

# 2016-2022年中国抗前列腺 增生药行业发展趋势预测及投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展趋势预测及投资战略研究报告》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/F298471VLV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2015年我国前列腺用药行业总体市场规模约91.6亿元，同比2014年的79.75亿元增长了14.86%。

2015年我国抗前列腺增生药行业市场规模约59.82亿元，占比前列腺用药行业总体市场规模91.6亿元的65.3%。

前列腺增生（BPH）是中老年男性常见疾病，据统计，中青年男性前列腺炎占泌尿科门诊约25%~30%；而良性前列腺增生则是中老年生理退行性疾病，50岁以上的老年人的患病率为36%~38%，年龄越大，患病率越高。良性前列腺增生已经成为严重困扰我国中老年男性健康的疾病之一。

#### 消费多由处方带动

有数据显示，目前我国前列腺增生患者总数在1300万人左右，前列腺增生的患者只有在症状严重时才需要手术治疗，大多数患者一般都采取长期服药治疗。前列腺增生患者一般会先去医院进行确诊治疗，零售终端市场多由医院处方带动消费。

#### 日消费多在10元内

抗前列腺增生药物的剂型主要分为片剂、胶囊、丸剂以及其它一些占比不大的剂型。主要以片剂和胶囊为主，两者合计占了90%以上，垄断绝大部分的市场。抗前列腺增生用药主要是针对中老年群体，考虑到服用和携带方便，剂型相对单一。

在终端零售市场销售的抗前列腺增生药物主要分为化学药、中成药和其它类。化学药中领先前三的通用名产品是非那雄胺、盐酸坦索罗辛和盐酸特拉唑嗪，非那雄胺占比明显高于另外两个通用名产品，其中保列治在非那雄胺内以绝对的优势统领该通用名市场。盐酸坦索罗辛的代表药物是哈乐系列产品，盐酸特拉唑嗪以高特灵片表现较好。中成药市场代表药品有前列康、前列舒乐、前列安通等，三者合计占了将近一半的中成药市场。

#### 化学药主分两类

而在化学药市场方面，治疗前列腺增生症的药物主要有两类：一种是使前列腺体积缩小的药物，如保列治；一种是减少排尿阻力的药物，如马沙尼及哈乐。前者解决不了排尿困难的问题，而后者也不能使前列腺的体积缩小，两者不能相互替代。

本抗前列腺增生药行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，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。本中国抗前列腺增生药行业研究报告是2015-2016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、智研数据研究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。

报告揭示了中国抗前列腺增生药行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国抗前列腺增生药行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国抗前列腺增生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 抗前列腺增生药行业发展概述 1

### 第一节 抗前列腺增生药定义及分类 1

一、抗前列腺增生药的定义 1

二、抗前列腺增生药的种类 1

三、抗前列腺增生药的特性 2

四、抗前列腺增生药产品对比 3

### 第二节 抗前列腺增生药产业链分析 5

一、在医药行业中的地位 5

二、抗前列腺增生药发展史 5

三、国外抗前列腺增生药发展概况 6

四、中国抗前列腺增生药发展概况 9

## 第二章 2015年中国抗前列腺增生药行业市场发展环境分析 11

### 第一节 2015年中国经济环境分析 11

一、国民经济运行情况GDP 11

二、消费价格指数CPI、PPI 12

三、全国居民收入情况 15

四、恩格尔系数 17

五、工业发展形势 18

六、固定资产投资情况 20

七、中国汇率调整 21

八、对外贸易&进出口	23
第二节 2015年中国抗前列腺增生药行业政策环境分析	25
一、2015年抗前列腺增生药行业政策环境分析	25
二、2015年国内宏观政策对其影响	28
三、2015年行业产业政策对其影响	28
第三节 2015年中国抗前列腺增生药行业社会环境分析	30
一、人口环境分析	30
二、教育环境分析	32
三、文化环境分析	35
四、生态环境分析	37
五、中国城镇化率	39
六、居民的各种消费观念和习惯	40
第四节 2015年中国抗前列腺增生药行业技术环境分析	45
一、国内抗前列腺增生药技术现状	45
二、2015年抗前列腺增生药技术发展分析	47
三、2016-2022年抗前列腺增生药技术发展趋势分析	47
第五节 中国医药卫生体制改革分析	48
一、医药卫生体制改革意义	48
二、医药卫生体制改革思想及目标	49
三、医药卫生体系与制度改革分析	50
四、医药卫生体系改革方向	51
五、医药卫生体制改革重点工作分析	53
六、医药卫生体制改革步骤分析	54
七、新医改8500亿的投向分析	54
八、新医改对抗前列腺增生药行业的影响分析	56
第三章 2014年中国抗前列腺增生药行业发展现状分析	57
第一节 全国抗前列腺增生药市场分析	57
一、全国抗前列腺增生药市场规模分析	57
二、全国抗前列腺增生药市场变化趋势	58
第二节 抗前列腺增生药市场需求分析	59
一、抗前列腺增生药市场销量分析	59

二、抗前列腺增生药市场用量预测	59
第三节 抗前列腺增生药市场价格分析	60
一、抗前列腺增生药市场价格影响因素	60
二、抗前列腺增生药市场价格走势	61
第四节 对中国抗前列腺增生药市场的分析及思考	62
一、抗前列腺增生药市场特点	62
二、抗前列腺增生药市场分析	62
三、抗前列腺增生药市场变化的方向	68
四、中国抗前列腺增生药产业发展的新思路	68
五、对中国抗前列腺增生药产业发展的思考	69
第四章 2015年中国抗前列腺增生药行业经济运行分析	72
第一节 2013-2015年抗前列腺增生药产量分析	72
一、2014年主要抗前列腺增生药产量分析	72
二、2015年主要抗前列腺增生药产量分析	73
第二节 2012-2015年抗前列腺增生药行业主要经济指标分析	74
一、销售收入前十家企业分析	74
二、2014年抗前列腺增生药行业主要经济指标分析	75
三、2015年抗前列腺增生药行业主要经济指标分析	76
第三节 2012-2015年抗前列腺增生药行业进出口分析	78
一、2015年抗前列腺增生药产品进口分析	78
二、2015年抗前列腺增生药产品出口分析	79
三、2015年抗前列腺增生药产品进出口分析	80
第四节 2012-2015年中国抗前列腺增生药行业绩效分析	84
一、2012-2015年行业产销情况	84
二、2012-2015年行业规模情况	85
三、2012-2015年行业盈利能力	86
四、2012-2015年行业经营发展能力	86
五、2012-2015年行业偿债能力分析	87
第五章 抗前列腺增生药市场行为研究	88
第一节 消费者行为研究	88

一、症状表现及认知	88
二、患者主要流向研究	89
三、消费者对抗前列腺增生药的品牌认知	89
四、消费者对常用药物的评价	90
第二节 药店终端研究	91
一、店员推荐品牌	91
二、消费者购买情况	91
三、零售终端铺货情况	92
第六章 2015年中国抗前列腺增生药消费市场分析	93
第一节 抗前列腺增生药市场特征分析	93
一、抗前列腺增生药市场消费特征	93
二、抗前列腺增生药消费者行为分析	94
三、抗前列腺增生药市场特征分析	94
第二节 消费行为及心理分析	94
一、主要城市抗前列腺增生药市场调查	94
二、消费者治疗的方法	95
三、消费者治疗的花费	95
四、消费者青睐的品牌	96
第三节 连锁药店市场分析	97
一、连锁药店市场分析	97
二、重庆和平药房连锁有限公司	97
三、天津中新药业连锁药店	98
四、重庆桐君阁大药房连锁	99
五、深圳一致	100
六、青岛国风大药房连锁	101
七、四川天诚大药房	102
八、中联大药房	102
九、辽宁成大方圆	103
十、黄庆仁栈药店	104
十一、海王星辰	104

## 第七章 2014年中国抗前列腺增生药细分市场发展分析 106

### 第一节 非那甾胺 106

一、2012-2015年非那甾胺市场规模及份额 106

二、2012-2015年非那甾胺产销情况及趋势 106

三、2012-2015年非那甾胺市场格局及竞争 108

四、2012-2015年非那甾胺市场价格及走势 109

五、2016-2022年非那甾胺发展趋势分析 110

### 第二节 坦索罗辛 110

### 第三节 乌拉地尔 111

### 第四节 舍尼通 112

### 第五节 特拉唑嗪 112

### 第六节 吡酮莫特 113

### 第七节 多沙唑嗪 114

### 第八节 爱普列特 115

### 第九节 黄酮哌酯 116

### 第十节 托特罗定 117

## 第八章 2015年中国抗前列腺增生药行业竞争格局分析 118

### 第一节 抗前列腺增生药行业历史竞争格局概况 118

一、抗前列腺增生药行业集中度分析 118

二、抗前列腺增生药行业竞争程度分析 118

### 第二节 中国抗前列腺增生药产业研发力分析 119

一、抗前列腺增生药产业研发重要性分析 119

二、中外抗前列腺增生药研发投入和运作方式对比 119

三、中国抗前列腺增生药研发力问题分析 121

### 第三节 抗前列腺增生药行业竞争格局分析 122

一、中国抗前列腺增生药市场竞争分析 122

二、国内主要抗前列腺增生药企业动向 122

三、国内抗前列腺增生药拟在建项目分析 124

### 第四节 2013-2015年抗前列腺增生药品牌竞争分析 124

一、2014年销售前10名抗前列腺增生药品牌 124

二、2015年销售前10名抗前列腺增生药品牌 125



三、2015年主要抗前列腺增生药品牌市场调查 125

四、2016-2022年抗前列腺增生药品牌竞争趋势 126

第九章 2014年中国抗前列腺增生药企业竞争策略分析 127

第一节 抗前列腺增生药市场竞争策略分析 127

一、2015年抗前列腺增生药市场增长潜力分析 127

二、2015年抗前列腺增生药主要潜力品种分析 127

三、现有抗前列腺增生药产品竞争策略分析 128

四、潜力抗前列腺增生药品种竞争策略选择 129

五、典型企业产品竞争策略分析 129

第二节 抗前列腺增生药企业竞争策略分析 130

一、金融危机对抗前列腺增生药行业竞争格局的影响 130

二、金融危机后抗前列腺增生药行业竞争格局的变化 131

三、2016-2022年中国抗前列腺增生药市场竞争趋势 132

四、2016-2022年抗前列腺增生药行业竞争格局展望 134

五、2016-2022年抗前列腺增生药行业竞争策略分析 134

第十章 2015年中国抗前列腺增生药优势生产企业竞争力分析 136

第一节 浙江仙琚制药股份有限公司 136

一、企业概况 136

二、企业主要经济指标分析 137

三、企业盈利能力分析 138

四、企业偿债能力分析 139

五、企业运营能力分析 140

六、企业成长能力分析 140

第二节 河南天方药业股份有限公司 141

一、企业概况 141

二、企业主要经济指标分析 142

三、企业盈利能力分析 142

四、企业偿债能力分析 143

五、企业运营能力分析 144

六、企业成长能力分析 145

第三节 江苏联环药业股份有限公司	145
一、企业概况	145
二、企业主要经济指标分析	147
三、企业盈利能力分析	148
四、企业偿债能力分析	149
五、企业运营能力分析	150
六、企业成长能力分析	150
第四节 西安利君制药有限责任公司	151
一、企业概况	151
二、企业主要经济指标分析	152
三、企业盈利能力分析	153
四、企业偿债能力分析	153
五、企业运营能力分析	153
六、企业成长能力分析	154
第五节 其它企业分析	154
一、中美杭州默沙东制药有限公司	154
二、北京赛科制药有限公司	154
三、扬子江药业集团江苏制药股份有限公司	156
四、江苏南京美瑞制药有限公司	156
五、山之内制药(中国)有限公司	156
六、德国百克顿药厂	157
七、辽宁大连辉瑞制药有限公司	157
八、上海雅培制药有限公司	158
九、浙江杭州赛诺菲生德拉堡民生制药有限公司	160
十、河北太阳石(唐山)药业有限公司	161
十一、浙江海利集团有限公司	162
十二、德国马博士大药厂	162
第十一章 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展趋势分析	164
第一节 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展前景分析	164
一、全球抗前列腺增生药行业发展前景分析	164
二、中国抗前列腺增生药行业发展前景分析	164

第二节 2016-2022年中国抗前列腺增生药市场趋势分析	165
一、2016-2022年中国抗前列腺增生药发展趋势分析	165
二、2012-2015年中国抗前列腺增生药市场趋势总结	165
三、2016-2022年中国抗前列腺增生药市场发展空间	166
第三节 2016-2022年抗前列腺增生药产业发展趋势分析	166
一、2016-2022年抗前列腺增生药产业政策趋向	166
二、2016-2022年抗前列腺增生药技术革新趋势	166
三、2016-2022年抗前列腺增生药价格走势分析	167
四、2016-2022年抗前列腺增生药产品趋势分析	167
五、2016-2022年抗前列腺增生药营销趋势分析	167
第十二章 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展预测分析	169
第一节 未来抗前列腺增生药需求与消费预测	169
一、2016-2022年抗前列腺增生药产品消费预测	169
二、2016-2022年抗前列腺增生药市场规模预测	169
三、2016-2022年抗前列腺增生药行业总产值预测	170
四、2016-2022年抗前列腺增生药行业销售收入预测	171
五、2016-2022年抗前列腺增生药行业总资产预测	171
第二节 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业供需预测	172
一、2016-2022年中国抗前列腺增生药供给预测	172
二、2016-2022年中国抗前列腺增生药产量预测	173
三、2016-2022年中国抗前列腺增生药需求预测	174
四、2016-2022年中国抗前列腺增生药供需平衡预测	174
五、2016-2022年中国抗前列腺增生药产品价格预测	175
六、2016-2022年主要抗前列腺增生药产品进出口预测	175
第十三章 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业投资现状分析	177
第一节 2014年抗前列腺增生药行业投资情况分析	177
一、2014年总体投资及结构	177
二、2014年投资规模情况	177
三、2014年投资增速情况	178
四、2014年分行业投资分析	178

五、2014年分地区投资分析	179
六、2014年外商投资情况	179
第二节 2015年抗前列腺增生药行业投资情况分析	180
一、2015年总体投资及结构	180
二、2015年投资规模情况	181
三、2015年投资增速情况	181
四、2015年分行业投资分析	182
五、2015年分地区投资分析	182
六、2015年外商投资情况	183
第十四章 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业投资机会与风险分析	184
第一节 抗前列腺增生药行业投资效益分析	184
一、2013-2015年抗前列腺增生药行业投资状况分析	184
二、2016-2022年抗前列腺增生药行业投资效益分析	184
三、2016-2022年抗前列腺增生药行业投资趋势预测	185
四、2016-2022年抗前列腺增生药行业的投资方向	186
五、2016-2022年抗前列腺增生药行业投资的建议	186
六、新进入者应注意的障碍因素分析	187
第二节 影响抗前列腺增生药行业发展的主要因素	187
一、2016-2022年影响抗前列腺增生药行业运行的有利因素分析	187
二、2016-2022年影响抗前列腺增生药行业运行的稳定因素分析	188
三、2016-2022年影响抗前列腺增生药行业运行的不利因素分析	189
四、2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展面临的挑战分析	190
五、2016-2022年中国抗前列腺增生药行业发展面临的机遇分析	191
第三节 抗前列腺增生药行业投资风险及控制策略分析	192
一、2016-2022年抗前列腺增生药行业市场风险及控制策略	192
二、2016-2022年抗前列腺增生药行业政策风险及控制策略	193
三、2016-2022年抗前列腺增生药行业经营风险及控制策略	193
四、2016-2022年抗前列腺增生药行业技术风险及控制策略	194
五、2016-2022年抗前列腺增生药同业竞争风险及控制策略	194
六、2016-2022年抗前列腺增生药行业其他风险及控制策略	194

第十五章 2016-2022年中国抗前列腺增生药行业投资战略研究 196

第一节 市场策略分析 196

一、抗前列腺增生药价格策略分析 196

二、抗前列腺增生药渠道策略分析 196

第二节 销售策略分析 197

一、媒介选择策略分析 197

二、产品定位策略分析 198

三、企业宣传策略分析 198

第三节 对中国抗前列腺增生药品牌的战略思考 199

一、企业品牌的重要性 199

二、抗前列腺增生药实施品牌战略的意义 200

三、抗前列腺增生药企业品牌的现状分析 201

四、中国抗前列腺增生药企业的品牌战略 201

五、抗前列腺增生药品牌战略管理的策略 201

第四节 抗前列腺增生药行业投资战略研究(ZY PXS) 202

一、2015年医药行业投资战略 202

二、2015年抗前列腺增生药行业投资战略 214

三、2016-2022年抗前列腺增生药行业投资战略 215

四、2016-2022年细分行业投资战略 215

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/F298471VLV.html>