药市场集中度

图表：2014年北上广儿童感冒药市场集中度

图表：2014年北上广合计感冒药前五品牌份额及增长率

图表：2014年北上广合计感冒药前五企业

图表：2014年北上广感冒药前五厂家及其份额

图表：2014年北上广合计感冒药剂型分布

图表：2005-2016年儿童感冒用药规模

图表：儿童感冒退烧药主要品牌

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：2015年维生素价格变化幅度

图表：2015年维生素食用成本变化贡献

图表：2015年维生素品种受观众程度及关注的原因

图表：2015年维生素行业热点事件受关注程度

图表：2015年维生素食用成本上涨幅度

图表：2015年库存周期调整前后库存使用时间

图表：2016年维生素A市场价格

图表：2016年维生素B3市场价格

图表：2016年维生素B4市场价格

图表：2016年维生素C市场价格

图表：2016年维生素E市场价格

图表：2015-2016年皮肤病用药总体市场规模

图表：2015-2016年皮肤用药五大终端市场份额

图表：2015-2016年皮肤病用药市场化学药/中成药市场份额

图表：2015-2016年皮肤病用药市场OTC/RX市场份额

图表：2015-2016年各品类皮肤病用药销售额份额

图表：2015-2016年皮肤病用药TOP10通用名销售额份额

图表：2015-2016年皮肤病用药TOP10产品销售额份额

图表：2015-2016年皮肤病用药TOP10厂家销售额份额

图表：2016年我国扑热息痛出口规模

图表：2016年我国扑热息痛出口企业构成情况

图表：2004-2016年儿童解热镇痛药规模

图表：儿童解热镇痛药主要品牌

图表：2012-2016心脑血管药市场规模分析

图表：各类心脑血管药所占市场比重

图表：2016妇科用药榜单TOP10

图表：妇科炎症用药市场的企业竞争格局

图表：妇科炎症用药市场的品牌竞争格局

图表：我国OTC营销渠道模型组合示意图

图表：2016年零售企业销售总额TOP30

图表：2016年中国各大城市药店零售规模排行榜

图表：2014-2016年非处方药主要品类市场份额

图表：2009-2015年药品流通行业销售规模

图表：2015年全行业销售品类结构

图表：2015年典型样本城市零售药店销售品类结构

图表：2015年规模以上药品流通企业主营业务收入所有制结构

图表：2015年规模以上药品流通企业利润总额所有制结构

图表：2015年药品批发直报企业商品配送结构

图表：2015年药品批发直报企业物流费用结构

图表：不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况

图表：2011-2015年零售药店数量

图表：2012-2016年药品流通行业销售趋势

图表：2016年全行业销售品类结构

图表：2016年典型样本城市零售药店销售品类结构

图表：2016年药品流通企业主营业务收入所有制结构分布

图表：2016年药品流通企业利润总额所有制结构分布

图表：2016年药品批发直报企业商品配送结构

图表：2016年药品批发直报企业物流费用结构

图表：2015-2016年拥有互联网药品交易服务资格的企业数量

图表：2013-2016年零售药品/非药品规模

图表：2013-2016年零售药品OTC/Rx规模

图表：2013-2016年零售化学药/中成药规模

图表：2013-2016年零售非药细分品类规模

图表：2015-2016年OTC品类排名TOP20

图表：2015-2016年Rx品类排名TOP20

图表：2015-2016年样本城市销售规模及增速（一）

图表：2015-2016年样本城市销售规模及增速（二）

图表：2015-2016年样本城市销售规模及增速（三）

图表：2016年一心堂并购名单

图表：2016年老百姓并购名单

图表：2016年益丰大药房并购名单

图表：医药电子商务重构供应链流程

图表：医药电商相关政策

图表：2016年国内药品终端销售产品格局

图表：2016年国内药品终端收入格局

图表：国内外网上药店发展环境对比

图表：国内医药电商商业模式

图表：平台式医药B2C商业模式

图表：医药互联网零售格局

图表：天猫医药馆品类份额

图表：医药B2C官网市场品类份额

图表：2015年“双十一”天猫医药馆销售前十大品牌

图表：国内外医药电商盈利能力比较

图表：医药电商自营模式与平台模式比较

图表：2016年国内医药电商B2C零售格局

图表：天猫医药产品品类份额比较

图表：其它医药B2C官网产品品类份额比较

图表：2016年医药电商牌照获批情况

图表：中国网上药店与线下药店、美国网上药店盈利状况对比

图表：2010-2016年中国医药电商市场规模占电子商务、药品零售、药品市场规模比重

图表：2010-2016年中国医药电商交易规模

图表：2010-2016年中国网上药店数量

图表：健一网发展历程

图表：2016年一心堂营业收入情况

图表：基于CRM与OTO的健康解决方案

图表：医药电商行业发展趋势

图表：用户身体不适情况下的选择

图表：2011-2017年移动医疗市场规模及增速

图表：2016年移动医疗APP下载量排名

图表：药品政策放开与医药电商空间大小

图表：2014-2016年哈药集团股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年哈药集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司现金流量

图表：2016年哈药集团股份有限公司现金流量



图表：2015年哈药集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司成长能力

图表：2016年哈药集团股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年哈药集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年哈药集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司运营能力

图表：2016年哈药集团股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司盈利能力

图表：2016年哈药集团股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年江中药业股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年江中药业股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司现金流量

图表：2016年江中药业股份有限公司现金流量

图表：2015年江中药业股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司成长能力

图表：2016年江中药业股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年江中药业股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年江中药业股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司运营能力

图表：2016年江中药业股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司盈利能力

图表：2016年江中药业股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年华润三九医药股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年华润三九医药股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司现金流量

图表：2016年华润三九医药股份有限公司现金流量

图表：2015年华润三九医药股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司成长能力

图表：2016年华润三九医药股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年华润三九医药股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年华润三九医药股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司运营能力

图表：2016年华润三九医药股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年华润三九医药股份有限公司盈利能力

图表：2016年华润三九医药股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年云南白药集团股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年云南白药集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司现金流量

图表：2016年云南白药集团股份有限公司现金流量

图表：2015年云南白药集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司成长能力

图表：2016年云南白药集团股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年云南白药集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年云南白药集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司运营能力

图表：2016年云南白药集团股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年云南白药集团股份有限公司盈利能力

图表：2016年云南白药集团股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年山东东阿阿胶股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量

图表：2015年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司成长能力

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司运营能力

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力

图表：2016年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年马应龙药业集团股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司现金流量

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司现金流量

图表：2015年马应龙药业集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司成长能力

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司运营能力

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年马应龙药业集团股份有限公司盈利能力

图表：2016年马应龙药业集团股份有限公司盈利能力

图表：2014-2016年北京同仁堂股份有限公司总资产和净资产

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司营业收入和净利润

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司营业收入和净利润

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司现金流量

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司现金流量

图表：2015年北京同仁堂股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司成长能力

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司成长能力

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司短期偿债能力

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司短期偿债能力

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司长期偿债能力

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司长期偿债能力

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司运营能力

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司运营能力

图表：2014-2015年北京同仁堂股份有限公司盈利能力

图表：2016年北京同仁堂股份有限公司盈利能力

图表：2014年非处方药行业上市公司盈利能力指标分析

图表：2016年非处方药行业上市公司成长能力指标分析

图表：2015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：2015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：2016年非处方药行业上市公司偿债能力指标分析

图表：2015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：2016-2022年中国非处方药市场规模预测

图表：2022年全国医疗卫生服务体系资源要素配置主要指标

图表：医疗卫生服务体系

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/L850436WE7.html>