

2015-2020年中国妇科用药 市场未来战略与行业前景调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国妇科用药市场未来战略与行业前景调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/D571989OD2.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2026-03-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

前言：

药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症、用法和用量的物质，包括中药材、中药饮片、中成药、化学原料药及其制剂、抗生素、生化药品、放射性药品、血清疫苗、血液制品和诊断药品等。对应的妇科用药指的是用来预防妇科疾病、诊断妇科疾病、治疗妇科类疾病的药物的统称。无论是中药家族还是西药家族中都有妇科药品这一成员。

妇科用药基本分类情况

妇科用药分类 代表性药品 中药口服类 乌鸡白凤丸，妇科千金片 中药外用类 中药洗液，中药牵引拉线丸，中药泡腾片型，中药膏剂 西药阴道炎用药 达克宁，甲硝唑、替硝唑、以及含其成分的药 西药宫颈糜烂用药 复方莪术油栓，聚甲酚磺醛栓 西药盆腔炎用药 氧氟沙星片，阿莫西林克拉维酸钾（7:1）分散片

资料来源：公开资料整理

妇科用药行业上游的原料主要分为两类，第一类是农副产品初级原料；第二类生产原料为化学原料药品，其供应商主要为原料药生产企业。

妇科用药行业下游产业链环节主要是以医药批发销售为主的医药公司等医药流通企业。企业将产品销售给药品经销商，并配合药品经销商做好当地的招投标工作，协助公司产品进入当地新农合或医保，协助经销商进行学术推广，配合经销商进行医院科室走访，最终企业产品通过医院等医疗服务商提供给病患使用。

妇科用药行业产业链

资料来源：公开资料整理

全球主要妇科药生产商

企业 1 辉瑞制药（Pfizer） 2 诺华（Novartis） 3 赛诺菲集团（Sanofi） 4 罗氏控股（Roche Holding） 5 默克公司 6 葛兰素史克（GlaxoSmithKline） 7 安进（Amgen） 8 阿斯利康（AstraZeneca） 9 礼来（Eli Lilly & Co） 10 雅培（Abbott Laboratories）

资料来源：博思数据中心整理

目前欧盟地区是全球最大的女性用药需求市场，2014年区域市场规模为446.4亿美元，占比为31.0%；北美市场规模为398.9亿美元，占比为27.7%。

2014年全球女性用药区域分布格局

资料来源：IMS、博思数据中心整理

2011-2014年全球主要区域女性用药市场规模走势图（亿美元）

| 年份 | 北美 | 欧盟 | 亚太 | 其他 | 合计 | 2011年 | 333 | 395.3 | 334.3 | 157.4 | 1220 | 2012年 | 362.7 | |
|----|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 418.6 | 361.4 | 157.3 | 1300 | 2013年 | 380.9 | 438.8 | 393.3 | 167 | 1380 | 2014年 | 398.9 | 446.4 | 424.8 |
| | 169.9 | 1440 | | | | | | | | | | | | |

资料来源：IMS、博思数据中心整理

2004-2014年中国女性人口总数及占人口比重分析

资料来源：公开资料整理

妇科用药的主体是口服用药，从适应症看，妇科口服用药可具体分为妇科炎症类用药、妇科血瘀证用药和痛经用药三大类，其中妇科炎症药超过四成。

2011-2014年我国妇科用药产品产量走势图

资料来源：博思数据中心整理

据统计：2007年我国妇科用药市场规模为135.5亿元，到2014年产业规模增长至350.1亿元，需求规模年均增速达到14.5%。

2007-2014年我国妇科用药市场规模走势图

资料来源：博思数据中心整理

据统计，目前我国妇科用药产品中，口服型产品占比为65%，外用型产品占比为35%。

妇科用药产品产量结构性

资料来源：博思数据中心整理

伴随着我国妇科用药行业的进一步发展，预计未来几年，妇科用药行业产量将呈现出逐年增长态势，到2020年行业产量将达到31.1万吨。

2015-2020年我国妇科用药供给预测

资料来源：博思数据中心整理

本妇科用药行业研究报告共十四章是博思数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。妇科

用药行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了妇科用药行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国妇科用药行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国妇科用药行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

218

目录

| | |
|-----------------------|---|
| 第一章 妇科用药行业概述 | 1 |
| 第一节 妇科用药行业概述 | 1 |
| 一、妇科用药行业定义 | 1 |
| 二、妇科用药行业产品分类 | 1 |
| 三、妇科用药行业产品特性 | 1 |
| 第二节 妇科用药行业属性及国民经济地位分析 | 2 |
| 一、国民经济依赖性 | 2 |
| 二、经济类型属性 | 2 |
| 三、行业周期属性 | 3 |
| 四、妇科用药行业国民经济地位分析 | 3 |
| 第三节 妇科用药行业产业链模型分析 | 4 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 一、产业链模型介绍 | 4 |
| 二、妇科用药行业产业链模型分析 | 6 |
| 第二章 2014-2015年中国妇科用药产业运行环境分析 | 7 |
| 第一节 我国宏观经济环境分析 | 7 |
| 一、国民经济运行情况GDP | 7 |
| 二、消费价格指数CPI、PPI | 9 |
| 三、全国居民收入情况 | 16 |
| 四、恩格尔系数 | 18 |
| 五、工业发展形势 | 19 |
| 六、固定资产投资情况 | 28 |
| 七、财政收支状况 | 33 |
| 八、中国汇率调整 | 36 |
| 九、货币供应量 | 36 |
| 十、中国外汇储备 | 37 |
| 十一、存贷款基准利率调整情况 | 37 |
| 十二、存款准备金率调整情况 | 40 |
| 十三、社会消费品零售总额 | 44 |
| 十四、对外贸易进出口 | 45 |
| 十五、城镇人员从业状况 | 49 |
| 第二节 妇科用药产业政策环境变化及影响分析 | 50 |
| 第三节 妇科用药产业社会环境变化及影响分析 | 54 |
| 第三章 2014-2015年世界妇科用药产业运行走势分析 | 64 |
| 第一节 2014-2015年全球妇科用药行业运行概况 | 64 |
| 一、全球妇科用药行业市场发展状况 | 64 |
| 一、全球妇科用药行业特点分析 | 75 |
| 二、国外妇科用药行业技术现状分析 | 76 |
| 三、全球妇科用药行业市场竞争状况 | 76 |
| 第二节 2014-2015年全球妇科用药行业区域市场运营情况分析 | 77 |
| 一、美国妇科用药市场发展分析 | 77 |
| 二、欧洲市场发展分析 | 78 |
| 三、日本市场发展分析 | 79 |
| 第三节 2015-2020年全球妇科用药行业发展趋势预测分析 | 80 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 第四章 2014-2015年中国妇科用药产业市场供需分析 | 82 |
| 第一节 2014-2015年中国妇科用药产业市场发展总况 | 82 |
| 一、妇科用药市场供给情况分析 | 82 |
| 二、妇科用药需求分析 | 84 |
| 三、妇科用药需求特点分析 | 85 |
| 第二节 2014-2015年中国妇科用药产业市场动态分析 | 86 |
| 一、妇科用药品牌分析 | 86 |
| 二、妇科用药产品产量结构性分析 | 87 |
| 三、妇科用药经营发展能力 | 87 |
| 第三节 2014-2015年中国妇科用药产业市场销售情况分析 | 88 |
| 第四节 2014-2015年中国妇科用药行业存在的问题及对策分析 | 89 |
| 第五章 2011-2014年中国妇科用药进出口数据监测分析 | 90 |
| 第一节 2011-2014年中国妇科用药进口数据分析 | 90 |
| 一、进口数量分析 | 90 |
| 二、进口金额分析 | 90 |
| 第二节 2011-2014年中国妇科用药出口数据分析 | 91 |
| 一、出口数量分析 | 91 |
| 二、出口金额分析 | 91 |
| 第三节 2011-2014年中国妇科用药进出口平均单价分析 | 92 |
| 第四节 2011-2014年中国妇科用药进出口国家及地区分析 | 92 |
| 一、进口国家及地区分析 | 92 |
| 二、出口国家及地区分析 | 93 |
| 第六章 2013-2015年中国妇科用药所属行业主要数据监测分析 | 94 |
| 第一节 2013-2015年中国妇科用药所属行业规模分析 | 94 |
| 一、企业数量增长分析 | 94 |
| 二、从业人数增长分析 | 94 |
| 三、资产规模增长分析 | 95 |
| 第二节 2014年中国妇科用药所属行业结构分析 | 95 |
| 一、企业数量结构分析 | 95 |
| 二、销售收入结构分析 | 96 |
| 第三节 2013-2015年中国妇科用药所属行业产值分析 | 97 |
| 一、产成品增长分析 | 97 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、工业销售产值分析 | 97 |
| 三、出口交货值分析 | 98 |
| 第四节 2013-2015年中国妇科用药所属行业成本费用分析 | 98 |
| 一、销售成本统计 | 98 |
| 二、费用统计 | 99 |
| 第五节 2013-2015年中国妇科用药所属行业盈利能力分析 | 99 |
| 一、主要盈利指标分析 | 99 |
| 二、主要盈利能力指标分析 | 100 |
| 第七章 妇科用药行业细分产品市场分析 | 101 |
| 第一节 妇科用药市场产品结构 | 101 |
| 第二节 妇科炎症用药市场分析 | 101 |
| 一、妇科炎症用药市场规模 | 101 |
| 二、妇科炎症用药市场竞争格局 | 102 |
| 三、妇科炎症用药销售渠道分析 | 103 |
| 四、不同给药途径妇科炎症用药市场分析 | 103 |
| 五、不同剂型妇科炎症用药市场分析 | 103 |
| 六、妇科炎症用药市场趋势预测 | 104 |
| 第三节 妇科调经养血用药市场分析 | 104 |
| 一、妇科调经养血用药市场规模 | 104 |
| 二、妇科调经养血用药市场竞争格局 | 105 |
| 三、妇科调经养血用药市场趋势预测 | 105 |
| 第四节 妇科血瘀证用药市场分析 | 106 |
| 一、妇科血瘀证用药市场规模 | 106 |
| 二、妇科血瘀证用药市场竞争格局 | 106 |
| 三、妇科血瘀证用药市场趋势预测 | 107 |
| 第五节 其他妇科用药市场分析 | 107 |
| 一、乳腺用药市场分析 | 107 |
| 二、避孕药市场分析 | 107 |
| 三、不孕症用药市场分析 | 108 |
| 第八章 中国妇科用药区域行业市场分析 | 110 |
| 第一节 东北地区 | 110 |
| 第二节 华北地区 | 111 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第三节 华东地区 | 113 |
| 第四节 华中地区 | 115 |
| 第五节 华南地区 | 116 |
| 第六节 西部地区 | 118 |
| 第九章 2014-2015年中国妇科用药产品市场竞争格局分析 | 121 |
| 第一节 2014-2015年中国妇科用药行业竞争力分析 | 121 |
| 一、中国妇科用药行业要素成本分析 | 121 |
| 二、品牌竞争分析 | 121 |
| 三、技术竞争分析 | 123 |
| 第二节 2014-2015年中国妇科用药行业市场区域格局分析 | 124 |
| 一、生产区域竞争力分析 | 124 |
| 二、市场销售集中分布 | 126 |
| 三、国内企业与国外企业相对竞争力 | 126 |
| 第三节 2014-2015年中国妇科用药行业市场集中度分析 | 128 |
| 一、行业集中度分析 | 128 |
| 二、企业集中度分析 | 128 |
| 第四节 中国妇科用药行业五力竞争分析 | 129 |
| 一、“波特五力模型”介绍 | 129 |
| 二、妇科用药“波特五力模型”分析 | 132 |
| （1）行业内竞争 | 132 |
| （2）潜在进入者威胁 | 133 |
| （3）替代品威胁 | 133 |
| （4）供应商议价能力分析 | 133 |
| （5）买方侃价能力分析 | 134 |
| 第五节 2014-2015年中国妇科用药行业竞争策略分析 | 134 |
| 第十章 中国妇科用药行业需求与市场营销分析 | 136 |
| 第一节 妇科疾病总体药品需求情况 | 136 |
| 一、中国妇女数量变化 | 136 |
| 二、妇科疾病患病情况 | 137 |
| （1）妇科疾病发病率 | 137 |
| （2）妇科疾病病种分布 | 138 |
| （3）妇科疾病年龄分布 | 138 |

| | |
|-------------------|-----|
| (4) 妇科疾病区域分布 | 138 |
| 三、妇科用药总体需求分析 | 140 |
| 第二节 主要妇科疾病及药品需求分析 | 141 |
| 一、阴道炎 | 141 |
| (1) 患病情况 | 141 |
| (2) 治疗方式 | 142 |
| (3) 药品需求 | 143 |
| 二、宫颈疾病 | 144 |
| (1) 患病情况 | 144 |
| (2) 治疗方式 | 145 |
| (3) 药品需求 | 147 |
| 三、子宫肌瘤 | 147 |
| (1) 患病情况 | 147 |
| (2) 治疗方式 | 148 |
| (3) 药品需求 | 149 |
| 四、乳腺疾病 | 149 |
| (1) 患病情况 | 149 |
| (2) 治疗方式 | 151 |
| (3) 药品需求 | 153 |
| 五、其他妇科疾病 | 153 |
| 第三节 妇科用药消费行为分析 | 153 |
| 一、妇科用药消费现状 | 153 |
| 二、消费者购买渠道 | 154 |
| 三、消费者产品消费习惯 | 155 |
| 四、妇科炎症用药季节性消费特征 | 155 |
| 第四节 妇科用药市场营销分析 | 156 |
| 一、妇科用药市场销售渠道分析 | 156 |
| (1) 主要销售渠道 | 156 |
| (2) 销售渠道存在的问题 | 157 |
| (3) 销售渠道管理及策略 | 158 |
| 二、妇科用药零售药店销售情况 | 159 |
| 三、妇科用药医院销售情况 | 160 |

| | |
|------------------------|-----|
| 四、妇科用药市场营销模式 | 160 |
| (1) 医药代理营销模式 | 160 |
| (2) 专业化学术推广营销模式 | 163 |
| 第十一章 妇科用药优势企业竞争性财务数据分析 | 165 |
| 第一节 株洲千金药业股份有限公司 | 165 |
| 一、企业简介 | 165 |
| 二、经营情况分析 | 165 |
| (1) 企业主要经济指标 | 165 |
| (2) 企业偿债能力分析 | 166 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 167 |
| (4) 企业运营能力分析 | 168 |
| 三、企业竞争优势分析 | 169 |
| 四、企业主要经营业务分析 | 170 |
| 五、企业发展最新动态及未来发展分析 | 170 |
| 第二节 修正药业集团 | 172 |
| 一、企业简介 | 172 |
| 二、经营情况分析 | 176 |
| (1) 企业主要经济指标 | 176 |
| (2) 企业偿债能力分析 | 176 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 177 |
| (4) 企业运营能力分析 | 177 |
| 三、企业竞争优势分析 | 177 |
| 四、企业主要经营业务分析 | 178 |
| 五、企业发展最新动态及未来发展分析 | 181 |
| 第三节 西安杨森制药有限公司 | 183 |
| 一、企业简介 | 183 |
| 二、经营情况分析 | 184 |
| (1) 企业主要经济指标 | 184 |
| (2) 企业偿债能力分析 | 184 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 185 |
| (4) 企业运营能力分析 | 185 |
| 三、企业竞争优势分析 | 185 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 四、企业主要经营业务分析 | 187 |
| 五、企业发展最新动态及未来发展分析 | 189 |
| 第四节 北京同仁堂股份有限公司 | 191 |
| 一、企业简介 | 191 |
| 二、经营情况分析 | 198 |
| (1) 企业主要经济指标 | 198 |
| (2) 企业偿债能力分析 | 199 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 200 |
| (4) 企业运营能力分析 | 201 |
| 三、企业竞争优势分析 | 201 |
| 四、企业主要经营业务分析 | 202 |
| 五、企业发展最新动态及未来发展分析 | 204 |
| 第五节 汇仁集团有限公司 | 206 |
| 一、企业简介 | 206 |
| 二、经营情况分析 | 213 |
| (1) 企业主要经济指标 | 213 |
| (2) 企业偿债能力分析 | 213 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 214 |
| (4) 企业运营能力分析 | 214 |
| 三、企业竞争优势分析 | 214 |
| 四、企业主要经营业务分析 | 215 |
| 五、企业发展最新动态及未来发展分析 | 217 |
| 第十二章 2015-2020年中国妇科用药产业发趋势预测分析 | 219 |
| 第一节 2015-2020年中国妇科用药发展趋势分析 | 219 |
| 一、妇科用药产业技术发展方向分析 | 219 |
| 二、妇科用药竞争格局预测分析 | 220 |
| 三、妇科用药行业发展预测分析 | 220 |
| 第二节 2015-2020年中国妇科用药市场预测分析 | 221 |
| 一、妇科用药供给预测分析 | 221 |
| 二、妇科用药需求预测分析 | 221 |
| 三、妇科用药进出口预测分析 | 222 |
| 第三节 2015-2020年中国妇科用药市场盈利预测分析 | 223 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 第十三章 2015-2020年妇科用药行业发展投资前景研究及建议 | 224 |
| 第一节 妇科用药行业投资策略分析 | 224 |
| 一、坚持产品创新的领先战略 | 224 |
| 二、坚持品牌建设的引导战略 | 224 |
| 三、坚持工艺技术创新的支持战略 | 224 |
| 四、坚持市场营销创新的决胜战略 | 225 |
| 五、坚持企业管理创新的保证战略 | 225 |
| 第二节 妇科用药行业市场的重点客户战略实施 | 225 |
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 225 |
| 二、合理确立重点客户 | 226 |
| 三、对重点客户的营销策略 | 227 |
| 四、强化重点客户的管理 | 227 |
| 五、实施重点客户战略要解决的问题 | 228 |
| 第十四章 2015-2020年中国妇科用药行业投资机会与风险分析 | 230 |
| 第一节 2015-2020年中国妇科用药行业投资环境分析 | 230 |
| 第二节 2015-2020年中国妇科用药行业投资特性分析 | 230 |
| 一、2015-2020年中国妇科用药行业行业进入壁垒分析 | 230 |
| 二、2015-2020年中国妇科用药行业行业盈利模式分析 | 231 |
| 三、2015-2020年中国妇科用药行业行业影响因素分析 | 232 |
| 第三节 2015-2020年中国妇科用药行业投资机会分析 | 233 |
| 一、妇科用药投资潜力分析 | 233 |
| 二、妇科用药投资吸引力分析 | 234 |
| 第四节 2015-2020年中国妇科用药行业投资前景分析 | 235 |
| 一、市场竞争风险分析 | 235 |
| 二、政策风险分析 | 236 |
| 三、原料风险分析 | 236 |
| 四、其他风险分析 | 236 |

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1506/D571989OD2.html>