

# “十一五”期间中国非处方药（OTC）需求调研及“十二五”市场盈利预测分析报告

## 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

《“十一五”期间中国非处方药（OTC）需求调研及“十二五”市场盈利预测分析报告》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/zhongyao/M93271ALCW.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

近年来，随着生活水平的提高，人们自我保健的意识在不断的增强，文化素质的提高也使人们具有了一定的医疗的能力，“大病进医院，小病进药店”的观念逐渐为患者认识并被广泛接受。可以说，自我药疗是人们在重视物质生活的同时，对精神重要性重新认识的过程。同时随着我国医疗体制的改革，基本医疗保险办法继续地贯彻执行，人们将更多地进入OTC市场购买相关药品。OTC市场是OTC药品销售的主要渠道，是OTC药品生产企业获益的重要来源地。2008年，我国OTC的市场潜量已经达到近1300亿元，在不到20年的时间内上涨了近70倍。而随着人们生活水平的提高以及对生命健康的重视度越来越高，人们自我药疗的水平也有了大幅度的增长。而随着消费者越来越多的开始进行自我药疗，未来我国OTC市场也将再度扩容。因此，我国的OTC市场潜力巨大，越来越多的制药企业都盯住这个市场，并希望在这个市场上抓住商机。

《“十一五”期间中国非处方药（OTC）需求调研及“十二五”市场盈利预测分析报告》对我国OTC的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对OTC行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

### 第一章 “十一五”期间中国医药行业发展分析

#### 第一节 “十一五”期间中国医药行业发展概况

##### 一、中国医药产业发展概述

##### 二、中国医药产业发展特点

##### 三、政策助推中国医药行业发展

##### 四、中医药产业国际化发展分析

##### 五、中国医药行业竞争力及可持续发展策略分析

#### 第二节 “十一五”期间中国医药行业发展状况分析

##### 一、2008年中国医药行业经济运行状况分析

##### 二、2008年中国医药行业企业发展状况分析

##### 三、2008年中国医药产业外贸形势分析

##### 四、2008年医药行业重要政策分析

#### 第三节 “十一五”期间中国医药行业发展状况分析

##### 一、2009年中国医药行业外部环境及影响因素分析

二、2009年1-8月中国医药保健品进出口形势分析

三、2009年1-9月中国中药进出口状况浅析

四、2009年中国医药行业经济运行分析

五、2009年中国医药行业遭遇反倾销情况

六、2009年中国医药商业发展盘点

七、2009年中国医药行业政策盘点

第四节 “十一五”期间中国相关政策对医药行业发展的影响

一、新医改系列方案出台时间表

二、新医改政策下中国医药行业扩容

三、新医改对医药产业链的影响分析

四、基本药物制度掀起医药行业新竞争

五、药价机制改革有利于医药行业发展

六、新版医保目录对医药行业的影响分析

七、新版GMP对医药行业影响分析

第二章 “十一五”期间中国非处方药（OTC）发展环境及政策回顾

第一节 2006年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2006年中国农业发展回顾

二、2006年中国工业和建筑业发展回顾

三、2006年中国固定资产投资发展回顾

四、2006年中国国内贸易发展回顾

五、2006年中国对外经济发展回顾

六、2006年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2006年中国教育和科学技术发展回顾

八、2006年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2006年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2006年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2006年中国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2007年中国农业发展回顾

二、2007年中国工业和建筑业发展回顾

三、2007年中国固定资产投资发展回顾

- 四、2007年中国国内贸易发展回顾
- 五、2007年中国对外经济发展回顾
- 六、2007年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2007年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2007年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2007年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2007年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2007年中国货币信贷环境发展回顾

### 第三节 2008年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2008年中国农业发展回顾
- 二、2008年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2008年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2008年中国国内贸易发展回顾
- 五、2008年中国对外经济发展回顾
- 六、2008年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2008年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2008年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2008年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2008年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2008年中国货币信贷环境发展回顾

### 第四节 2009年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2009年中国农业发展回顾
- 二、2009年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2009年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2009年中国国内贸易发展回顾
- 五、2009年中国对外经济发展回顾
- 六、2009年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2009年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2009年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2009年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2009年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2009年中国货币信贷环境发展回顾

### 第三章 “十一五”期间中国OTC药品市场动态分析

#### 第一节 “十一五”期间中国OTC市场概况

- 一、中国OTC市场产品格局
- 二、中国OTC市场发展特征
- 三、中国非处方药市场发展现状
- 四、促进中国OTC市场快速发展的因素
- 五、非处方药网络销售监管情况

#### 第二节 “十一五”期间中国OTC市场发展状况

- 一、2007年中国OTC市场状况分析
- 二、2008年中国OTC药物销售排名情况
- 三、2009年中国OTC药物销售排名情况
- 四、2009年新医改下对OTC市场影响分析

#### 第三节 “十一五”期间中国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 “十一五”期间中国OTC市场竞争分析

- 一、OTC市场竞争格局
- 二、外资药企欲抢滩中国OTC市场
- 三、外资企业进军中国OTC市场策略分析
- 四、外资OTC医药招标状况分析
- 五、中国OTC市场竞争策略分析

#### 第五节 “十一五”期间中国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

### 第四章 “十一五”期间中国感冒用药市场走势分析

#### 第一节 “十一五”期间中国感冒药市场发展概况

- 一、中国感冒药市场发展现状

- 二、影响感冒药购买行为的因素分析
  - 三、外资品牌在感冒药市场格局分析
  - 四、限售令政策对感冒药市场的影响分析
  - 五、医药企业掘金“甲流”市场
  - 六、感冒药市场竞争空白点有待挖掘
- 第二节 “十一五”期间中国感冒药危机发展分析

- 一、全球感冒药危机的起因
- 二、中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 “十一五”期间中国感冒药细分市场分析

- 一、中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、维C银翘片市场发展状况分析
- 四、感冒药复方氨酚烷胺市场发展分析

第四节 “十一五”期间中国部分地区感冒药市场

- 一、上海感冒用药零售市场分析
- 二、宁波感冒药零售市场特点分析
- 三、杭州感冒药零售市场的价格问题分析

第五章 “十一五”期间中国维生素行业发展状况透析

第一节 “十一五”期间中国维生素市场概况

- 一、维生素的概述
- 二、复合维生素在零售市场已占有重要地位
- 三、维生素细分市场发展分析
- 四、中国复合维生素产品市场发展现状
- 五、中国维生素类价格发展态势分析

第二节 “十一五”期间中国维生素出口分析

- 一、2008年中国维生素类产品出口情况分析
- 二、2009年维生素品种出口数据
- 三、2010年维生素出口形势分析

第三节 “十一五”期间中国维生素细分品种市场分析

- 一、中国维生素C市场现状分析
- 二、中国维生素E发展分析
- 三、中国B族维生素市场现状
- 四、维生素B1市场发展前景看好
- 五、维生素B2市场价格发展走势分析
- 六、维生素D3市场价格发展分析

## 第六章 “十一五”期间国内外其它OTC药品细分市场运行分析

### 第一节 “十一五”期间中国胃肠道用药市场分析

- 一、肠胃药零售市场分析
- 二、儿童肠胃药零售市场分析
- 三、中国胃药市场规模增长情况
- 四、2008年1-8月胃肠药广告投放分析

### 第二节 “十一五”期间中国皮肤用药市场概况

- 一、中国皮肤用药市场及品牌概况
- 二、2007年皮肤用药零售市场分析
- 三、2008年皮肤用药零售市场发展分析
- 四、皮肤药主要品种市场竞争格局分析

### 第三节 “十一五”期间五官用药市场行业发展概况

- 一、2008年1-8月五官科用药报刊广告投放分析
- 二、鼻炎药物零售市场调查分析
- 三、抗过敏性鼻炎用药市场现状分析
- 四、中国咽喉用药市场概况
- 五、咽喉用药市场产品力与品牌力的较量
- 六、中药在沈阳、济南咽喉用药市场占据主要地位

### 第四节 “十一五”期间解热镇痛药市场发展概述

- 一、国际炎性疼痛止痛药发展状况
- 二、英国对含可待因OTC镇痛药的新规定
- 三、中国解热镇痛药市场发展概况
- 四、解热镇痛药市场发展存在的问题
- 五、解热镇痛药市场发展对策

### 第五节 “十一五”期间钙制剂发展概述



- 一、全球营养保健品市场发展综述
- 二、国内外钙制剂市场概况
- 三、中国钙制剂市场内外资品牌的竞争局势分析
- 四、成都和上海钙制剂零售市场竞争格局分析
- 五、中国主要城市钙制剂产品零售情况调查分析
- 六、2013年世界营养产品原料市场需求预测
- 第六节 “十一五”期间中国心脑血管药发展概述
  - 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、中国调血脂药物市场发展分析
- 第七节 “十一五”期间中国妇科用药市场发展概述
  - 一、妇科用药市场发展状况分析
  - 二、妇科炎症用药零售市场快速发展
  - 三、成都妇科用药市场发展格局分析
- 第八节 “十一五”期间中国抗过敏药市场发展分析
  - 一、中国抗过敏药品市场发展分析
  - 二、2009年8月抗过敏药市场状况分析
  
- 第七章 “十一五”期间中国OTC市场营销策略分析
  - 第一节 “十一五”期间中国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、中国OTC营销渠道的主要模式
    - 四、2007年中国OTC市场品牌药营销状况
    - 五、新医改下OTC市场营销面临的机会
    - 六、中国OTC经典营销案例分析
    - 七、OTC药品营销发展要点与方向
  - 第二节 “十一五”期间中国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、消费者选择OTC药最关注的因素

五、城乡OTC市场消费情况比较分析

六、非处方药消费行为及心理的变化

七、OTC消费者保护与品牌建设分析

八、新形势下OTC消费者营销分析

九、OTC市场顾客满意营销策略分析

第三节 “十一五”期间中国OTC广告营销分析

一、OTC广告的作用

二、OTC广告成功的条件

三、非处方药市场广告投放动态分析

四、OTC广告营销八大策略

五、OTC市场营销广告与终端的平衡策略

第四节 “十一五”期间中国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品牌产品市场终端维价策略

第五节 “十一五”期间中国OTC市场营销策略

一、OTC市场产品运作营销策略

二、新医改政策下OTC药品营销策略分析

三、适应市场变化的非处方药营销策略

四、OTC产品终端营销的几个策略

五、OTC新产品选经销商遵循的原则

六、OTC市场正确运用渠道策略

七、后促销时代的OTC市场运作策略分析

第八章 “十一五”期间中国医药零售行业市场深度研究

第一节 “十一五”期间中国医药零售行业发展分析

一、美国药品零售业发展现状分析

二、中国药品零售业发展沿革

三、2008年中国药品零售市场发展分析

四、2008年中国药品零售市场产品销售情况分析

五、2009年1-9月中国药品零售市场发展简况

六、中国医药零售市场的发展潜力较大

七、医药零售经营的市场创新发展

第二节 “十一五”期间中国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 “十一五”期间中国医药零售连锁行业的发展

一、中国医药零售连锁市场格局发展回顾

二、零售连锁药店经营模式加速转型

三、2008年中国连锁药店直营与加盟模式发展分析

四、连锁药店行业南北发展差异分析

五、连锁药店欲抢占网上医药市场

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 “十一五”期间中国医药零售行业竞争分析

一、中国区域药品零售市场竞争形势分析

二、中国药品零售业掀起第二场价格战

三、新医改政策驱使零售业将成争夺焦点

四、中国药品零售业新进入者分析

五、新医药竞争环境下药品零售业竞争策略分析

第五节 “十一五”期间中国医药零售业联盟分析

一、中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 2005-2010年中国医药制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2010年（按季度更新）中国医药制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2010年（按季度更新）中国医药制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年医药制造盈利能力预测

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国医药制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年医药制造产品产销预测

第四节 2005-2010年（按季度更新）医药制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第十章 “十一五”期间国内OTC上市公司经营财务分析

第一节 北京同仁堂（集团）有限责任公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 三九医药股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析
- 第三节 江西江中药业股份有限公司
  - 一、公司基本情况概述
  - 二、2008-2010年公司成长性分析
  - 三、2008-2010年公司财务能力分析
  - 四、2008-2010年公司偿债能力分析
  - 五、2008-2010年公司现金流量分析表
  - 六、2008-2010年公司经营能力分析
  - 七、2008-2010年公司盈利能力分析
- 第四节 广州药业股份有限公司
  - 一、公司基本情况概述
  - 二、2008-2010年公司成长性分析
  - 三、2008-2010年公司财务能力分析
  - 四、2008-2010年公司偿债能力分析
  - 五、2008-2010年公司现金流量分析表
  - 六、2008-2010年公司经营能力分析
  - 七、2008-2010年公司盈利能力分析
- 第五节 山东东阿阿胶股份有限公司
  - 一、公司基本情况概述
  - 二、2008-2010年公司成长性分析
  - 三、2008-2010年公司财务能力分析
  - 四、2008-2010年公司偿债能力分析
  - 五、2008-2010年公司现金流量分析表
  - 六、2008-2010年公司经营能力分析
  - 七、2008-2010年公司盈利能力分析

## 第十一章 “十二五”期间世界及中国经济预测

### 第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势

- 一、“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长

- 二、 “十二五”期间经济全球化曲折发展
- 三、 “十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业
- 四、 “十二五”期间跨国投资再趋活跃
- 五、 “十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、 “十二五”期间美元地位继续削弱
- 七、 “十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

## 第二节 “十二五”期间中国经济面临的形势

- 一、 “十二五”期间中国经济将长期趋好
- 二、 “十二五”期间中国经济将围绕“三个转变”;
- 三、 “十二五”期间中国工业产业将全面升级
- 四、 “十二五”期间中国以绿色发展战略为基调

## 第三节 “十二五”期间中国对外经济贸易预测

- 一、 “十二五”期间中国劳动力结构预测
- 二、 “十二五”期间中国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、 “十二五”期间中国自主创新结构预测
- 四、 “十二五”期间中国产业体系预测
- 五、 “十二五”期间中国产业竞争力预测
- 六、 “十二五”期间中国经济国家化预测
- 七、 “十二五”期间中国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、 “十二五”期间人民币区域化和国际化预测
- 九、 “十二五”期间中国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、 “十二五”期间中国中小企业面临的外需环境预测

## 第十二章 “十二五”期间中国政策体系预测

### 第一节 “十二五”规划重点倾斜内容预测

- 一、 大消费
- 二、 高铁及城轨建设
- 三、 生产性服务
- 四、 战略新兴产业

### 第二节 “十二五”期间中国主要政策预测

- 一、 “十二五”期间将进一步劳动力市场政策
- 二、 “十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策

三、&ldquo;十二五&rdquo;期间将进一步丰富扩大就业的金融政策

四、&ldquo;十二五&rdquo;期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 &ldquo;十二五&rdquo;期间中国经济社会发展阶段预测

一、&ldquo;十二五&rdquo;期间中国将加速全面建设小康社会

二、&ldquo;十二五&rdquo;期间中国将全方位改革综合推进阶段

三、&ldquo;十二五&rdquo;期间中国工业化中期向工业化后期转变

第十三章 &ldquo;十二五&rdquo;期间中国经济将面临的问题及对策

第一节 &ldquo;十二五&rdquo;期间影响投资因素分析

一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析

二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析

三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析

四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 &ldquo;十二五&rdquo;期间中国经济稳定发展面临的问题

一、经济结构失衡

二、产业结构面临的问题

三、资本泡沫过度膨胀

四、收入差距进一步扩大

五、通货膨胀风险加剧

六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 &ldquo;十二五&rdquo;期间中国经济形势面临的问题

一、世界政治、经济格局的新变化

二、国际竞争更加激烈

三、投资的作用将下降

四、第三产业对经济增长的作用显著增加

五、迫切需要解决深层次体制机制问题

六、劳动力的供给态势将发生转折

第十四章 &ldquo;十二五&rdquo;期间中国区域经济面临的问题及对策

第一节 &ldquo;十二五&rdquo;期间促进区域协调发展的重点任务

一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制

二、培育多极带动的国土空间开发格局

三、积极开展全方位多层次的区域合作

四、创新各具特色的区域发展模式

五、建立健全区域利益协调机制

第二节 “十二五”期间中国区域协调发展存在的主要问题

一、空间无序开发问题依然比较突出

二、东中西产业互动关系有待进一步加强

三、落后地区发展仍然面临诸多困难

四、财税体制尚需完善

五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 “十二五”期间促进区域协调发展的政策建议

一、编制全国性的空间开发利用规划

二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架

三、制定基础产业布局战略规划

四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十五章 “十二五”期间中国非处方药（OTC）行业前景趋势分析

第一节 “十二五”期间中国医药行业的发展前景

一、中国医药市场发展空间巨大

二、2013年国内外药品市场规模预测

三、中国中药产业面临的发展机遇及趋势

四、中国生物医药产业发展前景分析

五、2010年医药外贸发展趋势浅析

六、2010年医药行业五大营销趋势分析

第二节 “十二五”期间中国OTC市场前景趋势分析

一、2010年中东欧OTC药品市场发展预测

二、中国OTC市场发展空间大

三、新医改下OTC市场面临的机会

四、OTC市场呈现两大趋势

五、非处方药物戒烟市场发展前景广阔

第十六章 “十二五”期间中国非处方药（OTC）行业面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间中国医药行业存在的问题及发展对策



一、中国医药行业存在的主要问题及对策

二、中国医药产业面临的突出问题及发展建议

三、中国中药产业存在的主要问题及对策

第二节 “十二五”期间中国OTC市场发展存在的问题

一、中国OTC市场存在的渠道问题

二、中国OTC市场的“潜规则”问题探析

三、中国OTC市场经营亟待规范

第三节 “十二五”期间中国OTC市场发展策略

一、中国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、中国OTC市场发展策略探析

五、OTC产品医院推广策略分析

第四节 “十二五”期间中国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、中西结合感冒药渐成市场发展方向

第五节 “十二五”期间中国维生素市场面临的问题及发展策略

一、中国维生素C遭遇美反垄断问题分析

二、中国维生素市场的营销策略

三、中国维生素市场前景广阔

图表名称：部分

图表 十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表 2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表 城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表 房地产投资需求拉动多个行业发展

图表 中国区域发展阶段差异概况

图表 金融危机以来中国出台的区域规划

图表 2008年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表 城市化进程的三个阶段

图表 不同城市化阶段及其特征

图表 2010-2015我国城市化水平预测

图表 国家战略性战略格局维度布局

图表 2010-2015各省城市化率变化情况

图表 “十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表 美国经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要耗能设施的生命周期

图表 不同领域对减排的贡献

图表 “十一五”各行业营收增长

图表 “十一五”各行业盈利增长

图表 “十一五”各行业ROE提升

图表 “十一五”各行业市场表现

图表 “十二五”规划预期重点及措施

图表 历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表 “一五”至“十一五”中国经济发展

图表 “十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表 2020年电源预计规模

图表 低碳技术创新和应用的路线图

图表 动力电池成本的国际比较

图表 我国动力电池技术与国际水平比较

图表 中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表 2006-2009年中国医药制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国医药制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国医药制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国医药制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国医药制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国医药制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年11月中国各省市医药制造行业企业数量统计表

图表 2010年11月中国各省市医药制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年11月底中国各省市医药制造行业资产统计表

图表 2010年11月底中国各省市医药制造行业资产分布图

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业工业总产值

图表 2010年1-11月中国各省市医药制造行业工业销售产值

图表 2010年医药制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司成长性分析

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司财务能力分析

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司经营效率分析

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司偿债能力分析

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司现金流量分析表

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司经营能力分析

图表 2008-2010年北京同仁堂（集团）有限责任公司盈利能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年三九医药股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年江西江中药业股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年广州药业股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年广州药业股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年广州药业股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年广州药业股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年广州药业股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年广州药业股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年广州药业股份有限公司盈利能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司成长性分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司财务能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司经营效率分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量分析表  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司经营能力分析  
图表 2008-2010年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析  
图表略 . . . . .

《“十一五”期间中国非处方药（OTC）需求调研及“十二五”市场盈利预测分析报告》系统全面的调研了非处方药产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/M93271ALCW.html>