



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国血液制品产业 研究与未来发展趋势报告

一、调研说明

《2015-2020年中国血液制品产业研究与未来发展趋势报告》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/249132.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

血液制品行业发展的关键之一就是血浆资源的储备和控制。虽然2011贵州关停16家采血浆厂未对国内血液制品市场造成较大震荡，但受库存消耗、新建浆站利用率不足、部分企业停产（如贵州泰邦、广州卫伦生物等停产升级改造、上海莱士因水灾停产）等影响，2013年中国血液制品行业投浆量同比下降2.8%，批发签总量同比下滑7%。

不过一些小品种血液制品批签发量仍保持了较高增长，如需求一直紧俏的人凝血因子VIII。2013年山东泰邦、上海所的人凝血因子VIII批签发上市，使得同期该产品批签发总量达到52.6万瓶，同比增长44.5%。

由于中国血液制品市场需求旺盛，2013年中国进口人血白蛋白批签发总量达到1439万瓶（折合10g/瓶），同比增长24.1%，占同期人血白蛋白批签发总量的53.4%（2012年为45.3%）。Behring、Baxter、基立福和奥克特珐玛以绝对优势，仍占据中国人血白蛋白进口企业前四位。

虽然产销量同比略有下滑，但是由于血液制品价格上涨（如纤维蛋白原、凝血因子 最高零售价在2013年同比上涨50%以上），2013年中国主要血液制品企业营业收入基本保持了稳定增长。投浆量合计占比60%的中国生物制品、华兰生物、天坛生物、上海莱士、远大蜀阳，2013年其血液制品合计销售收入约42亿元，同比增长13.5%。不过，由于水灾停产，2013年上海莱士营业收入仅有4.96亿元，同比下滑25.1%。

由于国家政策扶持以及市场高景气度吸引，有资质的中国血液制品企业均在积极兴建新浆站，并且部分企业新浆站有望于2014年底前开始采浆。2014年6月，中原瑞德（人福医药控股100%）赤壁瑞祥单采血浆站获得采浆批准；2014年5月，华兰生物河南滑县浆站获批设站；2014年4月，河北大安（沃森生物控股90%）魏县浆站进行了现场GMP认证；2013年底，广东双林生物的隰县血站、绛县血站完成建设。

此外，由于卫生部规定，血液制品生产单位注册的血液制品少于6个品种的，承担国家计划免疫任务的血液制品生产单位少于5个品种的，不得申请设置新的单采血浆站。因此，部分血液制品优势企业正通过收购那些产品结构单一但拥有浆站的小型企业来进一步提高其竞争力。2013年6月，博雅生物收购浙江海康32%的股权，海康生物拥有2个浆站，其参股41.98%的新疆德源拥有6个浆站。2013年3月，上海莱士着手以18亿元收购郑州邦和（现名郑州莱士），2014年1月完成资产交割。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国血液制品产业研究与未来发展趋势报告》共五章。介绍了血液制品行业相关概述、中国血液制品产业运行环境、分析了中国血液制品行业的现状、中国血液制品行业竞争格局、对中国血液制品行业做了重点企业经营状况分析及中国血液

制品产业发展前景与投资预测。

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家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。

第一章 血液制品行业概述

1.1血液制品定义

1.2血液制品分类

1.3重组血液制品

1.4血液制品产业链

1.5血液制品特点

第二章 中国血液制品行业总体概述

2.1市场规模

2.2发展现状

2.3 市场供需

2.3.1 市场供给

2.3.2 市场需求

2.4 市场竞争

2.5运行环境

2.5.1国际市场

2.5.2政策环境

2.5.3国内生物制药市场

2.6进出口分析

第三章 中国血液制品细分市场分析

3.1人血白蛋白

3.1.1 市场供需

3.1.2 竞争格局

3.1.3 发展前景

3.2静注人免疫球蛋白（ph4）

3.2.1 市场供需

3.2.2竞争格局

3.3凝血因子VIII

3.3.1 市场供需

3.3.2 竞争格局

3.3.3 发展前景

3.4乙肝免疫球蛋白

3.4.1 市场供需

3.4.2竞争格局

3.5人免疫球蛋白

3.5.1 市场供需

3.5.2 竞争格局

3.6人凝血酶原复合物

3.6.1 市场供需

3.6.2竞争格局

3.7破伤风免疫球蛋白

3.7.1 市场供需

3.7.2竞争格局

3.8狂犬病人免疫球蛋白

3.8.1 市场供需

3.8.2 竞争格局

第四章 中国主要厂商

4.1中国生物制品有限公司

4.1.1公司介绍

4.1.2经营状况

4.1.3 营收构成

4.1.4 客户及供应商

4.1.5 研发与投资

4.1.6 山东泰邦生物制品有限公司

4.1.7 贵州泰邦生物制品有限公司

4.1.8 西安回天血液制品有限责任公司

4.1.9 前景及预测

4.2华兰生物工程股份有限公司

4.2.1公司介绍

4.2.2 经营状况

4.2.3 营收构成

4.2.4 毛利率

4.2.5 客户及供应商

4.2.6 研发及投资

4.2.7 血液制品

4.2.8 前景及预测

4.3上海莱士血液制品股份有限公司

4.3.1 公司介绍

4.3.2 经营状况

4.3.3 营收构成

4.3.4 毛利率

4.3.5 客户及供应商

4.3.6 研发及投资

4.3.7 前景及预测

4.4北京天坛生物制品股份有限公司

4.4.1公司介绍

4.4.2 经营状况

4.4.3 营收构成

4.4.4 毛利率

4.4.5 客户及供应商

4.4.6 研发与投资

4.4.7 血液制品(成都蓉生药业有限公司)

4.4.8 前景及预测

4.5振兴生化股份有限公司

4.5.1 公司介绍

4.5.2 经营状况

4.5.3 营收构成

4.5.4 毛利率

4.5.5 客户及供应商

4.5.6 研发及投资

4.5.7 血液制品（广东双林生物制药有限公司）

4.5.8 前景及预测

4.6江西博雅生物制药有限公司

4.6.1公司介绍

4.6.2经营状况

4.6.3 营收构成

4.6.4 毛利率

4.6.5 客户及供应商

4.6.6 研发及投资

4.6.7 前景及预测

4.7四川远大蜀阳药业股份有限公司

4.7.1公司介绍

4.7.2血液制品业务

4.8上海生物制品研究所

4.8.1公司介绍

4.8.2血液制品业务

4.9山西康宝生物制品股份有限公司

4.9.1公司介绍

4.9.2血液制品业务

4.10绿十字

4.10.1公司介绍

4.10.2血液制品业务

4.11 武汉人福医药集团股份有限公司

4.11.1公司简介

4.11.2 经营状况

4.11.3 血液制品（武汉中原瑞德生物制品有限责任公司）

4.12 云南沃森生物技术股份有限公司

4.12.1 公司简介

4. 12.2 经营状况

4.12.3 血液制品（河北大安制药有限公司）

第五章 总结与预测

5.1 公司分析

5.2 发展预测

图表目录：

图：血液的基本组成

表：血液制品的分类及作用

表：基因重组类血制品与传统血制品对比

表：国内外重组血液制品产品种类及对比

图：血液制品产业链

表：2013年中国部分血液制品价格

图：2014-2015年中国血液制品市场规模

表：2014-2015年中国血液制品（分产品）批签发量

图：2014-2015年中国血液制品产品结构(按批签发量计)

图：2012-2013年中国年投浆量

图：截止2014年6月中国血浆站资源地域分布

表：中国主流血液制品医保覆盖情况

表：中国与发达国家血液制品人均使用量的对比

表：2013年中国主要血液制品企业血浆站分布、投浆量及血液制品业务收入

图：全球血液制品产品结构

表：国外上市的血液制品

表：目前国外正在进行的新适应症临床试验

表：全球血液制品生产商

表：中国血液制品主要政策

图：2014-2015年中国人血白蛋白价格

图：2014-2015年中国人血白蛋白国产与进口比例（按批签发量计）

表：2014-2015年中国人血白蛋白主要厂商市场份额（按批签发量计）

表：2014年中国与美国静注人免疫球蛋白消耗量比较

图：2014-2015年中国静丙（ph4）的批签发数量及增长率

图：中国与其他国家静丙（ph4）价格对比

图：2014-2015年中国静注人免疫球蛋白主要厂商市场份额（按批签发量计）

图：2014-2015年中国凝血因子VIII批签发数量及增长率

图：2014-2015年中国人凝血因子VIII厂商市场份额（按批签发量计）

表：人源性凝血因子VIII与重组凝血因子VIII的比较

图：2014-2015年中国乙肝免疫球蛋白的批签发数量及增长率

图：2014-2015年中国乙肝免疫球蛋白市场主要厂商市场份额（按批签发量计）

表：2013年中国各剂型人免疫球蛋白价格

图：2014-2015年中国人免疫球蛋白批签发数量及增长率

图：2014-2015年中国人免疫球蛋白批签发量主要厂商市场份额（按批签发量计）

图：2014-2015年中国人凝血酶原复合物批发签量及增长率

图：2014-2015年中国人凝血酶原复合物厂商市场份额（按批签发量计）

图：2014-2015年中国破伤风免疫球蛋白批签发数量及增长率

图：2014-2015年中国破伤风免疫球蛋白主要厂商市场份额（按批签发数量计）

图：2014-2015年中国狂犬病人免疫球蛋白批签发数量及增长率

图：2014-2015年中国狂犬病人免疫球蛋白主要厂商市场份额（按批签发量计）

图：截至2013年底中国生物制品股权结构图

图：2014-2015年中国生物制品营业收入和营业利润

图：2014-2015年中国生物制品毛利率

表：2014-2015年中国生物制品（分产品）营业收入

图：2014-2015年中国生物制品（分产品）营业收入构成

图：2014-2015年中国生物制品前五客户收入贡献及占总营业收入的比重

图：2014-2015年中国生物制品研发投入及占营业收入的比重

表：截止2013年底中国生物制品在研新品

表：2014-2015年山东泰邦血液制品批签发量

表：2014-2015年贵阳黔峰血液制品批签发量

表：2014-2015年西安回天血液制品批签发量

图：2012-2017年中国生物制品营业收入与营业利润

图：2014-2015年华兰生物营业收入和营业利润

表：2014-2015年华兰生物（分行业）营业收入

表：2014-2015年华兰生物（分产品）营业收入

表：2014-2015年华兰生物（分产品）毛利率

图：2014-2015年华兰生物前五客户收入贡献及占总营业收入的比重

图：2014-2015年华兰生物前五供应商采购金额及占总采购金额的比重

图：2014-2015年华兰生物研发投入及占营业收入的比重

表：华兰生物血液制品种类及规格

表：截止2014年5月华兰生物采浆站分布

表：2014-2015年华兰生物血液制品批发签量

图：2014-2015年华兰生物血液制品营业收入及毛利率

表：2014-2015年华兰生物血液制品（分产品）营业收入及毛利率

图：2014-2017年华兰生物营业收入与营业利润

表：截止2013年底上海莱士血浆站分布情况

图：2014-2015年上海莱士营业收入和营业利润

表：2014-2015年上海莱士血液制品批发签量

表：2014-2015年上海莱士（分产品）主营业务收入

表：2014-2015年上海莱士（分地区）营业收入

图：2014-2015年上海莱士（分产品）毛利率

图：2014-2015年上海莱士前五客户收入贡献及其占比

图：2014-2015年上海莱士前五供应商采购额占总采购金额的比重

图：2014-2015年上海莱士研发投入及占营业收入的比重

图：2012-2017年上海莱士营业收入与营业利润预测

表：2013年天坛生物主要参股公司及其营收、净利润

图：2014-2015年天坛生物营业收入和营业利润

图：2014-2015年天坛生物（分行业）营业收入

表：2014-2015年天坛生物（分地区）营业收入

图：2014-2015年天坛生物（分行业）毛利率

图：2014-2015年天坛生物前五供应商及其采购金额占总采购金额比重

图：2014-2015年天坛生物前五客户收入贡献及占总营业收入的比重

表：2013年天坛生物前五客户名称、收入贡献及其占比

图：2014-2015年天坛生物研发成本及占营业收入的比重

表：截至2013年底天坛生物采浆站分布

图：2014-2015年天坛生物血液制品营业收入及毛利率

表：2014-2015年成都蓉生和天坛重庆血液制品批发签量

图：2012-2017年天坛生物营业收入与营业利润

图：2014-2015年ST生化营业收入与营业利润

表：2014-2015年ST生化（分产品）主营业务收入

表：2014-2015年ST生化（分产品）毛利率

图：2014-2015年ST生化前五客户收入贡献及占同期营业收入的比重

表：2013年ST生化前五供应商购金额及占同期采购总额的比重

图：2014-2015年ST生化研发投入及占同期营业收入的比重

表：截至2013年底ST生化在研产品进度

图：2014-2015年双林生物投浆量

表：截至2013年底双林生物采浆站分布

表：2014-2015年双林生物血液制品批发签量

图：2014-2015年ST生化血液制品营业收入与毛利率

图：2012-2017年ST生化营业收入与营业利润预测

图：2014-2015年博雅生物采浆量

图：2014-2015年博雅生物营业收入和营业利润

表：2014-2015年博雅生物（分产品）营业收入

表：2014-2015年博雅生物主要血液制品批签发量

表：2014-2015年博雅生物（分地区）主营业收入

图：2014-2015年博雅生物（分产品）毛利率

图：2014-2015年博雅生物前五客户收入贡献及占营业收入的比重

表：2013年博雅生物前五客户名称、收入贡献及占比

图：2014-2015年博雅生物前五供应商采购金额及占总采购金额的比重

图：2014-2015年博雅生物研发投入及占营业收入比重

图：2012-2017年博雅生物营业收入与营业利润预测

表：截止2013年底蜀阳药业血浆站分布

表：2014-2015年远大蜀阳血液制品批签发量

表：2014-2015年上海所血液制品批签发量

表：截止2014年底上海所血浆站分布

表：截止2013年底山西康宝血浆站分布

表：2014-2015年康宝生物血液制品批签发量

表：截止2013年底绿十字（中国）血浆站分布

表：2014-2015年绿十字（中国）血液制品批签发量

图：2014-2015年人福医药营业收入与营业利润

表：2014-2015年武汉瑞德血液制品批发签量

图：沃森生产产业布局

图：2014-2015年沃森生物营业收入与营业利润

表：2014-2015年沃森生物（分行业）营业收入

图：截止2014年6月中国主要血液制品企业浆站分布

图：2013年中国主要血液制品企业投浆量

图：2014-2015年中国主要血液制品企业的血液制品收入

表：中国血液制品生产企业产品线对比

图：2012-2017年中国血液制品市场规模

图：2014-2015年中国主要血液制品企业毛利率

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249132.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）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提供专业投资咨询报告、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。