



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国大输液市场监 测及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国大输液市场监测及发展趋势研究报告》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/251370.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

### 第一章 大输液发展概况 10

#### 第一节 产品基本情况 10

#### 第二节 产品包装分类 10

#### 第三节 产品用途分类 12

#### 第四节 行业发展周期分析 13

#### 第五节 产品结构调整分析 13

### 第二章 2014年大输液行业发展环境分析 15

#### 第一节 中国经济发展环境分析 15

##### 一、中国GDP增长情况分析 15

##### 二、工业经济发展形势分析 16

##### 三、全社会固定资产投资分析 17

##### 四、城乡居民收入与消费分析 18

##### 五、对外贸易的发展形势分析 19

#### 第二节 中国大输液行业政策环境分析 20

##### 一、大输液相关行业政策 20

##### 二、上游产业政策影响 21

##### 三、下游产业政策影响 22

##### 四、进出口政策影响分析 23

#### 第三节 中国大输液行业技术环境分析 24

##### 一、大输液技术发展概况 24

##### 二、大输液技术工艺流程 25

##### 三、大输液技术水平与技术特点 27

### 第三章 2013-2014年中国大输液市场供需分析 28

#### 第一节 中国大输液市场供给状况 28

##### 一、2010-2014年中国大输液产量分析 28

##### 二、2015-2020年中国大输液产量预测 28

#### 第二节 中国大输液市场需求状况 29

##### 一、2010-2014年中国大输液需求分析 29

## 二、2015-2020年中国大输液需求预测 30

### 第三节 中国大输液市场价格状况 30

#### 一、2010-2014年中国大输液价格分析 30

#### 二、2015-2020年中国大输液价格预测 31

## 第四章 2014年大输液区域市场需求分析 32

### 第一节 华东 32

### 第二节 华北 32

### 第三节 东北 33

### 第四节 华南 33

### 第五节 华中 34

### 第六节 西部 34

## 第五章 2013-2014年大输液行业相关产业分析 36

### 第一节 大输液行业产业链概述 36

### 第二节 大输液上游产业发展状况分析 36

#### 一、药用辅料市场分析 36

#### 二、包装材料市场分析 41

### 第三节 大输液下游产业发展情况分析 42

#### 一、医疗卫生机构数量统计 42

#### 二、医疗卫生机构服务分析 45

#### 三、医疗卫生行业需求状况分析 49

#### 四、医疗卫生行业发展前景分析 50

## 第六章 2011-2014年大输液进出口数据分析 51

### 第一节 2011-2014年大输液进口分析 51

#### 一、大输液进口数量情况 51

#### 二、大输液进口金额分析 51

#### 三、大输液进口来源分析 52

#### 四、大输液进口价格分析 53

### 第二节 2011-2014年大输液出口分析 54

#### 一、大输液出口数量情况 54

- 二、大输液出口金额分析 54
- 三、大输液出口流向分析 55
- 四、大输液出口价格分析 57

## 第七章 大输液主要生产厂商竞争力分析 58

### 第一节 四川科伦药业股份有限公司 58

- 一、企业基本情况 58
- 二、企业经营情况分析 58
- 三、企业经济指标分析 59
- 四、企业盈利能力分析 60
- 五、企业偿债能力分析 60
- 六、企业运营能力分析 61
- 七、企业成本费用分析 61

### 第二节 华润双鹤药业股份有限公司 62

- 一、企业基本情况 62
- 二、企业经营情况分析 62
- 三、企业经济指标分析 63
- 四、企业盈利能力分析 64
- 五、企业偿债能力分析 64
- 六、企业运营能力分析 65
- 七、企业成本费用分析 65

### 第三节 华仁药业股份有限公司 66

- 一、企业基本情况 66
- 二、企业经营情况分析 66
- 三、企业经济指标分析 67
- 四、企业盈利能力分析 68
- 五、企业偿债能力分析 68
- 六、企业运营能力分析 69
- 七、企业成本费用分析 69

### 第四节 西南药业股份有限公司 70

- 一、企业基本情况 70
- 二、企业经营情况分析 70

三、企业经济指标分析	71
四、企业盈利能力分析	72
五、企业偿债能力分析	72
六、企业运营能力分析	73
七、企业成本费用分析	73
第五节 安徽丰原药业股份有限公司	74
一、企业基本情况	74
二、企业经营情况分析	75
三、企业经济指标分析	76
四、企业盈利能力分析	76
五、企业偿债能力分析	76
六、企业运营能力分析	77
七、企业成本费用分析	77
第六节 北京费森尤斯卡比医药有限公司	78
一、企业基本情况	78
二、企业主要产品分析	78
三、企业竞争优势分析	79
四、企业经营情况分析	80
五、企业发展战略分析	81
第七节 山东鲁抗辰欣药业有限公司	81
一、公司基本情况	81
二、企业主要产品分析	82
三、企业经营情况分析	83
四、企业竞争优势分析	83
五、企业营销网络分析	84
第八节 华瑞制药有限公司	85
一、公司基本情况	85
二、企业主要产品分析	85
三、企业经营情况分析	86
四、企业竞争优势分析	86
五、企业发展战略分析	87
第九节 三菱制药（广州）有限公司	87

一、公司基本情况	87
二、企业主要产品分析	88
三、企业经营情况分析	88
四、企业竞争优势分析	89
五、企业发展战略分析	90
第十节 山东华鲁制药有限公司	90
一、公司基本情况	90
二、企业主要产品分析	90
三、企业经营情况分析	91
四、企业竞争优势分析	92
五、企业发展战略分析	93
第十一节 石家庄四药有限公司	93
一、企业基本情况	93
二、企业主要产品分析	93
三、企业经营情况分析	94
四、企业营销网络分析	95
五、企业竞争优势分析	95
第十二节 天津天安药业股份有限公司	96
一、企业基本情况	96
二、企业主要产品分析	96
三、企业经营情况分析	97
四、企业营销网络分析	98
五、企业竞争优势分析	98
第十三节 陕西济生制药有限公司	99
一、企业基本情况	99
二、企业主要产品分析	99
三、企业经营情况分析	100
四、企业竞争优势分析	101
第十四节 赤峰荣济堂药业有限公司	101
一、公司基本情况	101
二、企业主要产品分析	102
三、企业竞争优势分析	102

## 第八章 2015-2020年中国大输液行业发展趋势与前景分析 104

### 第一节 2015-2020年中国大输液行业投资环境分析 104

#### 一、"十二五"时期中国医药工业发展规划 104

#### 二、"十二五"中国医药流通行业发展规划 108

### 第二节 2015-2020年中国大输液行业投资前景分析 109

#### 一、大输液行业发展前景 109

#### 二、大输液发展趋势分析 110

#### 三、大输液市场前景分析 111

### 第三节 2015-2020年中国大输液行业投资风险分析 112

#### 一、产业政策分析 112

#### 二、原材料风险分析 112

#### 三、市场竞争风险 112

#### 四、技术风险分析 113

#### 五、环保风险分析 113

### 第四节 2015-2020年大输液行业投资策略及建议 113

## 第九章 大输液企业投融资战略规划分析 115

### 第一节 大输液企业发展战略规划背景意义 115

#### 一、企业转型升级的需要 115

#### 二、企业做大做强的需要 115

#### 三、企业可持续发展需要 115

### 第二节 大输液企业发展战略规划的制定原则 115

#### 一、科学性 116

#### 二、实践性 116

#### 三、前瞻性 116

#### 四、创新性 116

#### 五、全面性 116

#### 六、动态性 117

### 第三节 大输液企业战略规划制定依据 117

#### 一、国家产业政策 117

#### 二、行业发展规律 117



三、企业资源与能力 117

四、可预期的战略定位 118

第四节 大输液企业战略规划策略分析 118

一、战略综合规划 118

二、技术开发战略 118

三、区域战略规划 119

四、产业战略规划 119

五、营销品牌战略 119

六、竞争战略规划 121

第十章 中国大输液企业投融资及IPO上市策略指导 123

第一节 大输液企业境内IPO上市目的及条件 123

一、大输液企业境内上市主要目的 123

二、大输液企业上市需满足的条件 124

（一）企业境内主板 IPO 主要条件 124

（二）企业境内中小板IPO主要条件 125

（三）企业境内创业板IPO主要条件 126

三、企业改制上市中的关键问题 127

第二节 大输液企业IPO上市的相关准备 128

一、企业该不该上市 128

二、企业应何时上市 128

三、企业应何地上市 129

四、企业上市前准备 129

（一）企业上市前综合评估 129

（二）企业的内部规范重组 129

（三）选择并配合中介机构 130

（四）应如何选择中介机构 130

第三节 大输液企业IPO上市的规划实施 130

一、上市费用规划和团队组建 130

二、尽职调查及问题解决方案 134

三、改制重组需关注重点问题 137

四、企业上市辅导及注意事项 140

五、上市申报材料制作及要求	142
六、网上路演推介及询价发行	144
第四节 企业IPO上市审核工作流程	145
一、企业IPO上市基本审核流程	145
二、企业IPO上市具体审核环节	146
三、与发行审核流程相关的事项	149

## 图表目录：

图表1：四种大输液包装形式的具体特征分析	12
图表2：2014年国内生产总值构成及增长速度统计	15
图表3：2011-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	16
图表4：2014年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图	17
图表5：2014年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速	17
图表6：2011-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	18
图表7：2011-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	19
图表8：2011-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图	19
图表9：2011-2014年中国进出口总额增长趋势图	20
图表10：药用辅料监管政策	21
图表11：大输液（复合膜）工艺流程及环境区域划分示意图	25
图表12：大输液（玻璃瓶）工艺流程及环境区域划分示意图	26
图表13：大输液（塑料容器）工艺流程及环境区域划分示意图	26
图表14：2010-2014年中国大输液产量情况	28
图表15：2015-2020年中国大输液产量预测趋势图	29
图表16：2010-2014年中国大输液需求量情况	29
图表17：2015-2020年中国大输液需求量预测趋势图	30
图表18：2010-2014年华东地区大输液需求量变化趋势图	32
图表19：2010-2014年华北地区大输液需求量变化趋势图	33
图表20：2010-2014年东北地区大输液需求量变化趋势图	33
图表21：2010-2014年华南地区大输液需求量变化趋势图	34
图表22：2010-2014年华中地区大输液需求量变化趋势图	34
图表23：2010-2014年西部地区大输液需求量变化趋势图	35
图表24：大输液行业产业链图	36

图表25：国内药用辅料主要生产企业	37
图表26：注射给药辅料企业组成比例	38
图表27：不同包装类型注射液优缺点	42
图表28：2007-2014年中国医疗卫生机构数情况统计	43
图表29：2012-2014年各类医疗卫生机构数统计	44
图表30：2013-2014年中国医疗卫生机构数情况统计	45
图表31：2000-2014年中国医疗卫生机构诊疗人次统计	46
图表32：2010-2014年中国医疗卫生机构诊疗人次变化趋势图	46
图表33：2012-2014年中国各类医疗卫生机构诊疗人次统计	47
图表34：2000-2014年中国医疗卫生机构入院人数	47
图表35：2012-2014年中国各类医疗卫生机构入院人数统计	48
图表36：2013-2014年中国各类医疗机构出院人数情况统计	49
图表37：2012-2014年中国医院病床使用情况统计	49
图表38：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口数量统计	51
图表39：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口金额统计	51
图表40：2013年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源地情况	52
图表41：2013年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源结构分布图	52
图表42：2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源地情况	53
图表43：2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源结构分布图	53
图表44：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口数量统计	54
图表45：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口数量统计	54
图表46：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口金额统计	55
图表47：2013年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口流向情况	55
图表48：2013年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口流向结构分布图	56
图表49：2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口流向情况	56
图表50：2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口流向结构分布图	57
图表51：2011-2014年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口均价统计	57
图表52：2013年四川科伦药业股份有限公司分产品情况表	58
图表53：2013年四川科伦药业股份有限公司业务结构情况	59
图表54：2013年四川科伦药业股份有限公司分地区情况表	59
图表55：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司收入与利润统计	59
图表56：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司资产与负债统计	60

图表57：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司盈利能力情况 60

图表58：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司偿债能力情况 60

图表59：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司运营能力情况 61

图表60：2011-2014年四川科伦药业股份有限公司成本费用统计 61

图表61：2014年四川科伦药业股份有限公司成本费用结构图 61

图表62：2014年华润双鹤药业股份有限公司分产品情况表 62

图表63：2014年华润双鹤药业股份有限公司业务结构情况 63

图表64：2014年华润双鹤药业股份有限公司分地区情况表 63

图表65：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司收入与利润统计 63

图表66：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司资产与负债统计 64

图表67：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司盈利能力情况 64

图表68：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司偿债能力情况 64

图表69：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司运营能力情况 65

图表70：2011-2014年华润双鹤药业股份有限公司成本费用统计 65

图表71：2014年华润双鹤药业股份有限公司成本费用结构图 65

图表72：2014年华仁药业股份有限公司分产品情况表 66

图表73：2014年华仁药业股份有限公司业务结构情况 67

图表74：2014年华仁药业股份有限公司分地区情况表 67

图表75：2011-2014年华仁药业股份有限公司收入与利润统计 67

图表76：2011-2014年华仁药业股份有限公司资产与负债统计 68

图表77：2011-2014年华仁药业股份有限公司盈利能力情况 68

图表78：2011-2014年华仁药业股份有限公司偿债能力情况 68

图表79：2011-2014年华仁药业股份有限公司运营能力情况 69

图表80：2011-2014年华仁药业股份有限公司成本费用统计 69

图表81：2014年华仁药业股份有限公司成本费用结构图 69

图表82：2014年西南药业股份有限公司分产品情况表 71

图表83：2014年西南药业股份有限公司业务结构情况 71

图表84：2014年西南药业股份有限公司分地区情况表 71

图表85：2011-2014年西南药业股份有限公司收入与利润统计 72

图表86：2011-2014年西南药业股份有限公司资产与负债统计 72

图表87：2011-2014年西南药业股份有限公司盈利能力情况 72

图表88：2011-2014年西南药业股份有限公司偿债能力情况 73

图表89：2011-2014年西南药业股份有限公司运营能力情况 73

图表90：2011-2014年西南药业股份有限公司成本费用统计 73

图表91：2014年西南药业股份有限公司成本费用结构图 74

图表92：2014年安徽丰原药业有限公司分产品情况表 75

图表93：2014年安徽丰原药业有限公司业务结构情况 75

图表94：2014年安徽丰原药业有限公司分地区情况表 75

图表95：2011-2014年安徽丰原药业有限公司收入与利润统计 76

图表96：2011-2014年安徽丰原药业有限公司资产与负债统计 76

图表97：2011-2014年安徽丰原药业有限公司盈利能力情况 76

图表98：2011-2014年安徽丰原药业有限公司偿债能力情况 77

图表99：2011-2014年安徽丰原药业有限公司运营能力情况 77

图表100：2011-2014年安徽丰原药业有限公司成本费用统计 77

图表101：2014年安徽丰原药业有限公司成本费用结构图 78

图表102：北京费森尤斯卡比医药有限公司输液产品 79

图表103：北京费森尤斯卡比医药有限公司资产及负债统计 81

图表104：北京费森尤斯卡比医药有限公司收入及利润统计 81

图表105：山东鲁抗辰欣药业有限公司输液产品 82

图表106：山东鲁抗辰欣药业有限公司资产及负债统计 83

图表107：山东鲁抗辰欣药业有限公司收入及利润统计 83

图表108：华瑞制药有限公司大输液类产品 85

图表109：华瑞制药有限公司资产及负债统计 86

图表110：华瑞制药有限公司收入及利润统计 86

图表111：三菱制药（广州）有限公司平衡型氨基酸产品 88

图表112：三菱制药（广州）有限公司公司资产及负债统计 89

图表113：三菱制药（广州）有限公司公司收入及利润统计 89

图表114：山东华鲁制药有限公司大输液产品 91

图表115：山东华鲁制药有限公司资产及负债统计 91

图表116：山东华鲁制药有限公司收入及利润统计 92

图表117：石家庄四药有限公司输液产品 94

图表118：石家庄四药有限公司资产及负债统计 94

图表119：石家庄四药有限公司收入及利润统计 95

图表120：天津天安药业股份有限公司主要产品 97

图表121：天津天安药业股份有限公司资产及负债统计	97
图表122：天津天安药业股份有限公司收入及利润统计	98
图表123：天津天安药业股份有限公司制剂类营销网络图示	98
图表124：陕西济生制药有限公司资产及负债统计	100
图表125：陕西济生制药有限公司收入及利润统计	101
图表126：赤峰荣济堂药业有限公司大输液类产品	102
图表127：大输液企业IPO上市网上路演的主要事项	144
图表128：大输液企业IPO上市基本审核流程图	146

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251370.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。