



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年儿童感冒药市场专项调研及投资方向研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年儿童感冒药市场专项调研及投资方向研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/198027.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

相对于成人感冒药而言，小儿感冒药市场规模较小，可选择的品牌相对较少。目前市面一个显著的事实就是，除护彤、优卡丹等知名品牌外，常见的儿童感冒药多数是基于成人感冒药成功经验的基础上生产的。而成人感冒药和儿童感冒药之间，最显著的差别和特点就是成份。成人感冒药的某些成分对于儿童来说具有一定的伤害。我国目前药品市场的现况是成人感冒药市场已经处于饱和状态，而儿童感冒药市场的可发展空间巨大。许多已经销售成人感冒药的厂商，开始把重心放在儿童感冒药市场上。3岁以下儿童因肝、肾功能发育尚无完全，对药物反应尤为敏感，使用药品时须慎重，绝不可过量使用，以免造成不良后果，年长的儿童使用时，也应注意其使用剂量。

感冒药市场规模巨大，也是所有药品类别中市场竞争最激烈的。在感冒市场上竞争的国际国内强势品牌非常多。不过相对于成人感冒药而言，小儿感冒药市场规模较小，突出的强势品牌相对较少。很多更是基于成人感冒品牌的基础上推出儿童品牌，例如小儿泰诺等。儿童的体质娇弱、免疫系统尚未完善，儿童日常使用的产品在配方、工艺、用法、用量上都要格外细心和体贴。参考成人用量适当减量，然后用于体质较弱的儿童，虽然可能治好眼前的感冒病症，但成人药对于儿童身体潜在的损害却会长久留存。除此之外，感冒药副作用也应给予重视。经常使用抗生素，最后只会导致孩子产生抗药性，感冒难治，甚至产生影响孩子正常发育的副作用。目前临床上应用较为广泛的儿童感冒药主要有：小儿泰诺、优卡丹、护彤、好娃娃、小快克等。

中国感冒药市场中，成人感冒药占90%；儿童感冒药占约10%。西药感冒药约占感冒药市场的60%，中药感冒药约占40%。儿童感冒药应该具有很大的空间和商机。除"优卡丹"、"小快克"、"儿童泰诺"等少数药品外，儿童用感冒药品种匮乏，尤其是国产儿童用药更是凤毛麟角。我国每年感冒患儿高达5000万，开发儿童专用感冒药市场潜力巨大。儿童用感冒药市场需求有所增长现在市场上适合儿童服用的感冒药物比较少，很多厂家由于儿童感冒药技术改造成本高、不愿生产儿童感冒药制剂，导致了儿童感冒药的缺乏。儿童用感冒药物的需求呈增长趋势。儿童感冒药以冲剂和口服液为主，不仅口感好，也便于服用。虽然儿童感冒药市场容量相对于成人药物少得多，但其竞争激烈程度也小得多。有针对性地根据不同年龄段儿童的特点，合理地细分市场，相信儿童感冒药市场也有不错的发展前景。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年儿童感冒药市场专项调研及投资方向研究报告》共十一章。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、中国医药商业协会、中国医药协会、中国产业研究报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及糖尿病药物专业研究单位等公布和提供的大量资料。从儿童感冒药行业的现状、发展概

况、市场竞争格局、行业品牌企业、行业发展预测及投资策略几个方面对儿童感冒药行业进行了详细的叙述，并介绍了儿童感冒药行业里部分企业赢利状况。

本儿童感冒药行业报告，是儿童感冒药生产企业、儿童感冒药经营企业等企业和单位、计划投资于儿童感冒药的企业和个人等准确了解目前中国儿童感冒药市场发展动态，把握儿童感冒药行业发展趋势，制定市场策略的必备资料。

## 第一章 2011年世界儿童感冒药市场运行态势分析

### 第一节 2011年世界感冒药产业运行概况

- 一、世界感冒药运行特点分析
- 二、世界有关感冒药的标准分析
- 三、世界感冒药走势分析

### 第二节 2011年世界主要国家儿童感冒药市场动态分析

- 一、美国儿童感冒全用处方药
- 二、英国发布儿童用感冒药新建议
- 三、加拿大决定制定儿童感冒药标签
- 四、德国限购麻黄碱类药品
- 五、日本用药医生说了算

### 第三节 2011年世界儿童感冒药产业发展趋势分析

## 第二章 2011年中国儿童感冒药行业运行环境分析

### 第一节 2011年中国儿童感冒药行业政策环境分析

- 一、儿童感冒药政策分析 1
- 二、中国医药卫生体制改革
- 三、新医改对儿童感冒药行业的影响

### 第二节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

十三、中国医药产业在国民经济中的地位分析

第三节 2011年中国儿童感冒药行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、居民的各种消费观念和习惯

四、中国居民受教育程度

五、中国居民医疗水平

六、中国居民医疗消费情况分析

第三章 2011年中国儿童感冒药行业运行形势分析

第一节 2011年中国儿童感冒药行业发展综述

一、儿童感冒药产业回顾

二、儿童感冒药市场产销情况分析

三、儿童感冒药市场价格

第二节 2011年对中国儿童感冒药市场思考分析

一、儿童感冒药市场特点

二、儿童感冒药市场变化的方向

三、中国儿童药物不良反应率

第三节 2011年中国儿童感冒药产业发展存在的问题及策略分析

一、儿童用药存诸多安全隐患

二、儿童感冒药计量问题

三、中国儿童感冒药产业发展的新思路

四、对中国儿童感冒药产业发展的思考

第四章 2011年中国儿童感冒药细分产业发展动态分析

第一节 2011年中国儿童感冒药剂型构成分析

一、儿童感冒药颗粒剂

二、儿童感冒药口服液

三、儿童感冒药片剂

四、儿童感冒药滴剂

第二节 2011年中国儿童感冒药颗粒剂市场分析

一、儿童感冒药颗粒剂市场销售

二、儿童感冒药颗粒剂品牌竞争

第三节 2011年中国儿童感冒药口服液市场分析

一、儿童感冒药口服液市场销售 1

二、儿童感冒药口服液品牌竞争

第四节 2011年中国儿童感冒药片剂市场分析

一、儿童感冒药片剂市场

二、儿童感冒药片剂品牌竞争

第五节 2011年中国儿童感冒药滴剂市场分析

一、儿童感冒药滴剂市场

二、儿童感冒药滴剂品牌竞争

第五章 2007-2011年中国医药制造行业数据监测分析

第一节 2007-2011年中国医药制造行业规模分析

一、企业数量增长分析 1

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011年中国医药制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2007-2011年中国医药制造业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2011年中国医药制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计 2

第五节 2007-2011年中国医药制造行业盈利能力分析

## 第六章 2011年中国儿童常见感冒药市场销售同比分析

### 第一节 板蓝根冲剂

- 一、药剂特点及成份
- 二、服用剂量及副作用
- 三、市场价格分析
- 四、板蓝根在儿童感冒药市场销售情况

### 第二节 仁和优卡丹

- 一、仁和优卡丹药成份
- 二、仁和优卡丹药临床效果
- 三、用药剂量及副作用
- 四、仁和优卡丹价格
- 五、市场销售情况

### 第三节 小快克

- 一、"小快克"是针对儿童感冒使用的新型感冒药
- 二、药剂成份及口感
- 三、市场价格
- 四、市场销售情况及竞争力分析

### 第四节 白加黑感冒片

- 一、药剂成份及副作用
- 二、市场价格
- 三、市场销售情况及竞争力分析

### 第五节 小儿护彤感冒颗粒

- 一、药剂成份及副作用
- 二、市场价格
- 三、市场销售情况及竞争力分析

### 第六节 小儿泰诺

- 一、药剂成份及副作用
- 二、市场价格
- 三、市场销售情况及竞争力分析

### 第七节 好娃娃

- 一、药剂成份及副作用
- 二、市场价格

### 三、市场销售情况及竞争力分析

## 第七章 2011年中国儿童感冒药21城市消费调研

### 第一节 儿童感冒及并发症

#### 一、儿童感冒类型

#### 二、儿童感冒并发症

### 第二节 儿童感冒药基础概况

#### 一、儿童感冒药市场消费特征

#### 二、儿童感冒药消费心理

#### 三、儿童感冒药消费能力

### 第三节 儿童感冒药消费行为调研

#### 一、消费者对儿童感冒药治疗方法的选择及占比（西药、片剂、中成药、其它）

#### 二、消费者对儿童感冒药口感关注度

#### 三、影响消费者选择儿童感冒药因素调研（品牌、价格）

#### 四、消费者对儿童感冒药品牌认知及满意度调查

#### 五、消费者治疗儿童感冒的花费

#### 六、消费者青睐主流儿童感冒药品牌

#### 七、主流感冒药品牌形象特色鲜明

#### 八、家中常备儿童感冒药调研

### 第四节 2011年中国药连锁药店儿童感冒药销售情况分析

#### 一、重庆和平药房连锁有限公司

#### 二、国药控股国大药房有限公司

#### 三、重庆桐君阁大药房连锁

#### 四、深圳一致

#### 五、中联大药房

#### 六、老百姓大药房连锁有限公司

#### 七、广东大参林连锁药店有限公司

#### 八、辽宁成大方圆

#### 九、黄庆仁栈药店

#### 十、海王星辰

## 第八章 2011年中国儿童感冒药行业市场竞争格局分析

## 第一节 2011年中国儿童感冒药行业竞争现状分析

### 一、儿童感冒药行业集中度

### 二、儿童感冒药竞争激烈

## 第二节 2011年中国儿童感冒药产业研发力分析

### 一、儿童感冒药产业研发重要性

### 二、中国儿童感冒药研发力问题

## 第三节 2011年中国儿童感冒药企业竞争策略分析

## 第九章 2011年中国儿童感冒药重点企业经营财务数据分析

### 第一节 三九医药股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第二节 北京同仁堂股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第三节 广州白云山制药股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第四节 上海强生制药有限公司

#### 一、企业概况

## 二、公司主要产品介绍

## 三、2010-2011年公司经营动态

### 第五节 远达药业集团哈尔滨一洲制药有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、公司主要产品介绍

### 第六节 四川蜀中医药集团河南昊海药业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、公司主要产品介绍

### 第七节 浙江万联药业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、公司主要产品介绍

### 第八节 江西铜鼓仁和制药有限公司

#### 一、企业概况 3

#### 二、公司主要业务介绍

### 第九节 拜耳医药保健有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2010-2011年经营状况

#### 三、2012-2016年发展战略

### 第十节 中美上海施贵宝制药有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2010-2011年经营状况

#### 四、2012-2016发展战略

## 第十章 2012-2016年中国儿童感冒药行业发展前景预测分析

### 第一节 2012-2016年中国儿童感冒药产品发展趋势预测分析

#### 一、儿童感冒药行业走势分析

#### 二、儿童感冒药行业发展方向分析

### 第二节 2012-2016年中国儿童感冒药行业市场发展前景预测分析

#### 一、儿童感冒药供给预测分析

#### 二、儿童感冒药需求预测分析

#### 三、儿童感冒药市场竞争格局预测分析

### 第三节 2012-2016年中国儿童感冒药行业市场盈利能力预测分析

## 第十一章 2012-2016年中国儿童感冒药行业投资前景预测

### 第一节 2012-2016年中国儿童感冒药行业投资机会分析

#### 一、儿童感冒药行业吸引力分析

#### 二、儿童感冒药行业区域投资潜力分析

### 第二节 2012-2016年中国儿童感冒药行业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、技术风险

#### 三、其它风险

### 第三节 艾凯数据研究中心投资建议

## 图表目录

图表：2011年1月居民消费价格指数

图表：2011年2月居民消费价格指数

图表：2011年3月居民消费价格指

图表：2011年4月居民消费价格指

图表：2011年5月居民消费价格指数

图表：2011年6月居民消费价格指

图表：2011年7月居民消费价格指数

图表：2011年8月居民消费价格指数

图表：2011年9月居民消费价格指数

图表：2011年10月居民消费价格指数

图表：2011年11月居民消费价格指数

图表：2011年1月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年2月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年3月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年4月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年5月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年6月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年7月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年8月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年9月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年10月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年11月工业生产者出厂价格指数

图表：2011年全国城乡居民收入

图表：2011年全国农村居民收入结构

图表：2011年全国城镇居民收入结构

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况

图表：1978-2010年城乡居民收入比

图表：2001-2010年中国恩格尔系数

图表：2001-2010年中国恩格尔系数走势

图表：2011年12月份规模以上工业生产主要数据

图表：2010-2011年全国规模以上工业增加值增速

图表：2010-2011年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速

图表：2010-2011年全国发电量统计

图表：2010-2011年全国钢材统计

图表：2010-2011年全国水泥统计

图表：2010-2011年全国原油加工量统计

图表：2010-2011年全国十种有色金属统计

图表：2010-2011年全国乙烯统计

图表：2010-2011年全国汽车统计

图表：2010-2011年全国轿车统计

图表：2011年固定资产投资主要情况

图表：2011年各地区固定资产投资（不含农户）

图表：2011年固定资产投资（不含农户）增速

图表：2011年固定资产投资资金来源增速

图表：2011年东、中、西部地区固定资产投资增速

图表：2011年7月人民币存款利率表

图表：2011年7月人民币贷款利率表

图表：2011年社会消费品零售总额情况

图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化趋势

图表：2011年末各年龄段人口比重

图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况

图表：2006-2011年出生人口性别比变化情况

图表：感冒药成分中2种成分一起出现的频率分析

图表：常见疾病

图表：常服药品类别

图表：儿童常用抗感冒药及其成分

图表：常用抗感冒药及其成分

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：2011年儿童感冒药颗粒剂市场规模

图表：2011年儿童感冒药口服液市场规模

图表：2011年儿童感冒药片剂市场规模

图表：2011年儿童感冒药滴剂市场规模

图表：2011年医药制造业企业单位数

图表：2011年医药制造业亏损企业

图表：2011年医药制造业从业人员平均数

图表：2011年医药制造业资产情况

图表：2011年医药制造业流动资产情况

图表：2011年1-11月医药制造业不同规模企业单位数

图表：2011年1-11月不同所有制企业单位数全国统计

图表：2011年1-9月医药制造业不同规模企业主营业务收入

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入全国合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入四川省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入贵州省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入云南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入西藏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入陕西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入甘肃省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入青海省合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入宁夏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业不同所有制企业主营业务收入新疆区合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品全国合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品北京市合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品天津市合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品河北省合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品陕西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品甘肃省合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品青海省合计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品宁夏区计

图表：2011年1-9月医药制造业产成品新疆区合计

图表：2011年1-11月医药制造业工业销售产值全国合计

图表：2011年1-11月医药制造业出口交货值陕西省合计

图表：2011年1-11月医药制造业出口交货值甘肃省合计

图表：2011年1-11月医药制造业出口交货值宁夏区合计

图表：2011年1-11月医药制造业出口交货值新疆区合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本全国合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本北京市合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本天津市合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本河北省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本山西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本内蒙古区合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本辽宁省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本吉林省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务收入成本黑龙江省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本上海市合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本江苏省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本浙江省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本安徽省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本福建省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本江西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本山东省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本河南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本湖北省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本湖南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本广东省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本广西区合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本海南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本重庆市合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本四川省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本贵州省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本云南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本西藏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本陕西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本甘肃省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本青海省合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本宁夏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业主营业务成本新疆区合计

图表：2011年1-9月医药制造业营业费用统计

图表：2011年1-9月医药制造业管理费用统计

图表：2011年1-9月医药制造业财务费用统计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额全国合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额北京市合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额天津市合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额河北省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额山西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额内蒙古区合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额辽宁省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额吉林省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额黑龙江省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额上海市合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额江苏省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额浙江省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额安徽省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额福建省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额江西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额山东省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额河南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额湖北省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额湖南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额广东省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额广西区合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额海南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额重庆市合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额四川省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额贵州省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额云南省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额西藏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额陕西省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额甘肃省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额青海省合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额宁夏区合计

图表：2011年1-9月医药制造业利润总额新疆区合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量全国合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量北京市合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量天津市合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量河北省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量山西省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量内蒙古合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量辽宁省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量吉林省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量黑龙江合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量上海市合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量江苏省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量浙江省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量安徽省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量福建省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量江西省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量山东省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量河南省合计

图表：2011年1-12月化学药品原药产量湖北省合计

图表：消费者感冒年平均次数情况

图表：消费者感冒治疗措施情况

图表：消费者选择使用感冒药的情况

图表：消费者感冒药的选择的途径

图表：消费者选择感冒药的类型情况

图表：消费者感冒药功能关注情况

图表：消费者选择抗生素类药品治疗感冒情况

图表：消费者一次感冒的治疗费用情况

图表：消费者家中常备感冒药情况

图表：消费者感冒药副作用情况

图表：消费者选择感冒药考虑因素

图表：消费者经常使用感冒药情况

图表：购买儿童感冒药所考虑的关键因素

图表：2010-2011年度重庆和平药房连锁有限责任公司销售额

图表：2010-2011年度国药控股国大药房有限公司销售额

图表：2010-2011年度重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司销售额

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司主营构成

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司每股指标

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司获利能力

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司经营能力

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司偿债能力

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司资本结构

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司发展能力

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司现金流量

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司主营业务收入

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司主营业务利润

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司营业利润

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司利润总额

图表：2010-2011年深圳一致药业股份有限公司净利润

图表：2010-2011年度深圳市中联大药房有限公司销售额

图表：2010-2011年度老百姓大药房连锁有限公司销售额

图表：2010-2011年度广东大参林连锁药店有限公司销售额

图表：2010-2011年度辽宁成大方圆医药连锁有限公司销售额

图表：2010-2011年度江西黄庆仁栈华氏大药房有限公司销售额

图表：2010-2011年度中国海王星辰连锁药店有限公司销售额

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司主营构成

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司每股指标

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司资本结构

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司现金流量

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司主营业务收入

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司主营业务利润

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司营业利润

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司利润总额

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司净利润

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司获利能力

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司偿债能力

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司经营能力

图表：2010-2011年华润三九医药股份有限公司成长能力

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司主营构成

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司每股指标

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司资本结构

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司现金流量

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司主营业务收入

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司主营业务利润

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司营业利润

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司利润总额

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司净利润

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司获利能力

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司偿债能力

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司经营能力

图表：2010-2011年北京同仁堂股份有限公司发展能力

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司主营构成

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司每股指标

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司资本结构

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司现金流量

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司主营业务收入

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司主营业务利润

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司营业利润

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司利润总额

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司净利润

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司获利能力

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司偿债能力

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司经营能力

图表：2010-2011年广州白云山制药股份有限公司发展能力

图表：2012年儿童感冒药市场供给预测

图表：2012年儿童感冒药市场需求预测

通过《2012-2016年儿童感冒药市场专项调研及投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/198027.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。