

2016-2022年中国妇科用药 行业前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国妇科用药行业前景研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/yuanliaoyao/4410439OG5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言：

妇科疾病主要包括各种妇科炎症、各种原因引起的月经不调、乳腺疾病、更年期系列疾病，以及孕产妇系列特殊疾病等，是一种患病率高、复发率高的疾病。由于女性特有的生理特点，以及近年来工作和家庭生活的压力逐渐加大，女性越来越容易患上各种妇科疾病。而且妇科疾病具患病率高、复发率高的特点，使得该市场规模每年以15%以上的速度增长。

妇科市场的欣欣向荣引得企业纷至沓来，而一直在妇科用药中充当重头兵的中成药市场虽然被化学药瓜分不少，但国民对中医理念的推崇，令中成药市场保持旺盛。通过样本医院中成药监测数据查询，妇科中成药市场有几百家企业在不同领域博弈，涉及的药物剂型多数以胶囊剂为主，占了40.3%的市场，洗液、颗粒剂和片剂也有10%左右的占比，膏剂、丸剂占比略小。

从女性平均年龄12岁月经初潮到51岁绝经，有40年的时间出现这种周期性现象，《黄帝内经》中有记载“女性之美，源于胞中”。女性的子宫、卵巢、盆腔、阴道等器官，在月经周期都会经受一次考验，这一系列生殖系统保持健康，女性才能真正做到由内到外的健康，如果出现月经不调，则预兆警钟开始拉响，及时调理内在才能杜绝隐患。因此市场上的妇科调经药物经久不衰。现在医院市场的妇科调经系列药物同样是以胶囊剂型为主导，占了53.4%的比重，而丸剂、颗粒剂、片剂也分别有11.8%、9.6%、9.0%的比例，口服液在该类用药中份额较少。

300~400家厂家在调经类市场竞争，涉及近200多个品种，其中乌鸡白凤丸、逍遥丸、益母草颗粒及八珍益母丸这些品种的同类厂家竞争数量最多。

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。

本妇科用药行业研究报告共十四章是智研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。智研数据研究中心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。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，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、智研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发展前景预测。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。

报告目录：

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 2016-2022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运行态势分析	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 2012-2015年中国妇科用药进出口数据监测分析	90
第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国妇科用药进出口平均单价分析	92
第四节 2012-2015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、妇科炎症用药市场发展前景	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发展前景	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发展前景	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 2016-2022年中国妇科用药产业发趋势预测分析	219
第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国妇科用药市场盈利预测分析	223
第十三章 2016-2022年妇科用药行业发展投资策略及建议	224
第一节 妇科用药行业发展策略分析	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关键客户战略实施	225
一、实施关键客户战略的必要性	225
二、合理确立关键客户	226
三、对关键客户的营销策略	227
四、强化关键客户的管理	227
五、实施关键客户战略要解决的问题	228
第十四章 2016-2022年中国妇科用药行业投资机会与风险分析	230
第一节 2016-2022年中国妇科用药行业投资环境分析	230
第二节 2016-2022年中国妇科用药行业投资特性分析	230
一、2016-2022年中国妇科用药行业行业进入壁垒分析	230
二、2016-2022年中国妇科用药行业行业盈利模式分析	231
三、2016-2022年中国妇科用药行业行业影响因素分析	232
第三节 2016-2022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 2016-2022年中国妇科用药行业投资风险分析ZY LZG	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 (ZY XZX)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/4410439OG5.html>