

行業概覽

我們相信，[編纂]本節及其他章節資料的來源為有關資料的合適來源，並已在摘錄及轉載有關資料時採取合理審慎態度。我們並無理由相信有關資料屬虛假或具有誤導成份，或遺漏任何事實致使有關資料屬虛假或具有誤導成份。董事經合理審慎考慮後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起市場資料並未發生限定、抵觸該資料或對該資料產生重大影響的不利變更。來自官方及非官方來源的資料並未經我們、獨家[編纂]、獨家[編纂]、[編纂]及[編纂]、任何我們或彼等各自的董事及顧問，或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦無就其準確性發表任何聲明。因此，此節所載來自官方及非官方來源的資料未必準確，不應過分倚賴。

資料來源

為進行[編纂]，我們委聘弗若斯特沙利文對中國藥品市場進行詳盡分析並編製行業報告。我們已就編製弗若斯特沙利文報告合共產生人民幣870,000元的費用及開支。是項金額的付款並非視乎我們的成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結論而定。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他行業報告。

弗若斯特沙利文成立於1961年，總部設於美國，為全球獨立市場研究及諮詢公司。弗若斯特沙利文所提供服務包括為不同行業作出市場評估、競爭基準分析以及策略及市場規劃。我們在本[編纂]載有弗若斯特沙利文報告的若干資料，是因為我們相信該等資料有助於有意[編纂]了解有關市場的情況。

弗若斯特沙利文從中國多個來源取得初級及二級研究資料進行獨立研究。初級研究包括與高級健康專業人士、中國最大經銷商、主要藥品組織、其他中國政府附屬研究機構及其他有關本公司業務的專家等領頭行業參與者面談。二級研究包括審閱弗若斯特沙利文本身研究數據庫的公司報告、獨立研究報告及數據。弗若斯特沙利文及我們相信編製弗若斯特沙利文報告所用的基本假設(包括未來預測所用者)真實、準確及不具誤導成份。弗若斯特沙利文已獨立分析資料，但審閱結論準確與否基本取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文所作調查或會受該等假設是否準確及選擇該等初級及二級研究資料的影響。

請參閱本[編纂]「風險因素—有關[編纂]及我們股份的風險—本[編纂]有關中國、中國經濟及相關行業的若干統計數據及其他資料摘錄自多個來源，未必可靠」一節。

中國醫療保健市場概覽

我們在中國快速增長的醫療保健行業中經營業務。醫療保健行業的參與者包括製藥廠商，藥品營銷、推廣及渠道管理服務，或營銷、推廣及渠道管理服務以及醫院與其他醫療機構等醫療服務供應商。

中國醫療保健行業的主要增長動力

經濟增長

就名義國內生產總值而言，中國現為第二大經濟體。中國是世界上發展最快的經濟體之一。根據中國國家統計局(「國家統計局」)的數據，中國的名義國內生產總值由2010年的人民幣408,903億元增至2014年的人民幣636,463億元，複合年增長率達11.7%，而根據國際貨幣基金組織(「國際貨幣基金組織」)的數據，預期2015年至2019年中國的名義國內生產總值將按7.8%的複合年增長率增至人民幣933,236億元。根據國家統計局的資料，2010年至2014年，與G8國家同期平均增長率1.6%相比，中國的人均名義國內生產總值由人民幣30,567.0元增至人民幣46,531.2元，複合年增長率為11.1%。根據國際貨幣基

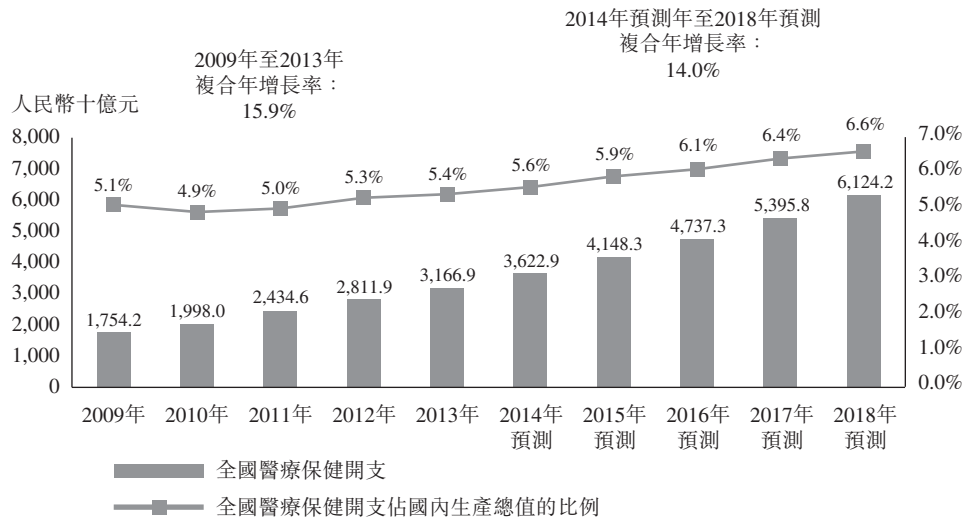
行業概覽

金組織的資料，與G8國家同期平均增長率3.9%相比，中國的人均名義國內生產總值預計由2015年的人民幣50,172.9元增至2019年的人民幣66,475.5元，複合年增長率為7.3%。

健康意識提高及醫療保健開支上升

隨著經濟增長，2009年至2013年，中國衛生總費用按15.9%的複合年增長率迅速增加。預期2014年至2018年仍將按14.0%的複合年增長率保持兩位數增長。2009年至2018年衛生費用總額的絕對數以及佔中國國內生產總值的比例載列如下：

衛生費用總額以及佔中國國內生產總值的比例(2009年至2018年預測)



資料來源：國家統計局與弗若斯特沙利文報告

中國人均醫療保健開支亦由2010年的人人民幣1,490.1元迅速增至2014年的人人民幣2,327.4元，複合年增長率為15.4%。預期2018年將達到人民幣4,390.5元，2015年至2018年的複合年增長率為13.5%。儘管中國高速增長且為全球第二大經濟體，衛生費用名列第二，惟按人均醫療保健開支計，中國在全球僅排名第93位，而於2014年，衛生費用僅佔國內生產總值的5.6%。下表載列全球十大醫療保健市場2014年若干主要醫療保健開支統計資料的比較：

國家	2014年 衛生費用 總額排名	2014年 衛生費用 總額 (十億美元)	2010年至 2014年 衛生費用 複合年 增長率	2014年 估計人均 衛生費用 (美元)	2014年 估計人均 衛生費用 全球排名*	2014年 衛生費用 總額 佔國內生產 總值百分比
美國	1	2,961.3	3.8%	9,288.0	3	17.0%
中國	2	584.4	18.2%	431.0	93	5.6%
日本	3	473.3	(2.5%)	3,764.0	21	10.4%
德國	4	436.7	2.6%	5,391.0	13	11.3%
法國	5	334.6	2.2%	5,176.0	14	11.8%
英國	6	274.6	5.0%	4,290.0	18	9.3%
巴西	7	234.6	4.2%	1,157.0	42	10.0%
意大利	8	191.3	(0.8%)	3,199.0	22	9.1%
俄羅斯聯邦	9	115.4	2.3%	810.0	58	6.2%
印度	10	82.0	5.8%	65.3	155	4.0%

* 基於國際貨幣基金組織的估計

資料來源：經濟學人智庫(「經濟學人智庫」)、國際貨幣基金組織及弗若斯特沙利文報告

行業概覽

政府支持及醫療改革計劃

2009年3月17日，中國政府發佈《中共中央：國務院關於深化醫藥衛生體制改革的意見》，並推出醫療體系全面改革計劃。該計劃主要針對下列四類中國醫療保健體系：

- 公共衛生服務體系由中國政府全資供款，提供輔助醫療服務。
- 公共醫療保險體系為大部分人民提供藥品及醫療保險。
- 公共醫療分配體系在中國建立更多醫院及醫療保健設施，加強對醫療保健專業人員的培訓。
- 藥品供應體系，監管藥品定價及醫療保健設施及機構藥品採購、處方及配藥方式。

中國的最新醫療改革計劃

其後，中國政府於2012年宣佈具體的計劃達成最終向居民提供便捷實惠的醫療保健的目標。中國政府在計劃中設定2020年前完成中長期目標以增加醫療預算總額、提高醫療保險體系的效率及利用率、改革基本醫藥制度及通過增建醫院或擴大經營規模而增加醫療服務供應。

政府有關藥品定價的法規與改革

《醫療保險目錄》分為甲類目錄及乙類目錄兩部分。省級政府須將《醫療保險目錄》內全部甲類目錄的藥品納入《省級保險目錄》的甲類目錄，但可增加《省級保險目錄》內乙類目錄的藥品或自《省級保險目錄》中剔除《醫療保險目錄》內部分乙類目錄的藥品，惟所變更的藥品總數不得超過《醫療保險目錄》內乙類目錄藥品總數的15%。因此，各省的《省級保險目錄》內乙類目錄的藥品可能不同。安可欣為《醫療保險目錄》的甲類目錄藥品，人血白蛋白注射液、泰特及愛賽福為《醫療保險目錄》的乙類目錄藥品，該四類藥品均為所有省份《省級保險目錄》的乙類目錄藥品，而麥道必及滔羅特分別獲納入8個及10個《省級保險目錄》乙類目錄。

國家發改委曾為多種藥品制定零售價上限，包括《保險目錄》所列西藥及中藥以及不合資格報銷的若干產品。2015年5月，國家發改委發佈《關於印發推進藥品價格改革意見的通知》。根據該通知，自2015年6月1日起所有醫藥產品(包括我們組合產品)的價格上限將取消，惟該等產品須符合醫保局及其他相關部門建立更為市場主導的指導價格。隨著價格開放，血漿藥品因需求高，日後或可加價。然而，不能保證會否加價。

中國醫藥市場的主要機遇及挑戰

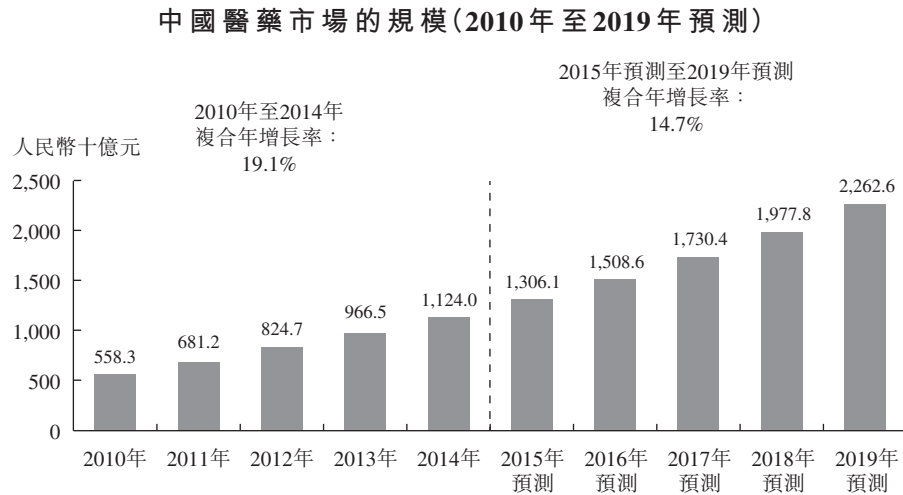
經濟有利增長、人口老化、政府持續投資及研發支持為中國醫藥市場營造有利環境。然而，醫藥市場亦面臨挑戰，例如低端市場競爭激烈、價格調控措施及眾多參與者瓜分市場。

行業概覽

中國醫藥市場

中國醫藥市場概覽

2010年至2014年，中國醫藥市場的複合年增長率為19.1%，預期2015年至2019年的複合年增長率為14.7%，超過名義國內生產總值的預測增長率。2010年至2019年中國醫藥市場的市場規模載列如下：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，2014年按銷售額計中國醫藥市場十大治療領域包括抗感染(如安可欣及麥道必)、心臟內科(如愛賽福)、門診輸液(如人血白蛋白注射液)、神經內科、胃腸科(如人血白蛋白注射液、泰特及滔羅特)、腫瘤科(如人血白蛋白注射液及我們的備選產品Sinco I)、血液科(如我們的備選產品Sinco I)、內分泌科及呼吸科等。其中呼吸科、腫瘤科、內分泌科及神經內科治療領域預期按高於整體市場的增長率發展。下表載列2010年至2019年按治療領域劃分的複合年增長率與市場規模：

複合年增長率	總額	抗感染	心臟內科	門診輸液	神經內科	胃腸科	腫瘤科	血液科	內分泌科	呼吸科
2010年至2014年										
複合年增長率.....	19.1%	6.8%	18.4%	18.4%	23.2%	18.4%	21.6%	24.0%	26.2%	23.2%
2015年預測至2019年預測										
複合年增長率.....	14.7%	3.1%	11.7%	11.4%	15.1%	11.0%	20.5%	13.4%	16.4%	21.0%
2014年的市場規模										
(人民幣十億元).....	1,124.0	201.0	137.9	97.1	90.5	86.4	67.4	52.8	45.0	31.5

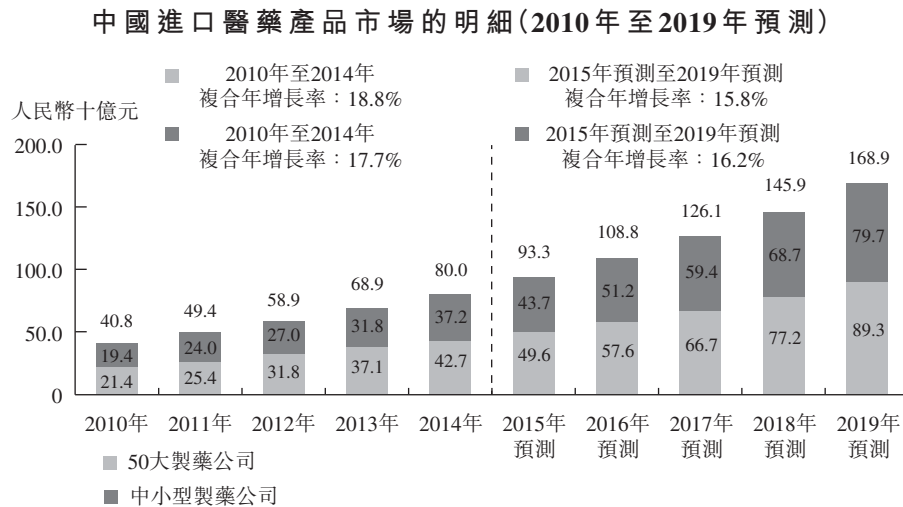
資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國進口醫藥產品市場

中國進口醫藥市場由2010年的人民幣408億元增加至2014年的人民幣800億元，複合年增長率為18.3%。預計2015年至2019年將按16.0%的複合年增長率增至人民幣1,689億元，將超過同期中國整體醫藥市場14.7%的預期複合年增長率。就進口醫藥產品市場而言，由於中小型製藥公司能以更優惠的價格為中國市場靈活定製藥品，因此於2015年至2019年，預期中小型製藥公司(即按收益計50大製藥公司(包括我們目前的供應商奧克特瑛瑪、麥道甘美、貝斯迪及福斯卡瑪)以外的製藥公司)所生產藥品的複合年增

行業概覽

長率為16.2%，高於大型製藥公司所產藥品預期15.8%的複合年增長率。下圖說明2010年至2019年進口醫藥產品市場的明細、增長率及市場規模：



資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國進口醫藥產品的主要增長動力

中國進口醫藥產品市場的主要增長動力包括以下：

- **需求增長**—人口老化、生活方式改變與環境問題導致中國對高品質醫藥產品的需求增長。
- **消費能力增強**—由於可支配收入與醫療保健開支增加，健康意識以及有關藥品的醫療改革加強，進口醫藥產品日漸實惠。
- **質量意識**—越來越多的中國患者認為外國廠商的產品品質更可靠，由於國內產品醜聞多次曝光後彼等對其品質有所疑慮。
- **推出新產品及加強銷售力度**—海外製藥公司(包括現有生產商與新增生產商)均渴望把握中國的市場潛力，擴大彼等的市場份額。
- **對「原研品牌通用名藥」的市場需求較大**—類似中國的發展中國家，非專利藥品原創品牌的銷售通常保持穩定增速，是由於該等藥品的品牌與品質備受認可。

中國血漿藥品市場

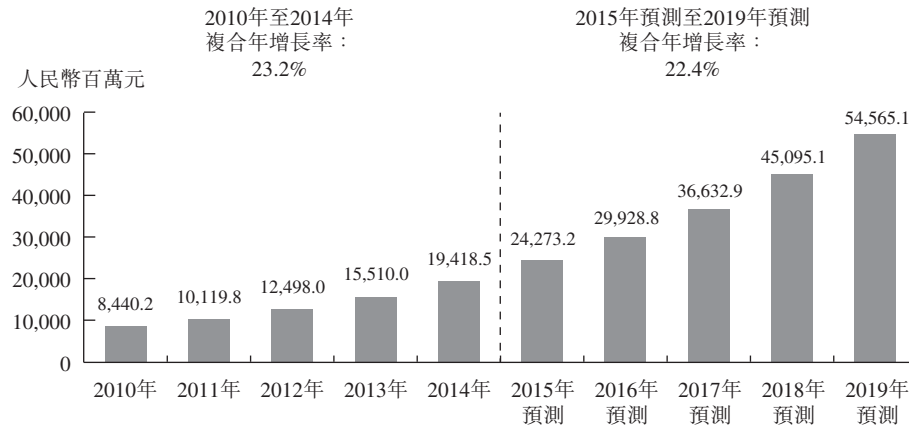
根據弗若斯特沙利文報告，血漿藥品是獨一無二的生物藥品，用於輸入或注入人體以治療各種罕見、致命、慢性及/或遺傳疾病(包括出血性疾病、免疫缺陷、肺病、神經系統疾病、嚴重失血及體液流失、肝損傷及傳染病)。

從血漿中分離出血漿蛋白(血漿藥品的主要原材料)的工藝稱為「分離」。按目前的科技發展水平，該等血漿藥品大部分僅可從人類血漿中提取，而人類血漿是無法透過工業過程複製或大量生產的有限資源。鑑於血漿藥品在關鍵醫療保健領域的重要性、替代療法的缺乏及血漿原材料的特殊性和稀缺性，血漿藥品行業在大多數國家受到高度管制。

行業概覽

中國血漿藥品的需求超過其供應，導致其增長率高於整體醫藥市場及全球血漿藥品市場的增長率。中國血漿藥品市場自2010年至2014年的複合年增長率為23.2%，而同期全球血漿藥品市場複合年增長率為8.9%。全球血漿藥品市場於2014年實現收益137億美元，且預期於2019年達致213億美元。預期中國血漿藥品市場將自2015年增至2019年的人民幣546億元，複合年增長率為22.4%，超過同期全球血漿藥品市場複合年增長率的9.2%。截至2015年8月31日，人血白蛋白為唯一一項中國允許進口的血漿藥品。下圖顯示中國血漿藥品市場2010年至2019年的複合年增長率與市場規模：

中國血漿藥品市場(2010年至2019年預測)



資料來源：中國食品藥品檢定研究院與弗若斯特沙利文報告

下表列示按產品類別於2014年的收益劃分的中國血漿藥品市場明細：

排名	產品類別名稱	市場份額(%)
1	人血白蛋白.....	55.8
2	靜注人免疫球蛋白.....	24.8
3	超免疫球蛋白.....	10.7
4	人凝血VIII因子.....	1.7
5	其他.....	7.0
總計		100.0

資料來源：中國食品藥品檢定研究院與弗若斯特沙利文報告

行業概覽

血漿藥品的定價

由於血漿藥品供需失衡，中國政府規定的血漿藥品的價格上限近年不斷攀升。人血白蛋白的過往售價一直接近零售價格上限。下表說明血漿藥品的零售價格上限的趨勢：

零售價上限調整日期	藥品	規格	原零售 價格上限 (人民幣)	經調整 零售價格上限 (人民幣)	價格增幅
2007年9月 ¹	人血白蛋白	10克	259	360	39%
2012年9月 ²	人凝血VIII因子	200國際單位	254	396	56%
	人體纖維蛋白	1克	250	595	138%
2013年1月 ³	破傷風免疫球蛋白	200國際單位	63.3	69.6	10%
	狂犬免疫球蛋白	200國際單位	不適用	228	不適用
	人血白蛋白	10g/Val	360	378	5%

1. 國家發改委發佈的人血白蛋白的零售價上限調整。
2. 國家發改委發佈的抗癌藥物、免疫藥物及血漿藥品的零售價上限調整。
3. 國家發改委發佈的破傷風免疫球蛋白、狂犬病免疫球蛋白及人血白蛋白的零售價上限調整。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

血漿藥品(包括人血白蛋白注射液)的價格上限於2015年6月取消。隨著價格開放，人血白蛋白產品價格日後或會上升。然而，概不保證價格定會上升。

中國血漿藥品市場的機遇與挑戰

中國血漿藥品預期將保持持續快速增長。對人體血漿採集的嚴格監管及進口限制局限了人體血漿供應。另外，對血漿藥品療效的日益關注及醫療保險範圍擴大至涵蓋血漿藥品預期令血漿藥品需求提高。此外，市場得到政府鼓勵增加血漿供應、限制競爭及技術改進的支持。因此，供需失衡是中國血漿藥品市場最突出的特徵之一，中國故此追捧信譽較好的海外製造商進口血漿藥品，在一定程度上緩解供需失衡。

自1980年代起，中國政府頒佈一套有關血漿採集及血漿藥品生產的法規。因此，血漿藥品市場亦面臨若干挑戰，包括政府對血漿採集的嚴格監管限制、禁止進口若干產品以防止病毒風險，以及為預防不當採集血漿導致某些傳染病而設立的地方規定。

此外，中國血漿藥品市場另一特點為潛在新加入者准入門檻較高，是由於分離提純的技術要求高、資本投資密集及國內生產商競爭加劇。

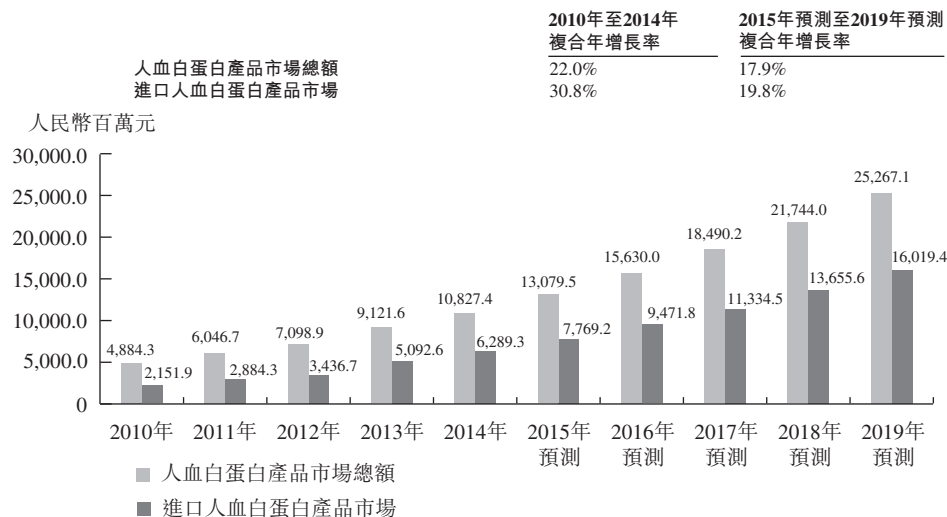
行業概覽

人血白蛋白

人血白蛋白是廣泛用於急診室及重症室涉及手術及腫瘤科、消化內科及兒科等不同治療領域的一般藥品。用於治療由創傷及燒傷引致的失血、異常高的顱內壓、水腫及腹水，防止及治癒低密度脂蛋白血症及新生兒高膽紅素血症。由奧克特琺瑪生產的人血白蛋白注射液是唯一可用於新生嬰兒的人血白蛋白製品。2015年8月31日，人血白蛋白為唯一一項中國允許進口的血漿藥品。2010年至2014年，中國人血白蛋白市場快速增長，複合年增長率為22.0%，預計2015年至2019年按17.9%的複合年增長率增長。

中國進口人血白蛋白市場預期於2019年將達人民幣16,019.4百萬元，2015年至2019年的複合年增長率為19.8%，超過同期整體市場增長預期。中國進口人血白蛋白所佔市場份額預期由2014年的58.1%及2010年的44.1%增至2019年的63.4%。進口市場有助滿足血漿藥品需求。2012年，中國每百萬居民人均血漿藥品消費149千克，較美國每百萬居民人均血漿藥品消費459千克大幅落後。下圖載列2010年至2019年按收益劃分的中國整體人血白蛋白產品及進口人血白蛋白產品市場規模：

按收益劃分的中國整體人血白蛋白產品及進口人血白蛋白產品市場規模
(2010年至2019年預測)



資料來源：中國食品藥品檢定研究院及弗若斯特沙利文報告

行業概覽

2014年，按收益計人血白蛋白注射液佔中國市場份額的9.6%。其中，2014年按收益計我們所銷售及經銷的人血白蛋白注射液於中國人血白蛋白產品中排名第四，市場份額為7.3%。下表載列2014年按收益劃分的中國人血白蛋白產品市場份額明細：

排名	生產商或營銷、推廣及渠道管理服務供應商及產品名稱	市場份額(%)
1	CSL Behring (安博靈)	23.6
2	Grifols (Albutein)	12.4
3	百特(Buminate)	9.7
4	興科蓉藥業(奧克特珉瑪)	7.3
5	泰邦生物製品有限公司	5.8
6	上海萊士血液製品股份有限公司(安普萊士)	4.7
7	北京天壇生物製品股份有限公司	4.3
8	華蘭生物工程股份有限公司	4.1
9	山西康寶生物製品股份有限公司	4.0
10	四川遠大蜀陽藥業股份有限公司	3.8

* 我們是中國進口人血白蛋白市場唯一營銷、推廣及渠道管理的綜合服務供應商。

資料來源：中國食品藥品檢定研究院及弗若斯特沙利文報告

下表概述2014年按收益劃分中國國內外最受歡迎的五家人血白蛋白製品生產商及營銷、推廣及渠道管理服務供應商及彼等各自的排名、銷售模式及市場份額：

排名	主要商家(製造商或營銷、推廣及渠道管理服務供應商)	生產國家	中國銷售模式	市場份額
1	CSL Behring (CSL Limited之附屬公司)(製造商) ..	澳大利亞	內部營銷團隊及代理服務	23.6%
2	Grifols, S.A (製造商)	西班牙	內部營銷團隊及代理服務	12.4%
3	Baxter International Inc. (製造商).....	美國	內部營銷團隊及代理服務	9.7%
4	興科蓉藥業(營銷、推廣及渠道管理服務供應商)	瑞士	營銷、推廣及渠道管理服務	7.3%
5	泰邦生物製品有限公司(製造商)....	中國	內部營銷團隊及代理服務	5.8%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

我們於2012年11月成為奧克特珉瑪的營銷、推廣及渠道管理服務供應商後，所佔於中國的人血白蛋白銷量從2013年的36.0%增至2014年超過75%。就收益而言，我們亦使得2013年至2014年我們佔中國人血白蛋白市場的市場份額從3.5%增加逾一倍至7.3%。

行業概覽

血漿藥品之冷鏈倉儲

血漿藥品須冷鏈倉儲確保安全倉儲及運輸和延長血漿藥品的保存時間，最大程度減少細菌污染。由於對優質冷鏈倉儲系統的需求隨著血漿藥品市場擴張及對血漿藥品倉儲的監管日益嚴格而增長，預期擁有獨立冷鏈倉儲能力的血漿藥品營銷、推廣及渠道管理服務供應商及經銷商較同業更具競爭優勢。

中國醫藥冷鏈服務的市場規模

中國醫藥冷鏈服務市場快速增長，於2014年收益達人民幣652億元，自2010年至2014年的複合年增長率為19.9%。市場預期於2019年收益達人民幣1,452億元，自2015年至2019年的複合年增長率為17.2%。

中國特定治療領域之醫藥市場

由於中國對優質醫療保健及醫藥產品的需求不斷增長，中國若干治療領域市場亦規模較大及／或增長快速。

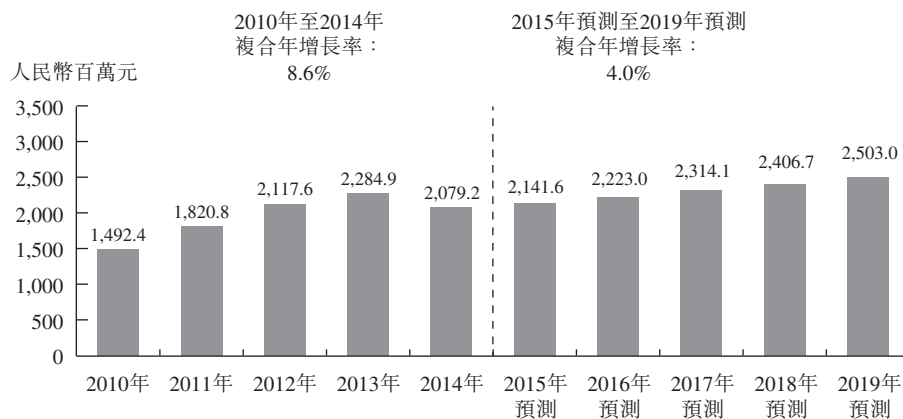
抗感染

按2014年收益劃分，抗感染治療領域佔中國最大市場。該治療領域包括若干主要子類別，其中一類為抗生素。抗生素市場相當分散，有眾多國內及跨國企業參與其中。由於醫院通常購買至多兩種品牌的通用抗生素，且當中至少一種抗生素向跨國品牌購買，故知名跨國公司製造的抗生素藥物十分暢銷。

注射用頭孢呋辛鈉

我們的產品安可欣(注射用頭孢呋辛鈉製劑)是一種抗生素，按國家衛計委分類屬非限制使用級，用於治療細菌感染，包括呼吸道感染、泌尿道感染、軟組織感染、婦科和產科感染、淋病及其他感染，及預防手術後感染。2010年至2014年，注射用頭孢呋辛鈉中國市場的複合年增長率為8.6%，預期2019年市場規模將達人民幣2,503.0百萬元，2015年至2019年的複合年增長率為4.0%。下圖載列2010年至2019年注射用頭孢呋辛鈉的中國市場規模：

注射用頭孢呋辛鈉中國市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

由麥道甘美製造的安可欣於2014年的中國市場份額為27.4%，按收益計排名第二。下表載列2014年注射用頭孢呋辛鈉產品在中國的市場份額明細：

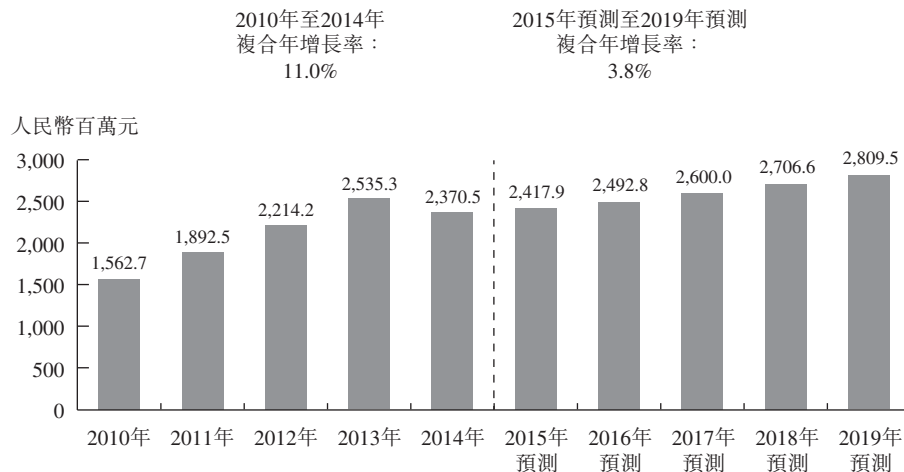
排名	製造商及產品名稱	市場份額(%)
1	Esseti Farmaceutici S.r.l. ([Manacef])	34.9
2	麥道甘美(安可欣)	27.4
3	GlaxoSmithKline Manufacturing S.p.A. (西力欣)	26.7
4	Shenzhen Zhijun Pharmaceutical Co. Ltd. (達力新)	1.8
5	其他	9.2
合計		100.0

資料來源：弗若斯特沙利文報告

注射用頭孢哌酮鈉

麥道必(注射用頭孢哌酮鈉製劑)是一種抗生素，用於治療細菌感染，包括肺炎等下呼吸道感染、尿道感染、膽道感染、腹膜炎、皮膚感染、軟組織感染、盆腔感染及敗血症。根據2014年的收益計算，麥道必佔有中國0.8%的市場份額。2010年至2014年，注射用頭孢哌酮鈉中國市場的複合年增長率為11.0%，預期2019年市場規模將達人民幣2,809.5百萬元，2015年至2019年的複合年增長率為3.8%。下圖載列2010年至2019年注射用頭孢哌酮鈉產品的中國市場規模：

按收益劃分的注射用頭孢哌酮鈉中國市場規模(2010年至2019年預測)*



附註：* 包括頭孢哌酮鈉及頭孢哌酮鈉與舒巴坦鈉的固定劑量複合劑

資料來源：弗若斯特沙利文報告

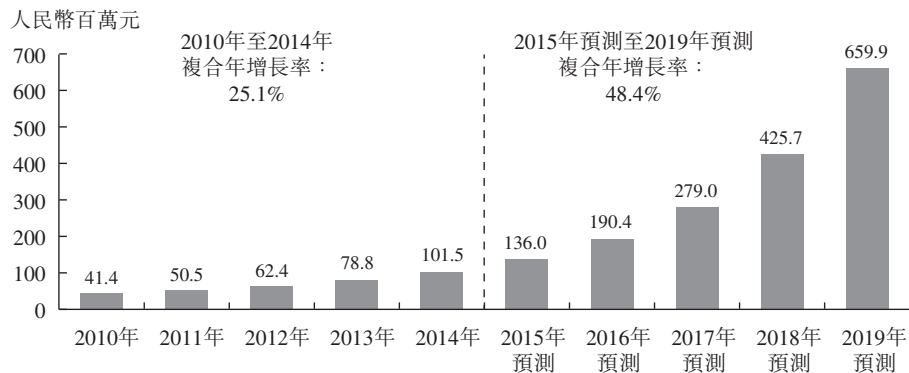
胃腸科

胃腸科研究消化系統及相關疾病，分為若干主要子類別，其中之一為肝膽疾病。肝膽疾病包括膽結石疾病及膽固醇結石(中國一種普遍性疾病，發病率為7%)。口服膽酸類藥物為治療肝膽疾病的常用藥物，現有三代口服膽酸類藥物可用於治療結石疾病。根據弗若斯特沙利文報告，牛磺熊去氧膽酸在三代藥物中最新且最為有效。截至本[編纂]日期，我們的產品滔羅特是中國市場唯一的牛磺熊去氧膽酸藥物。

行業概覽

2010年至2014年，牛磺熊去氧膽酸藥物市場的複合年增長率為25.1%，超過口服膽酸類藥物市場的複合年增長率21.4%。2015年至2019年，預期牛磺熊去氧膽酸藥物市場的複合年增長率會上漲至48.4%，而口服膽酸類藥物市場的複合年增長率為16.9%。口服膽酸類藥物於2014年的市場規模為人民幣1,035.8百萬元，預計於2019年達人民幣2,288.3百萬元。預期牛磺熊去氧膽酸藥物會佔據口服膽酸類藥物市場的大部分份額，自2014年的人人民幣101.5百萬元(佔2014年口服膽酸類藥物市場的9.8%)增至2019年的人人民幣659.9百萬元(佔口服膽酸類藥物市場的28.8%)。下圖顯示2010年至2019年牛磺熊去氧膽酸藥物的中國市場規模：

按收益劃分的牛磺熊去氧膽酸藥物中國市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

由貝斯迪製造的滔羅特佔2014年中國口服膽酸藥物市場份額為9.8%，名列第二。下表闡明2014年中國口服膽酸藥物市場份額的分析：

排名	製造商及產品名稱	市場份額(%)
1	Losan Pharma GmbH (優思弗)	78.1
2	貝斯迪大藥廠(滔羅特)	9.8
3	Daewoong Pharmaceutical Co., Ltd.	9.6
4	其他	2.5
合計		100.0

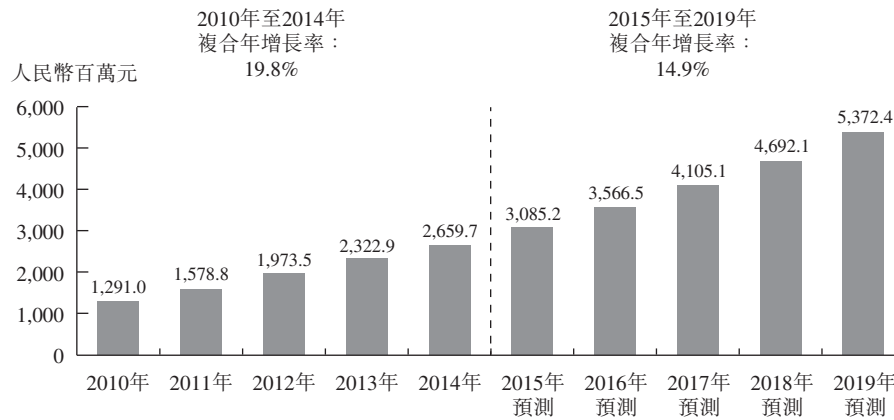
資料來源：弗若斯特沙利文報告

還原型谷胱甘肽亦為一種用於治療肝膽疾病的藥品，用於治療和預防酒精、有機磷及若干組藥物(抗癌化療劑、抗結核藥物、安神藥物、抗抑鬱藥及對乙酰氨基酚)引起的中毒、放射治療引起的細胞損傷和肝臟損害。還原型谷胱甘肽通過減少肝臟自由基的活性及加強肝臟的解毒能力保護肝臟。

行業概覽

我們的產品泰特為還原型谷胱甘肽產品。根據2014年的收益計算，泰特佔有中國1.1%的市場份額。根據弗若斯特沙利文報告，中國還原型谷胱甘肽產品市場自2010年至2014年以複合年增長率19.8%的速度增長，2014年總銷售額為人民幣2,659.7百萬元。下圖載列2010年至2019年中國注射用還原型谷胱甘肽的市場規模：

按收益劃分的中國還原型谷胱甘肽的市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

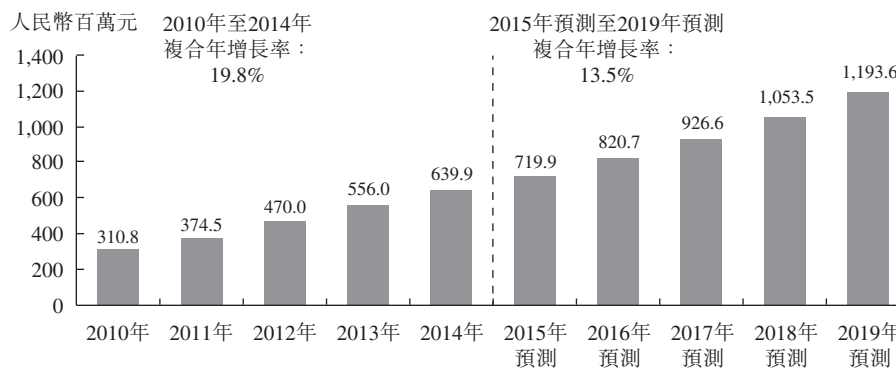
心臟病學

隨著生活方式轉變、城市化發展及壽命延長，心血管疾病成為中國人主要的健康問題之一。鑑於醫療保險範圍不斷擴大、人均可支配收入持續上升加上人口老化，預期中國的心血管疾病藥物市場前景可觀。

1,6—二磷酸果糖

截至2015年8月31日，我們的產品愛賽福是國家食品藥品監督管理總局批准進口的唯一一種注射用1,6—二磷酸果糖，主治酒精中毒、營養不良及低磷酸鹽血症引致的呼吸系統衰竭等低磷酸鹽血症及慢性疾病。根據2014年的收益計算，愛賽福佔有中國約3%的市場份額。中國注射用1,6—二磷酸果糖的市場規模自2010年至2014年按複合年增長率19.8%增長，預計2019年達人民幣1,193.6百萬元，2015年至2019年的複合年增長率為13.5%。下圖顯示2010年至2019年中國注射用1,6—二磷酸果糖的市場規模：

中國注射用1,6—二磷酸果糖的市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

腫瘤科與血液科

腫瘤科是癌症及腫瘤相關的治療領域，而血液科是血液相關疾病的治療領域。2010年至2014年，腫瘤科有顯著發展，按複合年增長率21.6%增至人民幣674億元，預計2019年增至人民幣1,737億元，2015年至2019年的複合年增長率為20.5%。2010年至2014年，血液科亦經歷快速發展，按複合年增長率24.0%增至人民幣528億元，2015年至2019年將繼續按複合年增長率13.4%快速增長至人民幣979億元。根據弗若斯特沙利文報告，白血病，廣義上界定為骨髓及血液癌症及屬於腫瘤科及血液科的治療領域，按發病率計在中國所有癌症中排名第十。

Sinco I

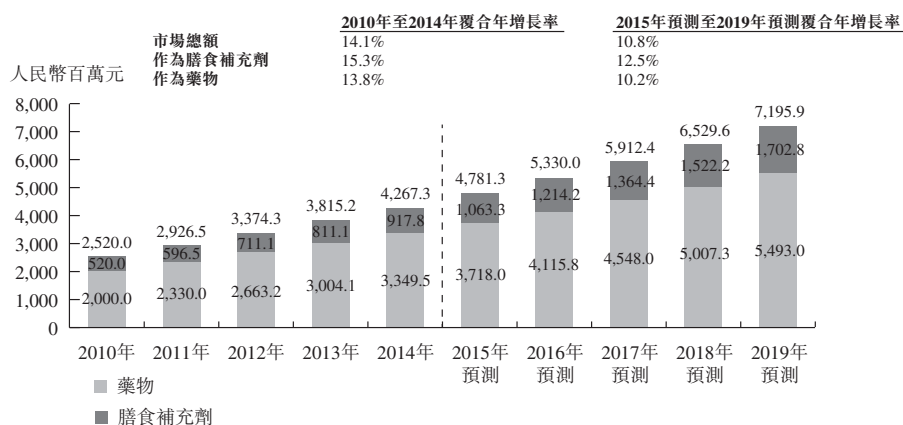
我們贊助中國中醫科學院開發Sinco I。Sinco I是以雄黃為基本成分的化學藥物，旨在治療急性早幼粒細胞白血病（「急性早幼粒細胞白血病」）。2014年，急性早幼粒細胞白血病是急性白血病的獨特分支，佔中國急性白血病（為白血病的重要分類）3.3%至21.2%。

中國輔酶Q₁₀市場概覽

輔酶Q₁₀(CoQ₁₀)是身體必需的脂溶性抗氧化劑，尤其富含於肝、腎及胰腺內，可促進細胞線粒體的能量轉換並清除破壞細胞蛋白質及引起DNA和RNA突變的。CoQ₁₀可作藥用，廣泛用於治療心血管疾病和癌症，亦可用於膳食補充劑，作為抗氧化劑防止慢性疾病，尤其是腎臟及肝臟疾病、糖尿病、阿茨海默病、帕金森病等病症。

按2014年收益計算，CoQ₁₀的總市值為人民幣4,267.3百萬元，2010年至2014年的複合年增長率為14.1%，預計於2019年達人民幣7,195.9百萬元，2015年至2019年的複合年增長率為10.8%。隨著保健意識提升及人口老齡化，CoQ₁₀於2010年至2014年的複合年增長率為15.3%，預計2015年至2019年的複合年增長率為12.5%。於兩個期間，CoQ₁₀作為膳食補充劑的市場需求較總市場及其作為藥物的市場需求增長更快。我們產品線內的CoQ₁₀產品芯能Q₁₀，為國家食品藥品監督管理總局的註冊營養補充品。下表列示輔酶Q₁₀中國市場的市場規模及增長率：

按收益劃分的中國輔酶Q₁₀的市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

按2014年收益計算，衛材株式會社的能氣朗及西南藥業股份有限公司的合夫佔中國輔酶Q₁₀市場份額最大，分別為77.4%及15.1%。

行業概覽

中國營銷、推廣及渠道管理服務業

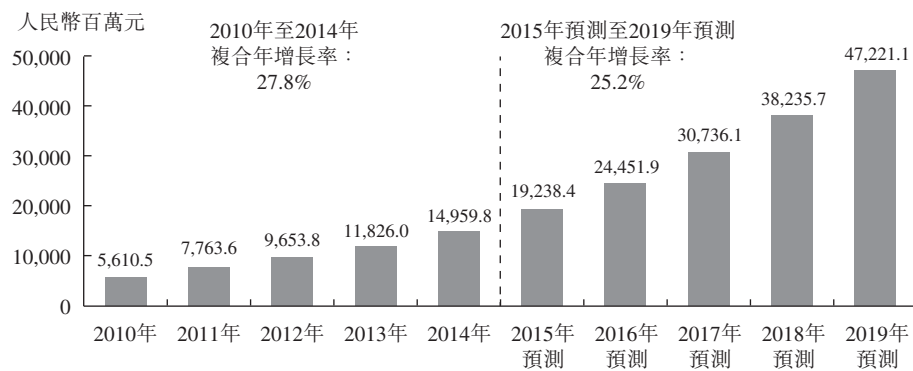
概覽

中國的營銷、推廣及渠道管理服務供應商協助製藥公司在中國推出、經銷及營銷藥品。彼等的服務包括產品首次註冊及續期、向醫院及目標醫生推廣及營銷以及渠道管理服務。營銷、推廣及渠道管理服務供應商通常自供應商取得藥品在中國的營銷、推廣及銷售權，以向客戶經銷商銷售產品取得收益，經銷商既而直接或透過分經銷商將產品轉售予醫院。

中國營銷、推廣及渠道管理服務市場的市場規模及增長

2010年至2014年間，中國營銷、推廣及渠道管理服務業按27.8%的複合年增長率迅速增加，預期於2015年至2019年間按25.2%的複合年增長率擴充。下圖載列2010年至2019年間中國營銷、推廣及渠道管理服務業的市場規模：

中國營銷、推廣及渠道管理服務的市場規模(2010年至2019年預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

按2014年收益計，本公司乃中國第四大營銷、推廣及渠道管理服務供應商及進口血漿藥品唯一的營銷、推廣及渠道管理服務供應商。我們的策略性專注治療領域及綜合服務推動我們的市場份額由2012年的0.3%增至2014年的6.4%。下表說明2014年按收益劃分的主要行業參與者及彼等各自的市場份額、治療專注領域及藥品：

排名	主要行業參與者	2014年收益 (人民幣百萬元)	治療專注領域或藥品*	市場份額
1	康哲藥業控股有限公司(China Medical System Holdings Limited).....	2,945	中樞神經系統、腸胃科、心血管科及呼吸科	19.7%
2	中國先鋒醫藥控股有限公司.....	1,540	眼科	10.3%
3	億騰醫藥國際控股有限公司 (Eddingpharm International Holdings Ltd.)**.....	1,353	營養學、腫瘤科及呼吸科	9.0%
4	興科蓉藥業有限責任公司 (Sinco Pharmaceutical Co., Ltd.) ...	950	血漿製品及抗生素	6.4%
5	中國泰凌醫藥集團有限公司.....	865	腫瘤科及抗生素	5.8%

* 佔該公司總收益10%或以上的治療專注領域或藥品。

** 基於弗若斯特沙利文的估計。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

有關本公司的競爭力及優勢的詳情，請參閱本[編纂]「業務－競爭優勢」一節。

中國藥品營銷、推廣及渠道管理服務業的主要增長動力、機遇及挑戰

中國營銷、推廣及渠道管理服務業的主要增長動力包括以下各項：

- 人口老化及日益增強的醫療保健意識，加上政府採取多項舉措，包括增加醫療保健服務投入、加速醫療保健及醫療保險體制發展及建設醫院及公共醫療設施，驅動中國處方藥市場的強勁增長；及
- 缺乏中國營銷及推廣產品能力的中小型海外製藥公司透過國內營銷、推廣及渠道管理服務供應商協助在中國營銷及銷售產品而獲益匪淺；

由於上述主要增長動力使然及保健行業持續發展，預期營銷、推廣及渠道管理服務業會繼續增長，創造機會提供更多增值服務及藥品並滲透難以進入的小眾市場。此外，營銷、推廣及渠道管理服務業亦面對挑戰，例如產品發生安全及／或質量問題時面對產品責任索賠、政府招標及醫院進藥的政府法規緊縮和營銷及銷售團隊的需求因應營銷、推廣及渠道管理服務要求而增長。該等挑戰令同類服務供應商難以加入營銷、推廣及渠道管理服務業。