



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国血液制品市场 调研与发展前景预测报告

# 一、调研说明

《2008-2010年中国血液制品市场调研与发展前景预测报告》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/52177.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

### 第一章 血液制品行业概述 1

#### 第一节 血液制品的定义及分类 1

##### 一、血液制品的定义 1

##### 二、血液制品的定义及分类 1

#### 第二节 血液制品行业的特点 3

##### 一、安全性对于血液制品来说其重要性不言而喻 3

##### 二、血浆提纯水平和综合利用水平要求高技术性 3

##### 三、规模经济 3

##### 四、高行业集中度 4

### 第二章 国际血液制品行业分析 5

#### 第一节 国际血液制品行业地区竞争结构 5

#### 第二节 国际血液制品行业特点 5

##### 一、行业集中度非常高 5

##### 二、欧美市场：严格监管和重组兼并导致寡头垄断 6

#### 第三节 世界血液制品消耗量 6

##### 一、世界血液制品的消耗情况 6

##### 二、世界血液安全形势严峻 7

#### 第四节 世界领先企业竞争格局 8

##### 一、2005年世界主要血制品企业市场格局 8

##### 二、血制品巨头产品链及产品结构 9

##### 三、世界主要血制品巨头的血浆产能 10

#### 第五节 国外血浆蛋白产业现状及发展趋势 11

##### 一、血浆蛋白产业的全球格局和现状 11

##### 二、主要血浆蛋白产品的市场销量和发展趋势 13

##### 三、血浆蛋白产业的成功经验和面临的挑战 16

#### 第六节 国际血液制品行业未来发展趋势 17

##### 一、欧洲施行新的血液制品安全规定 17

##### 二、血液制品的发展趋势 18

第三章 2006-2007年中国血液制品行业分析	19
第一节 中国血液制品行业的市场概况	19
一、我国血液制品的发展历程	19
二、中国血液制品行业企业数量情况	20
四、血液制品行业国内市场情况	22
三、血浆采集方式对中国血液制品行业的影响	24
四、中国血液制品短缺	26
第二节 2007-2008年血液制品行业动态分析	33
一、血液制品疫苗生产企业派驻监督员	33
二、国家药监局进一步实施血液制品批签发工作	34
三、血液制品企业2008年6月底前建原料血浆检疫期	35
第三节 中国血液制品行业的市场规模和市场结构	35
一、中国血液制品行业市场规模	35
二、2005-2006年中国血液制品行业市场结构	37
三、中国血液制品行业盈利性	39
第四节 中国血液制品行业存在的问题和发展思路	40
一、我国血液制品行业存在五大问题	40
二、我国血液制品行业发展思路	41
第四章 中国血液制品行业的竞争格局	43
第一节 影响中国血液制品行业竞争的因素	43
一、行政进入壁垒	43
二、血浆采集方式改变影响中国血液制品行业的竞争格局	43
三、资金和规模	44
四、投浆量和血浆提取分离技术是两个关键指标	44
三、血液制品行业发展的有利因素与不利因素	45
第二节 中国血液制品行业竞争格局和市场占有率	46
第三节 我国血液制品行业的发展趋势	52
一、政府对血液制品行业监管将进一步加强，确保血液制品的安全性	52
二、行业集中度将进一步加剧	53
三、白蛋白以外产品的市场推广，仍需较长的培育期	53

## 第五章 中国血液制品细分市场分析 55

### 第一节 人血白蛋白 55

#### 一、市场情况总体叙述 55

#### 三、人血白蛋白价格紧急上调 57

#### 三、人血白蛋白市场潜力 58

### 第二节 静脉用人丙种球蛋白（静丙，IVIG） 63

### 第三节 破伤风免疫球蛋白（HTIG） 65

### 第四节 凝血因子市场 66

### 第五节 狂犬病免疫球蛋白 68

## 第六章 2007年中国血液制品领先企业分析 70

### 第一节 优势企业分析——华兰生物工程股份有限公司 70

#### 一、公司简介 70

#### 二、公司业务范围及主要产品 72

#### 三、公司财务状况分析 72

#### 四、公司竞争力分析 76

#### 五、对公司未来发展的展望 79

### 第二节 优势企业分析——上海莱士血制品有限公司 80

#### 一、上海莱士简介 80

#### 二、上海莱士的主要产品情况 81

#### 三、2003-2007年公司财务状况 85

#### 四、上海莱士的竞争地位分析 87

#### 五、上海莱士竞争优势 89

#### 六、上海莱士竞争劣势 93

### 第三节 优势企业分析——成都蓉生药业有限公司公司简介 93

#### 一、公司简介 94

#### 二、公司的主要产品情况 95

#### 三、公司财务状况 96

## 图表目录

### 图表1 国际血液制品市场份额结构图 5

图表 2	国际血液制品行业的主要公司	6
图表 3	全球白蛋白的消耗量变化表	6
图表 4	全球白蛋白的消耗量趋势图	7
图表 5	2005年世界主要血制品企业市场格局	8
图表 6	大型企业市场占有情况分析	9
图表 7	2005年世界主要血液制品公司产品销售结构	9
图表 8	2006 年国际血液制品市场构成	10
图表 9	世界主要血制品巨头的血浆产能（吨）	11
图表 10	国内主要血液制品品种和血液制品主要企业一览表	21
图表 11	2002-2006年全国血液制品销售收入与投浆量趋势	22
图表 12	2000 ~ 2005年16个大城市医院血液系统用药金额排名前五位药物	23
图表 13	2005-2007年 1-6月血液制品行业毛利率情况分析	23
图表 14	2006年国内进口人血白蛋白注射液主要品牌	27
图表 15	2001-2006年样本医院白蛋白市场使用金额	27
图表 16	2001-2009年白蛋白价格走势及预测	28
图表 17	2006 年国内血液制品市场构成	29
图表 18	2006 年国际血液制品市场构成	29
图表 19	血液制品市场情况图	30
图表 20	2001-2009年全国投浆量变化情况及预测	31
图表 21	2005-2007年中国发布的血液制品监管政策	32
图表 22	2002-2006年中国血液制品行业销售收入变化表	36
图表 23	2002-2006年中国血液制品行业销售收入变化趋势表	36
图表 24	血液制品行业前四大企业的产品品种一览表	37
图表 25	国内外血液制品企业收入结构	37
图表 26	2005年我国血液制品的收入结构	37
图表 27	国外血液制品的收入结构分析	38
图表 28	2006 年国内血液制品市场构成	38
图表 29	2006年主要血制品企业单吨血浆销售收益（万）	39
图表 30	2003年中国血液制品行业六大生产企业投浆量所占比例图	47
图表 31	2005年中国血液制品行业六大生产企业投浆量所占比例图	47
图表 32	2003年和2005年血液制品行业投浆量所占比例分析	48
图表 33	2005 年卫生部计划采浆量一览表	49

图表 34	2003年中国血液制品行业重点企业投浆量在全国所占份额变动情况趋势图	49
图表 35	2005年中国血液制品行业重点企业投浆量在全国所占份额变动情况趋势图	49
图表 36	2006年全国血液制品生产企业投浆量分布	51
图表 37	1985-2006年国家对血液制品行业的相关法规政策	52
图表 38	中国止血药的市场结构图	56
图表 39	中国白蛋白的价格变动一览表	58
图表 40	2001-2007年人血白蛋白的价格走势图	62
图表 41	2006年中国市场上人血白蛋白市场概况	62
图表 42	2006年静脉用人丙种球蛋白主要厂商市场占有率	64
图表 43	2006年破伤风免疫球蛋白主要厂商市场占有率	65
图表 44	2006年中国市场上PCC概况	67
图表 45	2006年中国市场上VIII因子的概况	67
图表 46	狂犬病免疫球蛋白市场占有情况	68
图表 47	2003-2006年狂犬病免疫球蛋白市场增长情况	69
图表 48	2003—2007年华兰生物销售情况一览表	73
图表 49	2003—2007年华兰生物销售情况趋势图	74
图表 50	2003-2007年华兰生物赢利性变动情况一览表	74
图表 51	2003-2007年华兰生物赢利性变动情况趋势图	74
图表 52	2006年主营业务收入、主营业务利润按行业、分产品的构成情况	75
图表 53	2007年主营业务收入、主营业务利润按行业、分产品的构成情况	75
图表 54	2006年主营业务分地区构成情况	76
图表 55	2007年主营业务分地区构成情况	76
图表 56	华兰生物2002-2006年年起单吨血浆产生的收入增长趋势图	78
图表 57	华兰生物2004-2008年年起人血白蛋白在主营业务收入中的比重	78
图表 58	上海莱士的产品系列和产品规格一览表	81
图表 59	上海莱士人血白蛋白（ALB）工艺流程	82
图表 60	上海莱士静注射人免疫球蛋白（IVIG）工艺流程	83
图表 61	上海莱士人凝血因子VIII（AHF）工艺流程	83
图表 62	上海莱士人凝血酶原复合物工艺流程	84
图表 63	上海莱士冻干人纤维蛋白原工艺流程	84
图表 64	2003—2007年上海莱士销售情况一览表	85
图表 65	2003—2007年上海莱士销售情况趋势图	85

图表 66	2003—2007年1-6月上海莱士赢利性变动情况一览表	86
图表 67	2003—2007年上海莱士赢利性变动情况一览表	86
图表 68	2005-2007年上海莱士主要产品的生产能力、实际产量、销量及产销率	86
图表 69	2005-2007年上海莱士主营业务收入构成情况	87
图表 70	2006 年前六大血液制品企业投浆量情况	88
图表 71	主要血液制品企业的销售区域分布	88
图表 72	上海莱士产品的国内市场占有率情况	89
图表 73	上海莱士双重病毒灭活方法	90
图表 74	上海莱士主要产品质量与国家标准（《中国药典》）比较	90
图表 75	蓉生药业的产品系列和产品规格图表	95
图表 76	2003—2007年蓉生药业销售情况一览表	96
图表 77	2003—2007年蓉生药业销售情况趋势图	96
图表 78	2003—2007年蓉生药业赢利性变动情况一览表	97
图表 79	2003—2007年蓉生药业赢利性变动情况一览表	97

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/52177.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。