



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国妇科用药行业 市场发展现状调研及投资趋势前 景报告

一、调研说明

《2018-2024年中国妇科用药行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/292957.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

报告目录：

第1章：中国妇科用药行业发展综述

1.1 妇科用药行业定义

1.1.1 行业定义及范围界定

1.1.2 妇科用药产品分类

1.2 妇科用药行业地位分析

1.2.1 妇科用药所属医药行业在国民经济中的地位

1.2.2 妇科用药行业在医药行业中的地位

1.3 行业研究方法 with 数据统计标准

1.3.1 行业研究方法概述

1.3.2 行业数据来源

第2章：中国妇科用药行业发展现状及竞争格局分析

2.1 中国医药行业发展状况分析

2.1.1 中国医药行业发展现状及特点

（1）医药行业发展现状

（2）医药行业发展特点

2.1.2 医药行业经营情况分析

（1）医药行业经营效益分析

（2）医药行业盈利能力分析

（3）医药行业运营能力分析

（4）医药行业偿债能力分析

（5）医药行业发展能力分析

2.1.3 医药行业经济指标分析

2.1.4 医药行业供需平衡分析

（1）全国医药行业供给情况分析

1) 全国医药行业总产值分析

2) 全国医药行业产成品分析

（2）各地区医药行业供给情况分析

（3）全国医药行业需求情况分析

1) 全国医药行业销售产值分析

2) 全国医药行业销售收入分析

(4) 各地区医药行业需求情况分析

(5) 全国医药行业产销率分析

2.2 中国妇科用药行业发展状况分析

2.2.1 妇科用药行业发展总体概况

2.2.2 妇科用药行业发展主要特点

2.2.3 妇科用药行业市场规模分析

(1) OTC市场规模

(2) 医院用药规模

2.3 中国妇科用药行业竞争状况分析

2.3.1 妇科用药行业集中度分析

2.3.2 妇科用药企业竞争力分析

2.3.3 妇科用药行业议价能力分析

2.3.4 妇科用药行业潜在威胁分析

第3章：中国妇科用药行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 行业相关政策动向

3.1.3 行业相关发展规划

(1) 医药产业结构调整规划

(2) 国家药品安全"十三五"规划

(3) "重大新药创制"科技重大专项规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 中国GDP增长情况

3.2.2 居民可支配收入与支出情况

3.3 行业社会环境分析

3.3.1 人口老龄化趋势

3.3.2 城镇化水平分析

3.3.3 居民医保参保情况

3.4 行业发展环境影响综述

第4章：中国妇科用药行业需求与市场营销分析

4.1 妇科疾病总体药品需求情况

4.1.1 中国妇女数量变化

4.1.2 妇科疾病患病情况

(1) 妇科疾病发病率

(2) 妇科疾病病种分布

(3) 妇科疾病年龄分布

(4) 妇科疾病区域分布

4.1.3 妇科用药总体需求分析

4.2 主要妇科疾病及药品需求分析

4.2.1 阴道炎

(1) 患病情况

(2) 治疗方式

(3) 药品需求

4.2.2 宫颈疾病

(1) 患病情况

(2) 治疗方式

(3) 药品需求

4.2.3 子宫肌瘤

(1) 患病情况

(2) 治疗方式

(3) 药品需求

4.2.4 乳腺疾病

(1) 患病情况

(2) 治疗方式

(3) 药品需求

4.2.5 其他妇科疾病

4.3 妇科用药消费行为分析

4.3.1 妇科用药消费现状

4.3.2 消费者购买渠道

4.3.3 消费者产品消费习惯

4.3.4 妇科炎症用药季节性消费特征

4.4 妇科用药市场营销分析

4.4.1 妇科用药市场销售渠道分析

(1) 主要销售渠道

(2) 销售渠道存在的问题

(3) 销售渠道管理及策略

4.4.2 妇科用药零售药店销售情况

4.4.3 妇科用药医院销售情况

4.4.4 妇科用药市场营销模式

(1) 医药代理营销模式

(2) 学术推广营销模式

第5章：妇科用药行业细分产品市场分析

5.1 妇科用药市场产品结构

5.2 妇科炎症用药市场分析

5.2.1 妇科炎症用药市场规模

5.2.2 妇科炎症用药市场竞争格局

5.2.3 妇科炎症用药产品分析

(1) 川百止痒洗剂

(2) 丹黄祛瘀胶囊

(3) 复方黄柏液

5.3 妇科调经药市场分析

5.3.1 妇科调经药市场规模

5.3.2 妇科调经药市场竞争格局

5.3.3 妇科调经药产品分析

(1) 益母草注射液

(2) 妇科养荣胶囊

(3) 散结镇痛胶囊

5.4 乳腺增生药市场分析

5.4.1 乳腺增生药市场规模

5.4.2 乳腺增生药市场竞争格局

5.4.3 乳腺增生药产品分析

(1) 红金消结胶囊

(2) 丹黄祛瘀胶囊

(3) 复方黄柏液

5.5 妇女更年期用药市场分析

5.5.1 妇女更年期用药市场规模

5.5.2 妇女更年期用药市场竞争格局

5.5.3 妇女更年期用药产品分析

(1) 坤泰胶囊

(2) 莉芙敏片

(3) 坤宝丸

5.6 妇科安胎药市场分析

5.6.1 妇科安胎药市场规模

5.6.2 妇科安胎药市场竞争格局

5.6.3 妇科安胎药产品分析

(1) 固肾安胎丸

(2) 保胎无忧片

(3) 滋肾育胎丸

5.7 妇科其他用药市场分析

5.7.1 妇科其他用药市场规模

5.7.2 妇科其他用药市场竞争格局

5.7.3 妇科其他用药产品分析

(1) 桂枝茯苓胶囊

(2) 葆宫止血颗粒

(3) 产复康颗粒

第6章：妇科用药行业企业发展情况分析

6.1 妇科用药行业企业发展总体状况分析

6.2 妇科用药行业代表型企业个案分析

6.2.1 株洲千金药业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.2 修正药业集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.3 西安杨森制药有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.4 北京同仁堂科技发展股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.5 汇仁集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.6 广西花红药业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.7 江苏康缘药业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.8 成都恩威制药有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.9 太阳石（唐山）药业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.10 通化茂祥制药有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第7章：中国妇科用药行业发展前景与投资建议（AKLT）

7.1 中国妇科用药行业发展前景分析

7.1.1 中国妇科用药行业发展趋势分析

7.1.2 中国妇科用药行业发展前景预测

7.2 中国妇科用药行业投资特性分析

7.2.1 中国妇科用药行业进入壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 人才壁垒

(4) 资金壁垒

(5) 品牌壁垒

(6) 渠道壁垒

7.2.2 中国妇科用药行业盈利因素分析

7.2.3 中国妇科用药行业盈利模式分析

7.3 中国妇科用药行业投资建议分析

7.3.1 中国妇科用药行业投资风险分析

(1) 经济风险

(2) 政策风险

(3) 技术风险

(4) 供求风险

(5) 产品结构风险

(6) 其他风险

7.3.2 中国妇科用药行业投资机会分析

7.3.3 中国妇科用药行业投资建议分析

部分图表目录：

图表1：妇科用药产品分类

图表2：2007-2017年医药行业工业总产值及其占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表3：2014-2017年医药行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表4：2014-2017年中国医药行业盈利能力分析（单位：%）

图表5：2014-2017年中国医药行业运营能力分析（单位：次）

图表6：2014-2017年中国医药行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表7：2014-2017年中国医药行业发展能力分析（单位：%）

图表8：2014-2017年医药行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）

图表9：2007-2017年医药行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表10：2007-2017年医药行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表11：2014-2017年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表12：2017年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
图表13：2007-2017年医药行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表14：2007-2017年医药行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表15：2014-2017年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表16：2017年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
图表17：2011-2017年医药行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表18：2005-2017年中国妇科用OTC市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表19：2011-2017年妇科用药市场规模（单位：万元，%）
图表20：城市和农村妇科炎症就诊率（单位：%）
图表21：妇科用药行业议价能力分析
图表22：中成药行业监管体制
图表23：新医改以来医药行业政策一览
图表24：医药产业的结构调整规划
图表25："重大新药创制"专项规模发展目标及重点
图表26：2010-2017年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）
图表27：2009-2017年中国农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）
图表28：2009-2017年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）
图表29：2007-2017年我国65岁以上人口数及比重情况（单位：亿人，%）
图表30：2000-2017年中国城乡人口结构分布图（单位：万人）
更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/292957.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。