



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国妇科药市场分 析与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国妇科药市场分析与投资前景预测报告》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/73622.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

### 目录

妇科疾病是指在非妊娠状态下生殖器官各种疾病的总称,由于女性生殖器官的特殊性,妇科疾病成为成人女性的常见病、多发病,其临床表现多种多样,病因复杂且常伴有多种严重并发症。常见的妇科疾病包括:宫颈炎、阴道炎、盆腔炎、子宫肌瘤、卵巢囊肿等多种类型的疾病。由于妇科疾病往往需要长期用药,中成药在治疗妇科疾病方面发挥着重要的作用。妇科中成药市场主要包括妇科炎症用药、调经养血用药和妇科血瘀证用药等三大类用药。2008年妇科中成药约占国内中成药零售市场的8.2%,占国内药品市场总规模的3.8%。

### 图表 2008年我国中成药零售市场销售额前十位排名

在2002年以来,妇科中成药市场上,以妇科千金片、康乃馨抗宫炎片为代表治疗妇科炎症药物占据了57.75%的市场份额。以乌鸡白凤丸为代表的调经养血类药品市场份额为35.21%,这两类中成药成为当前妇科用药市场的两大主力,不少品种依靠猛烈的广告攻势,在近几年内迅速窜红。以治疗子宫肌瘤和卵巢囊肿为代表的妇科血瘀证用药约占妇科中成药市场的5.63%,其市场规模远小于妇科炎症用药和调经养血类用药。

### 图表 我国各类妇科用药市场比例

由于妇科炎症属于常见、多发病,其临床表现多种多样,病因复杂且常伴有多种严重并发症的特点,因此,其市场需求较大。随着社会经济和文化的发展以及女性自我保健意识的增强,妇科炎症用药市场近年来增长很快,每年以两位数的增速上升,2007年已创下了69亿元的新高。预计2008年妇科炎症用药市场规模将会高达77.55亿元。并且这一市场以每年10~15%的速度增长。到2010年,市场规模将突破90亿元。

### 图表 2004年~2008年我国妇科炎症用药市场规模趋势图

市场竞争的实质是围绕价值的客观载体——产品之间的替代性选择。根据药品市场的特点,可以将药品之间的竞争形式大致分成三个层次:品牌竞争、产品竞争和品类竞争。根据妇科药市场的需求特征、市场结构和现有市场规模可以将妇科用药市场大概分成三种典型的竞争形态:争夺有限的市场、做大潜在的市场和控制垄断的市场。在全球范围内,妇科用药在药物学中成为了一个重要的组成部分。特别是新药的问世和产品结构的调整,带动了妇科用药零售市场的迅猛发展。妇科炎症是困扰现代女性的一大疾病。妇科疾病发生率已达65%以上,而育龄妇女妇科疾病发病率已超过了70%,全球每年生殖泌尿系统感染的发病数字已达3.33亿人次。我国城市妇女已婚女性生殖道感染的发病率为42.9%,从而推动了全球妇科用药市场的发展。

本报告内容严谨、数据翔实,更辅以大量直观的图表帮助妇科制药企业准确把握行业发展

动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署、中国中药协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对妇科制药产业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

## 【目录】

### 第一章 妇科药的定义和分类 12

#### 第一节 妇科病概况 12

##### 一、常见妇科病 12

##### 二、哪些妇科病宜看中医 13

#### 第二节 我国妇科病发病情况 14

##### 一、我国主要城市妇科病发病率调查 14

##### 二、年轻女性小心宫颈癌 14

#### 第三节 妇科药的分类及治疗 14

##### 一、妇科药的分类 15

##### 二、妇科主要病症及治疗方法 15

### 第二章 妇科用药相关政策 23

#### 第一节 妇科用药国家相关政策 23

#### 第二节 妇科用药地方相关政策 23

#### 第三节 妇科用药国外相关政策 23

### 第三章 妇科用药产业链 27

#### 第一节 我国孕产妇分娩率 27

#### 第二节 我国孕产妇死亡率 27

#### 第三节 阴道炎 28

#### 第四节 子宫内膜异位症 28

#### 第五节 乳腺增生 29

#### 第六节 乳腺癌 30

#### 第七节 子宫肌瘤 30

## 第八节 更年期用药 30

## 第四章 妇科用药行业 32

### 第一节 产品分述 32

- 一、奥硝唑类产品医院市场 32
- 二、溴隐亭类产品医院市场 34
- 三、米非司酮类产品医院市场 35
- 四、替勃龙类产品医院市场 36
- 五、孕三烯酮类产品医院市场 37

### 第二节 妇科用药分地区 38

- 一、北京妇科用药市场 38
- 二、广州妇科用药市场 39
- 三、武汉妇科用药市场 39
- 四、上海妇科用药市场 40

## 第五章 妇科药市场 42

### 第一节 妇科用药市场结构 42

- 一、抗炎和调经用药成为治疗领域两大主力 42
- 二、妇科炎症用药鏖战有限的市场空间 43
- 三、调经养血类药潜在需求激励市场成长 44

### 第二节 妇科用药市场供需 45

### 第三节 妇科用药市场潜力 47

### 第四节 妇科用药市场竞争 48

### 第五节 妇科用药市场集中度 50

### 第六节 妇科用药市场运行中存在的问题及对策研究 52

## 第六章 妇科药主要产品零售市场 54

### 第一节 妇科化学药零售排名 54

- 一、达克宁栓 54
- 二、米可定泡腾阴道片 54
- 三、奥硝唑 55

### 第二节 妇科中药零售市场 57

- 千金：半老徐娘风韵犹存 58
- 花红：花儿盛开姹紫嫣红 59
- 金鸡：引项高鸣冲劲十足 60
- 桂枝茯苓：快速成长的后起之秀 61
- 玉清：不求最先但求最好 62
- 康乃馨：从营销中脱颖而出 62

## 第七章 行业产品 64

### 第一节 行业主要产品 64

- 一、妇科化学药零售排名 64
- 二、妇科中药零售市场 64
  - 1、2008年主要妇科用药零售市场销售金额变动 64
  - 2、洁尔阴洗液 65
- 三、我国妇科病发病情况 65
  - 1、我国主要城市妇科病发病率调查 65
  - 2、年轻女性小心宫颈癌 66

### 第二节 最新产品技术、市场前景预测 67

- 一、日本发现抑癌新型化合物 67
- 二、德国建立全球首个乳腺癌患者自体组织数据库 68
- 三、新型癌症诊断基因芯片研制成功 68
- 四、首批癌症疫苗上市 68
- 五、研究发现10%的人具有可诱发癌症的突变基因 69
- 六、中药新药开发专顶计划 69
- 七、生物靶向治疗乳腺癌 69

## 第八章 行业市场竞争格局 71

### 第一节 妇科药市场竞争格局概况 71

- 一、我国医药工业经济运行 71
- 二、中药工业运行情况 72
- 三、我国妇科药市场容量及市场份额 72
- 四、妇科药医院用药 73

### 第二节 行业市场需求 74

- 一、妇科用药市场消费需求调查 74
- 二、我国孕产妇卫生状况 76
  - 1、妇幼卫生状况 76
  - 2、新法接生及住院分娩率 76
  - 3、监测地区孕产妇死亡率逐渐降低 77
- 三、主要妇科病发病情况 78
  - 1、阴道炎 78
  - 2、子宫内膜炎 78
  - 3、乳腺增生 78
  - 4、乳腺癌 78
  - 5、子宫肌瘤 79
  - 6、子宫颈癌 79
  - 7、卵巢癌 79

## 第九章 我国妇科药营销渠道研究 80

### 第一节 中国医药分销渠道 80

- 一、中国医药分销渠道现状 80
- 二、加快中国现代医药物流发展 80

### 第二节 医药销售渠道成功案例 80

- 一、“海王药业”营销渠道 81
- 二、“乐仁堂”运用渠道新盈利模式 81
- 三、传统中成药如何差异化营销 82

### 第三节 “春之兰”乌鸡胶囊成功销售案例 83

#### 第一部分：市场 83

#### 第二部分 消费者 87

#### 第三部分 产品 89

#### 第四部分 推广策略 90

### 第四节 乳腺增生药的市场开拓 93

- 一、疾病概况 93
- 二、现有品种及研发现状 94
- 三、市场前景预测 97
- 四、新产品开发的技术可行性 98

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第十章 我国妇科药部分生产企业    | 100 |
| 第一节 西安杨森制药有限公司     | 100 |
| 一、企业概况             | 100 |
| 二、企业主要经济指标         | 100 |
| 第二节 北京同仁堂集团公司      | 102 |
| 一、企业概况             | 102 |
| 二、企业主要经济指标         | 103 |
| 第三节 汇仁集团           | 106 |
| 一、企业概况             | 106 |
| 二、企业主要经济指标         | 107 |
| 第四节 上海华联制药有限公司     | 110 |
| 一、企业概况             | 110 |
| 二、企业主要经济指标         | 111 |
| 第五节 成都恩威集团         | 113 |
| 一、企业概况             | 113 |
| 二、企业主要经济指标         | 115 |
| 第六节 广西花红药业有限责任公司   | 117 |
| 一、企业概况             | 117 |
| 二、企业主要经济指标         | 118 |
| 第七节 吉林修正药业         | 120 |
| 一、企业概况             | 120 |
| 二、企业主要经济指标         | 121 |
| 第八节 湖南株洲千金药业股份有限公司 | 124 |
| 一、企业概况             | 124 |
| 二、企业主要经济指标         | 125 |
| 第九节 广西灵峰药业有限责任公司   | 128 |
| 一、企业概况             | 128 |
| 二、企业主要经济指标         | 129 |
| 第十节 湖南正清集团怀化正好制药   | 131 |
| 一、企业概况             | 131 |
| 二、企业主要经济指标         | 132 |
| 第十一节 江西海尔思药业有限公司   | 134 |



|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 一、企业概况                    | 134 |
| 二、企业主要经济指标                | 135 |
| 第十二节 江苏康缘药业               | 137 |
| 一、企业概况                    | 137 |
| 二、企业主要经济指标                | 139 |
| 第十三节 吉林通化药业               | 141 |
| 一、企业概况                    | 141 |
| 二、企业主要经济指标                | 141 |
| <br>                      |     |
| 第十一章 妇科用药投资               | 145 |
| 第一节 妇科用药投资因素              | 145 |
| 一、妇科用药投资有利因素              | 145 |
| 二、妇科用药投资不利因素及对策研究         | 145 |
| 第二节 中国妇科用药企业跨国投资          | 146 |
| 第三节 外商直接投资对中国妇科用药的影响及对策研究 | 146 |
| 第四节 妇科用药投资模式及前景           | 146 |
| <br>                      |     |
| 第十二章 我国妇科药发展趋势            | 147 |
| 第一节 成果篇                   | 147 |
| 一、日本发现抑癌新型化合物             | 147 |
| 二、德国建立全球首个乳腺癌患者自体组织数据库    | 147 |
| 三、新型癌症诊断基因芯片研制成功          | 147 |
| 第二节 希望篇                   | 148 |
| 一、首批癌症疫苗上市                | 148 |
| 二、研究发现10%的人具有可诱发癌症的突变基因   | 148 |
| 三、中药新药开发专顶计划              | 148 |
| 四、生物靶向治疗乳腺癌               | 149 |

### 【图表目录】

图表 1 世界各国孕产妇死亡率 27

图表 2 子宫内膜异位症药品市场份额情况 28

图表 3我国主要乳腺增生药品情况 29

图表 4 2008年北京市场妇科用药前十位份额 38

图表 5 2008年北京市场妇科用药前十位品牌占有率 38

图表 6 2008年广州市场妇科用药前十位份额 39

图表 7 2008年广州市场妇科用药前十位品牌占有率 39

图表 8 2008年武汉市场妇科用药前十位份额 39

图表 9 2008年武汉市场妇科用药前十位品牌占有率 40

图表 10 2008年上海市场妇科用药前十位份额 40

图表 11 2008年上海市场妇科用药前十位品牌占有率 41

图表 12 2007年我国中成药零售市场销售额前十位排名 42

图表 13 我国各类妇科用药市场比例 43

图表 14 1998年~2008年三大品牌乌鸡白凤丸销售收入 44

图表 15 2004年~2008年我国妇科炎症用药市场规模趋势图 45

图表 16 我国妇科用中西药市场份额 46

图表 17我国内外妇科用中成药比例 48

图表 18我国妇科用药市场比例 49

图表 19 2008年奥硝唑主要生产企业金额份额比较 51

图表 20 2008年我国四大城市妇科炎症药品市场份额比较 52

图表 21 2001年~2008年达克宁栓销售收入增长趋势 54

图表 22 2001年~2008年米可定泡腾阴道片销售收入增长趋势 54

图表 23 2004年~2008奥硝唑所占妇科炎症用药市场的金额份额 56

图表 24 2006年奥硝唑各城市用药金额比例变化 56

图表 25 2005年~2008年恩威集团洁尔阴产品销售收入增长趋势 57

图表 26 2001年~2008年株洲千金药业妇科千金片销售增长趋势 59

图表 27 2001年~2008年花红片销售增长趋势 59

图表 28 2001年~2008年金鸡胶囊销售增长趋势 60

图表 29 2001年~2008年桂枝茯苓胶囊销售增长趋势 61

图表 30 2008年全国药品零售市场妇科用药(化学药)排名情况 64

图表 31 2008年全国药品零售市场妇科用药(中成药)排名情况 64

图表 322008年成都零售业市场妇科类中成药销售品牌前三名 65

图表 33西宁市患妇科病人群疾病种类比例 66

图表 34西宁市主要妇科疾病发病年龄段 66

图表 35我国妇科用药市场比例情况 73

图表 36北京市场妇科药新产品接受情况调查 74

图表 37北京市场妇科药品选择调查 75

图表 38 1980-2008年新法接生率情况 76

图表 39 1980-2008年住院分娩率情况 77

图表 40 已有乳腺增生国家标准品种 94

图表 41 处方中药材出现频数统计 95

图表 42 乳腺增生在研新品种一览表 96

图表 43 2007-2008年西安杨森制药有限公司资产结构情况 100

图表 44 2007-2008年西安杨森制药有限公司资产结构情况 101

图表 45 2007-2008年西安杨森制药有限公司成本费用情况 101

图表 46 2007-2008年中国北京同仁堂（集团）有限责任公司资产结构情况 103

图表 47 2007-2008年中国北京同仁堂（集团）有限责任公司盈利结构情况 104

图表 48 2007-2008年中国北京同仁堂（集团）有限责任公司成本费用情况 105

图表 49 2007-2008年汇仁集团有限公司资产结构情况 107

图表 50 2007-2008年汇仁集团有限公司盈利结构情况 108

图表 51 2007-2008年汇仁集团有限公司成本费用情况 109

图表 52 2007-2008年上海华联制药有限公司有限公司资产结构情况 111

图表 53 2007-2008年上海华联制药有限公司有限公司盈利结构情况 111

图表 54 2007-2008年上海华联制药有限公司有限公司成本费用情况 112

图表 55 2007-2008年成都恩威制药有限公司资产结构情况 115

图表 56 2007-2008年成都恩威制药有限公司盈利结构情况 115

图表 57 2007-2008年成都恩威制药有限公司成本费用情况 116

图表 58 2007-2008年广西壮族自治区花红药业股份有限公司资产结构情况 118

图表 59 2007-2008年广西壮族自治区花红药业股份有限公司盈利结构情况 119

图表 60 2007-2008年广西壮族自治区花红药业股份有限公司成本费用情况 119

图表 61 2007-2008年修正药业集团资产结构情况 121

图表 62 2007-2008年修正药业集团盈利结构情况 122

图表 63 2007-2008年修正药业集团成本费用情况 123

图表 64 2007-2008年株洲千金药业股份有限公司资产结构情况 125

图表 65 2007-2008年株洲千金药业股份有限公司盈利结构情况 126

图表 66 2007-2008年株洲千金药业股份有限公司成本费用情况 127

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 图表 67 2007-2008年广西灵峰药业有限公司资产结构情况  | 129 |
| 图表 68 2007-2008年广西灵峰药业有限公司盈利结构情况  | 129 |
| 图表 69 2007-2008年广西灵峰药业有限公司成本费用情况  | 130 |
| 图表 70 2007-2008年怀化正好制药有限公司资产结构情况  | 132 |
| 图表 71 2007-2008年怀化正好制药有限公司盈利结构情况  | 132 |
| 图表 72 2007-2008年怀化正好制药有限公司成本费用情况  | 133 |
| 图表 73 2007-2008年江西海尔思药业有限公司资产结构情况 | 135 |
| 图表 74 2007-2008年江西海尔思药业有限公司盈利结构情况 | 135 |
| 图表 75 2007-2008年江西海尔思药业有限公司成本费用情况 | 136 |
| 图表 76 2007-2008年连云港康缘集团有限公司资产结构情况 | 139 |
| 图表 77 2007-2008年连云港康缘集团有限公司盈利结构情况 | 140 |
| 图表 78 2007-2008年连云港康缘集团有限公司成本费用情况 | 140 |
| 图表 79 2007-2008年通化市正和药业有限公司资产结构情况 | 141 |
| 图表 80 2007-2008年通化市正和药业有限公司盈利结构情况 | 142 |
| 图表 81 2007-2008年通化市正和药业有限公司成本费用情况 | 143 |
| 图表 82 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证    | 152 |
| 图表 83 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书       | 153 |
| 图表 84 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证        | 154 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/73622.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。