

# 中成药市场结构与 发展前景分析

米内网高级研究员——关前书



# 目录

1

中成药市场供给基本情况简析

2

中成药市场结构分析

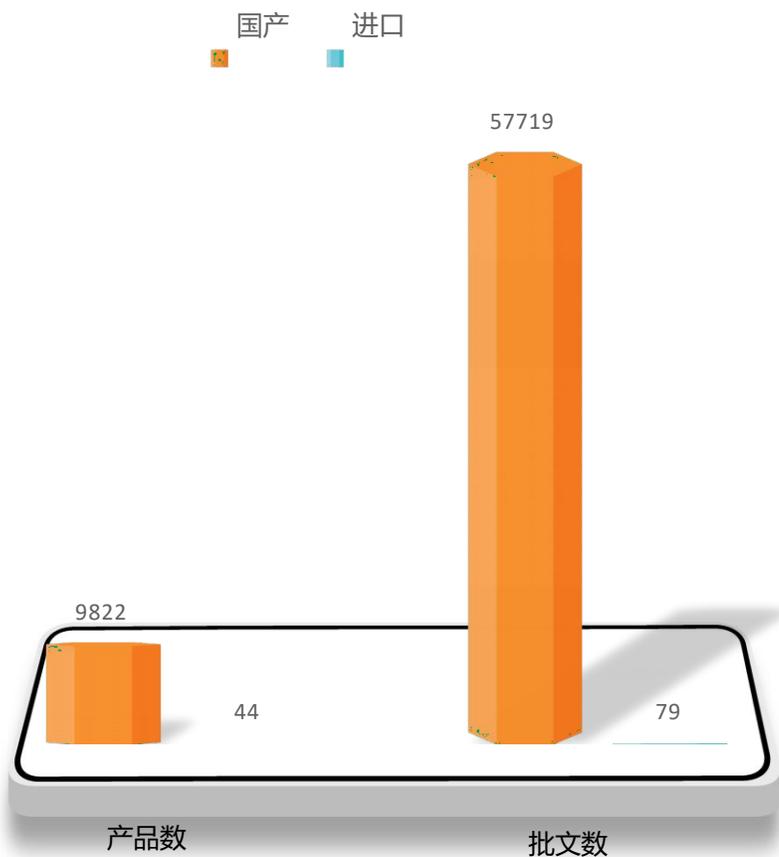
3

中成药市场发展趋势前瞻

## 中成药市场产品与批文分布情况

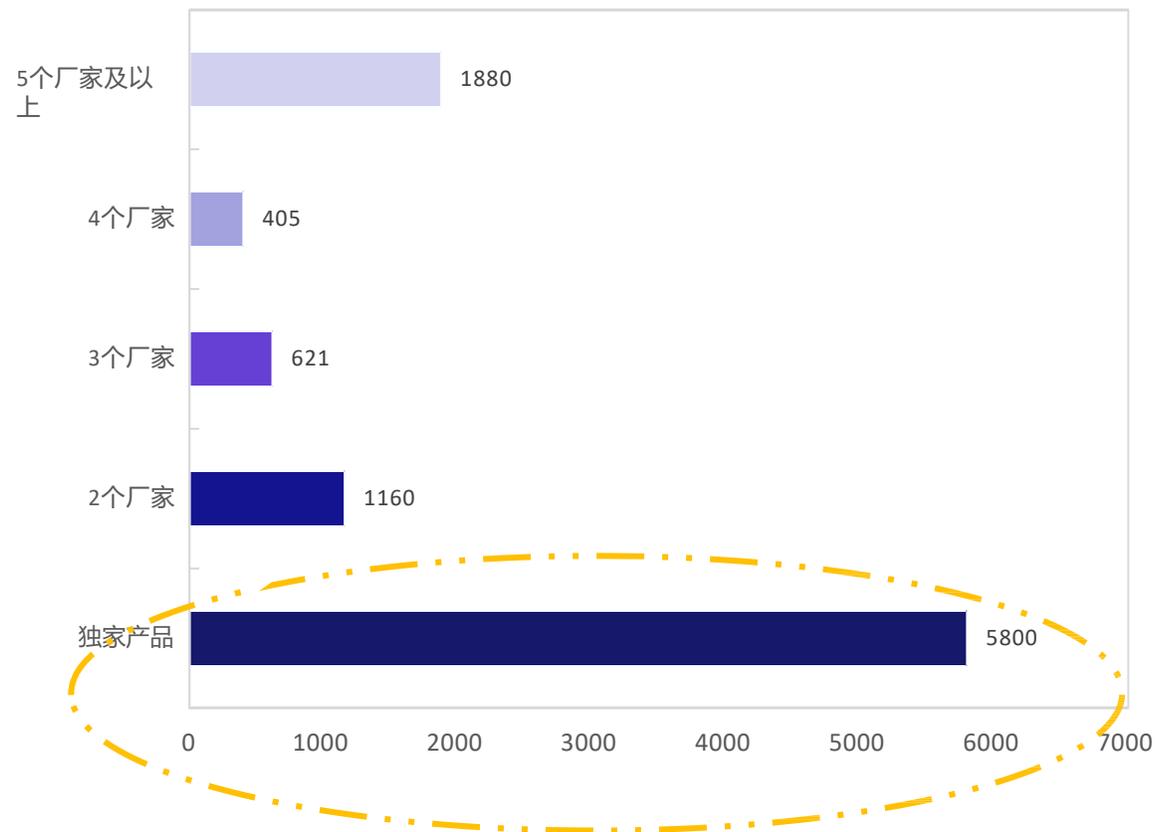
- 中成药产品数量多，批文数量多。

中成药产品及批文国产进口分布情况



- 独家、类独家中成药产品数量多。

产品厂家数分布

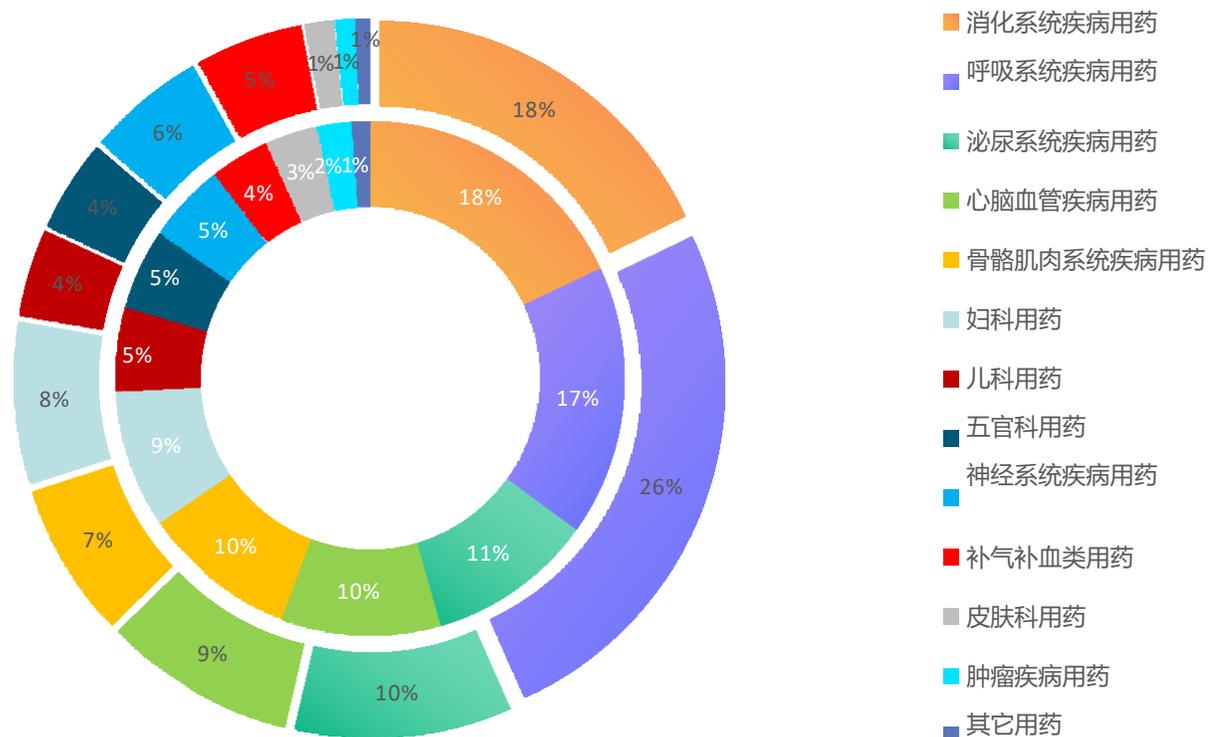


注：数据来源于米内网综合数据库。产品数以带剂型的产品名计。

## 中成药产品与批文治疗领域分布

- 中成药各治疗领域产品数量大致与批文数量成正比。

中成药产品（内圈）及批文（外圈）治疗领域分布情况

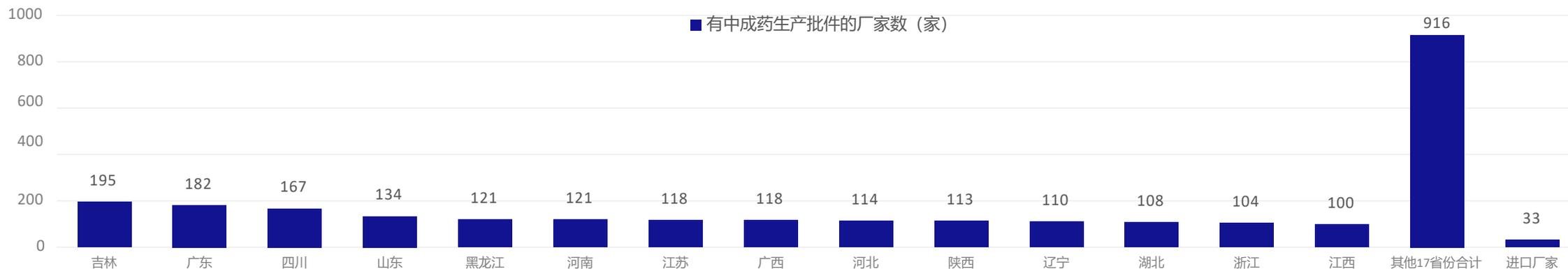


注：数据来源于米内网综合数据库。

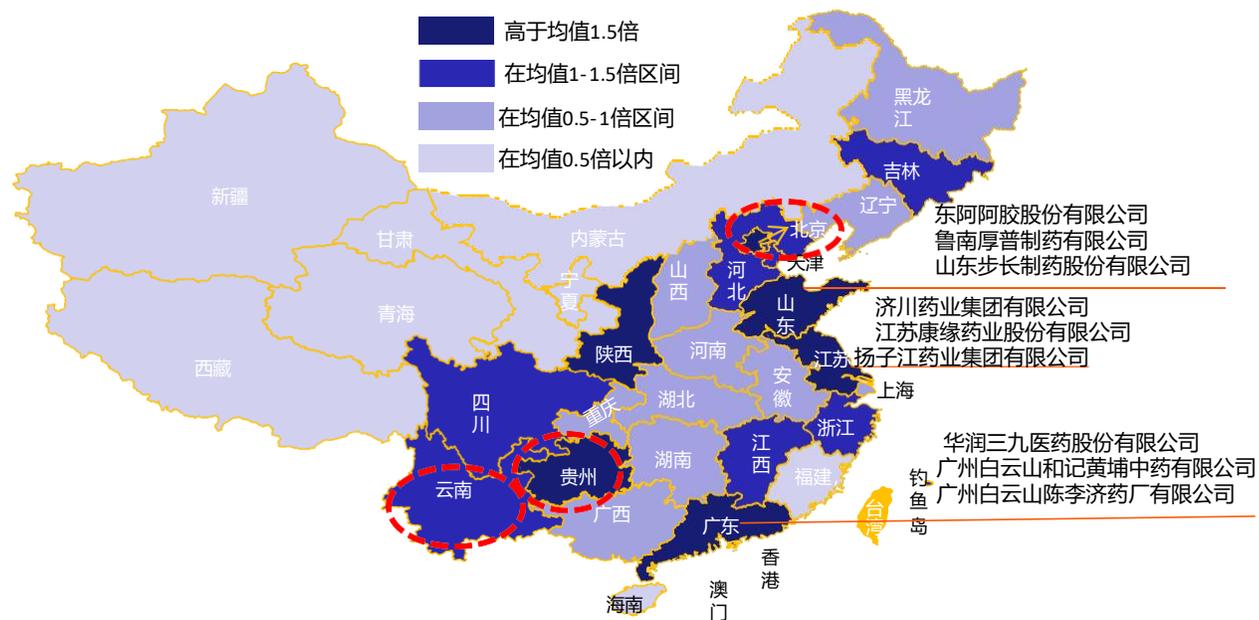
## 各省厂家数量及该省在我国中成药终端市场贡献的销售额占比

- 各省在中成药终端市场的贡献份额大致与各省有生产批件的药企数量成正比。

各省有中成药批件的厂家数量分布情况



各省厂家对我国药品终端中成药市场的贡献情况



注：数据来源于米内网综合数据库。

# 目录

1

中成药市场供给基本情况简析

2

中成药市场结构分析

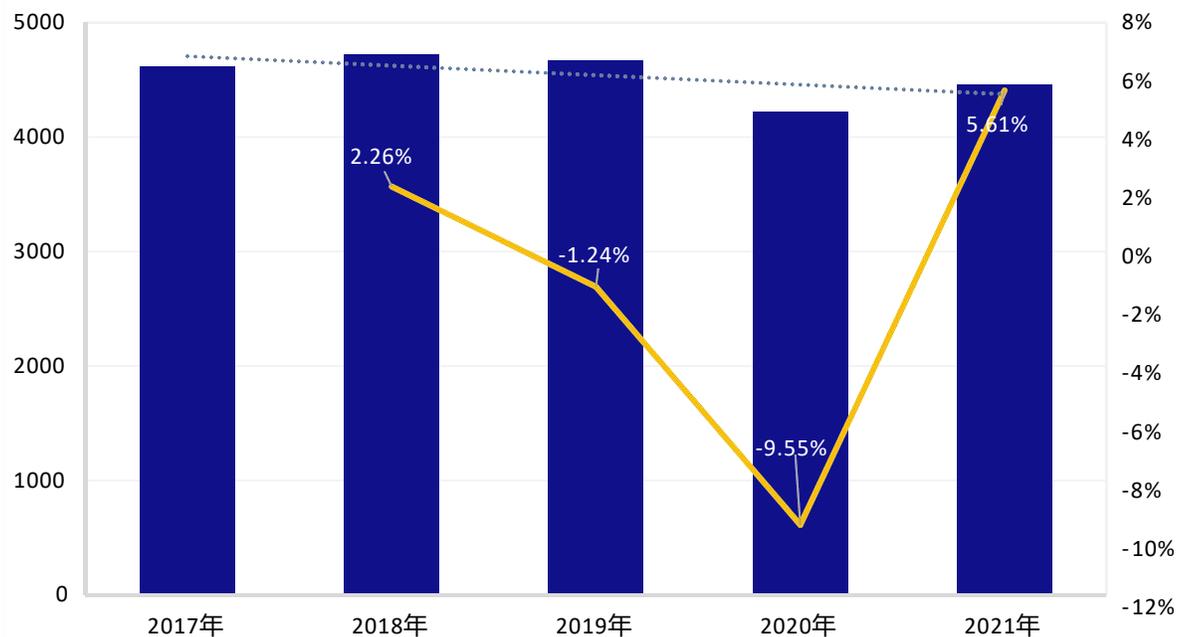
3

中成药市场发展趋势前瞻

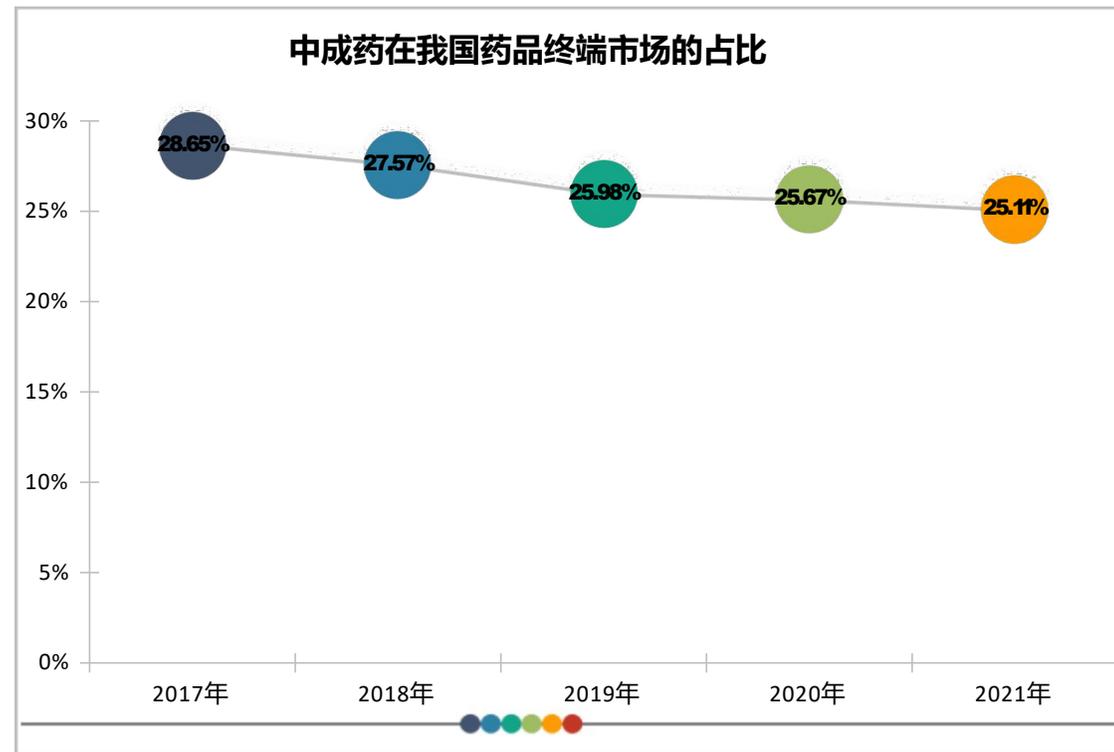
## 总体-中成药市场销售额与地位

- 中成药市场销售额总体稳定，是我国药品终端市场的重要组成部分。

我国中成药终端市场销售额（亿元）



中成药在我国药品终端市场的占比

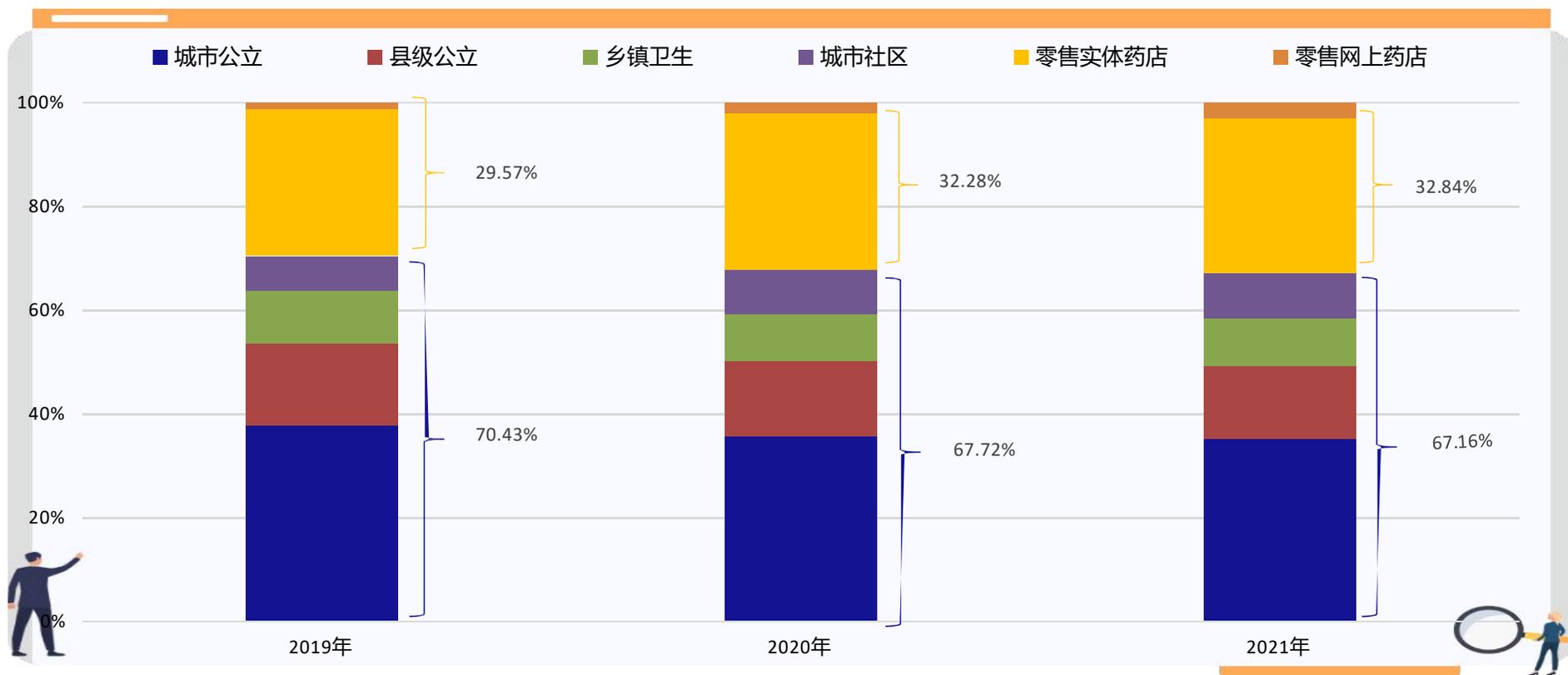


注：1.数据来源：米内网《中国三大终端六大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；2.上述销售额以产品在终端的平均零售价计算；3.个别中成药单一成分提取物的化学药批文的产品也归为中成药，如丹参多酚酸盐。

## 总体-中成药渠道及各渠道分布情况

- 各终端市场份额变化趋势与国家政策（处方外流、双通道、分级诊疗）导向匹配。

我国中成药终端市场渠道分布情况

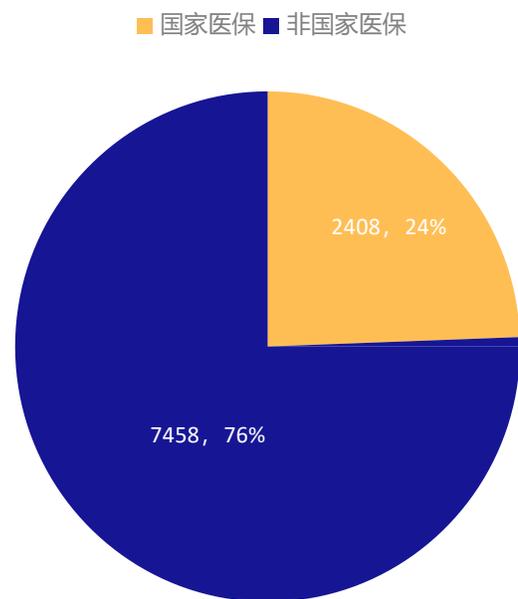


注：1.数据来源：米内网《中国三大终端六大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；2.上述销售额以产品在终端的平均零售价计算。

## 总体-中成药医保vs非医保情况

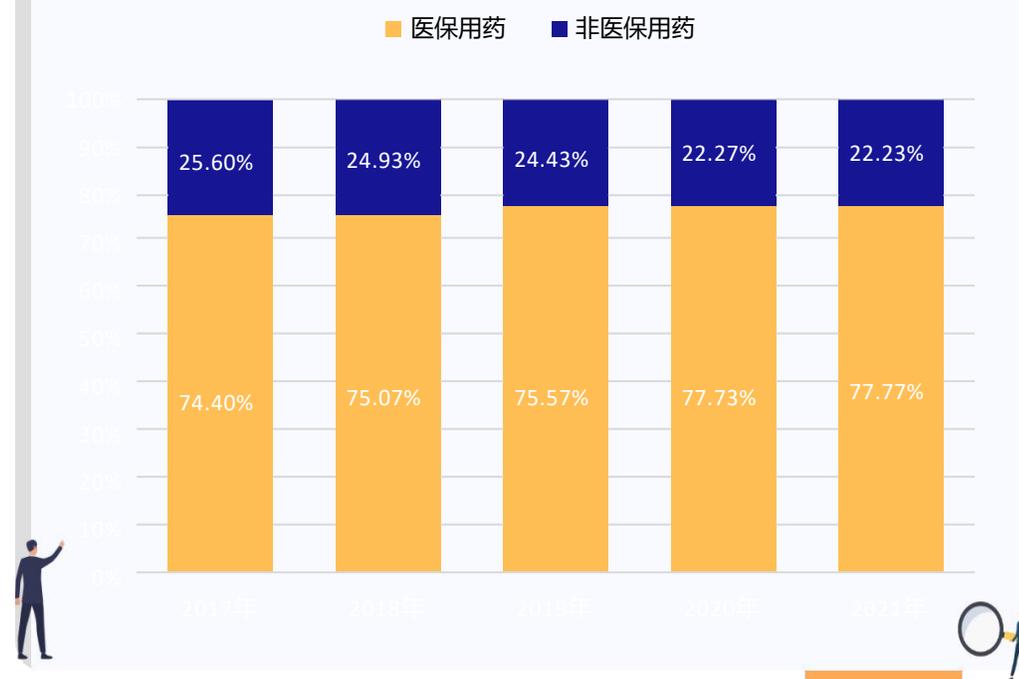
- 国家医保产品数量占比与国家医保产品销售额占比成“反比”。

### 中成药国家医保和非国家医保情况



注：数据来源于米内网综合数据库；本处数量以产品名计如双黄连片（胶囊、颗粒、合剂、口服液）记为4个医保产品。

### 国家医保与非国家医保用药销售额占比

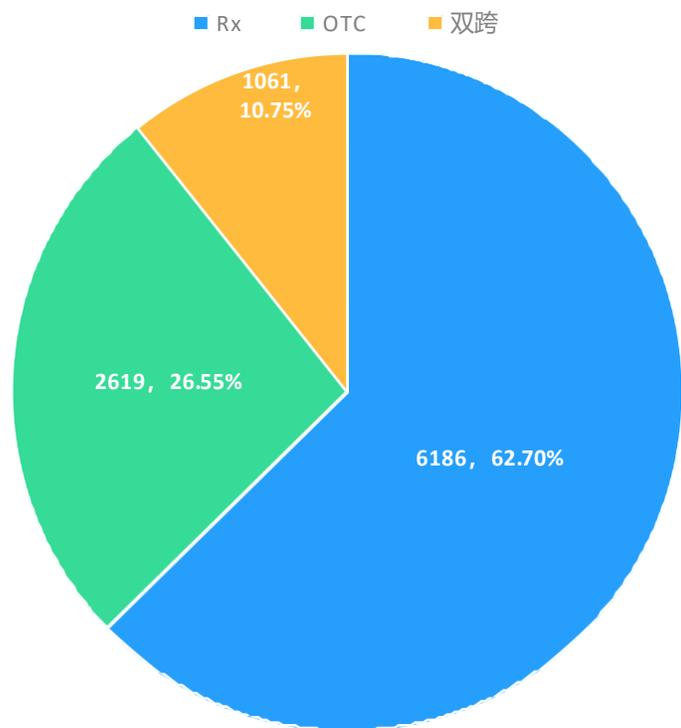


注：1.数据来源：米内网《中国三大终端六大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；2.上述销售额以产品在终端的平均零售价计算。

## 总体-中成药处方药vs非处方药情况

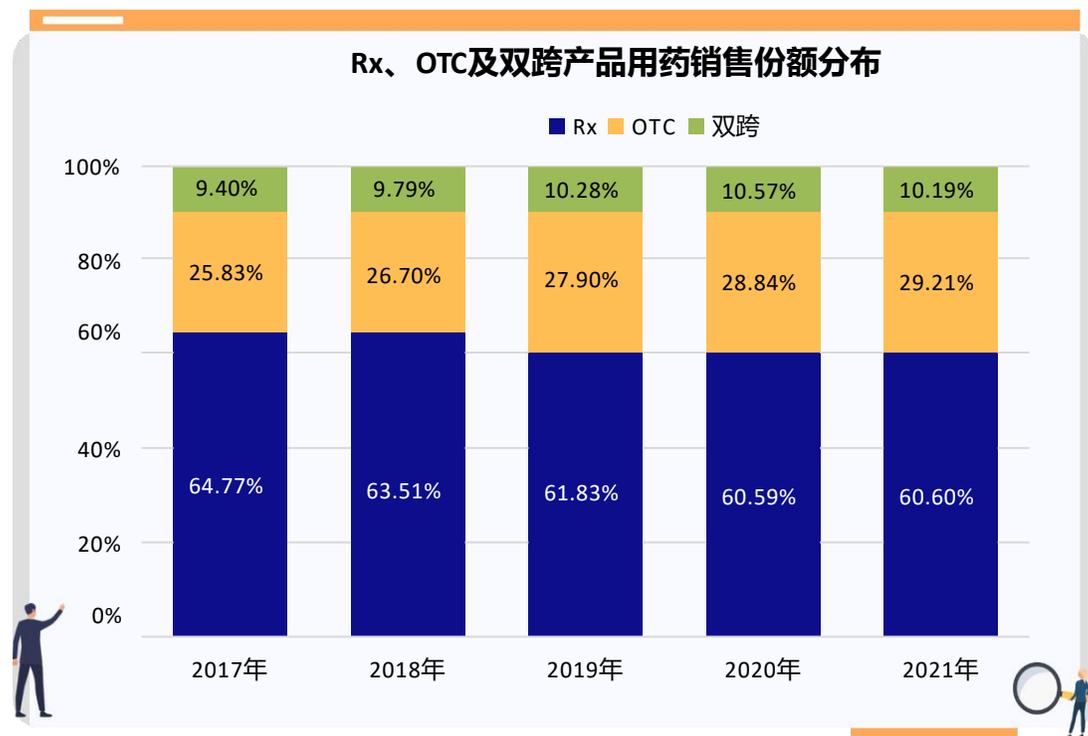
- Rx、OTC及双跨产品数量占比与销售额占比较为一致。

Rx/OTC中成药产品数量分布



注：1.数据来源于米内网综合数据库。

Rx、OTC及双跨产品用药销售份额分布

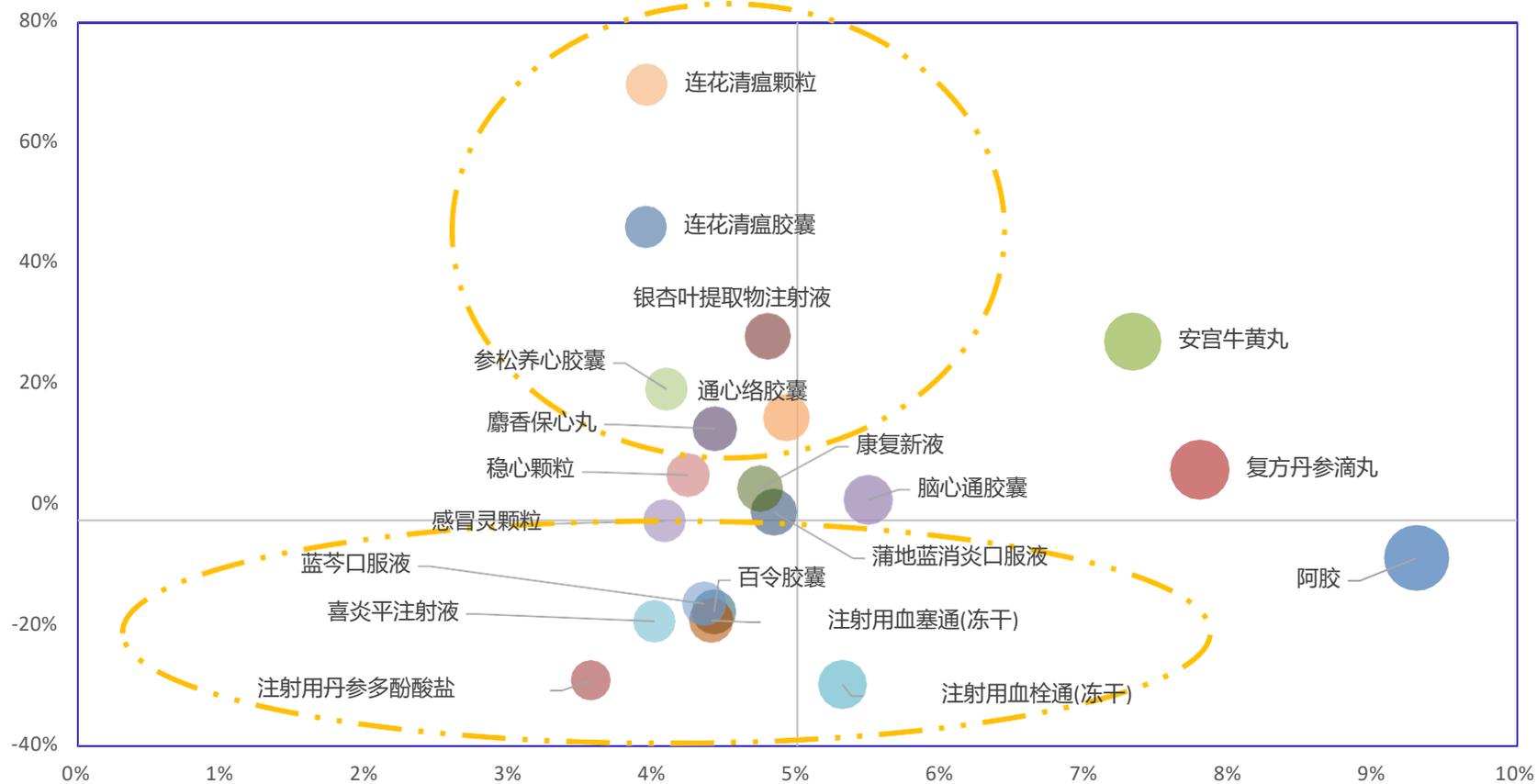


注：1.数据来源：米内网《中国三大终端六大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；2.上述销售额以产品在终端的平均零售价计算。

## 总体-中成药产品竞争格局

- 心脑血管类慢病口服剂、受益于新冠疫情的产品市场优势明显。
- 中药注射剂销售额下降明显。

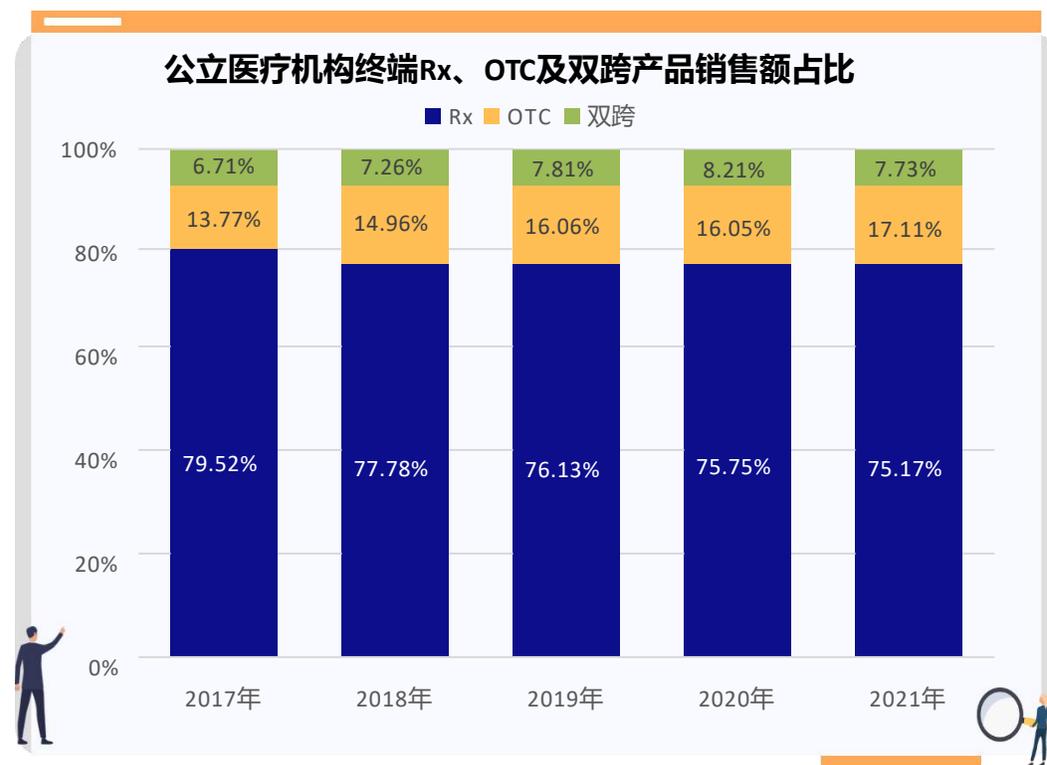
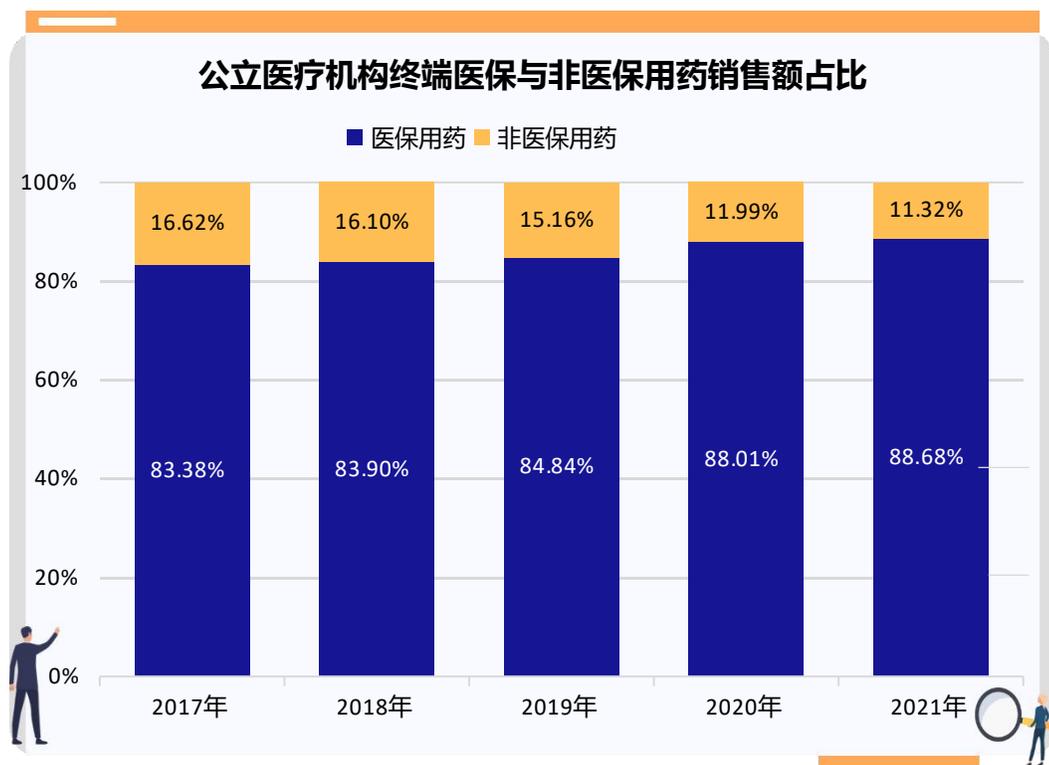
中成药TOP20产品竞争格局



注：1.数据来源于米内网《中国三大终端六大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；上述销售额以产品在终端的平均零售价计算；2.以TOP20产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP20产品平均市场份额5%和TOP20产品2019-2021年复合增长率-2.56%即（5%，-2.56%）为坐标轴做波士顿矩阵图。

## 公立医疗机构终端-中成药医保/非医保、Rx/OTC情况

- 国家医保产品在公立医疗机构终端市场销售额占比逐年上升。
- OTC类中成药占比上升。

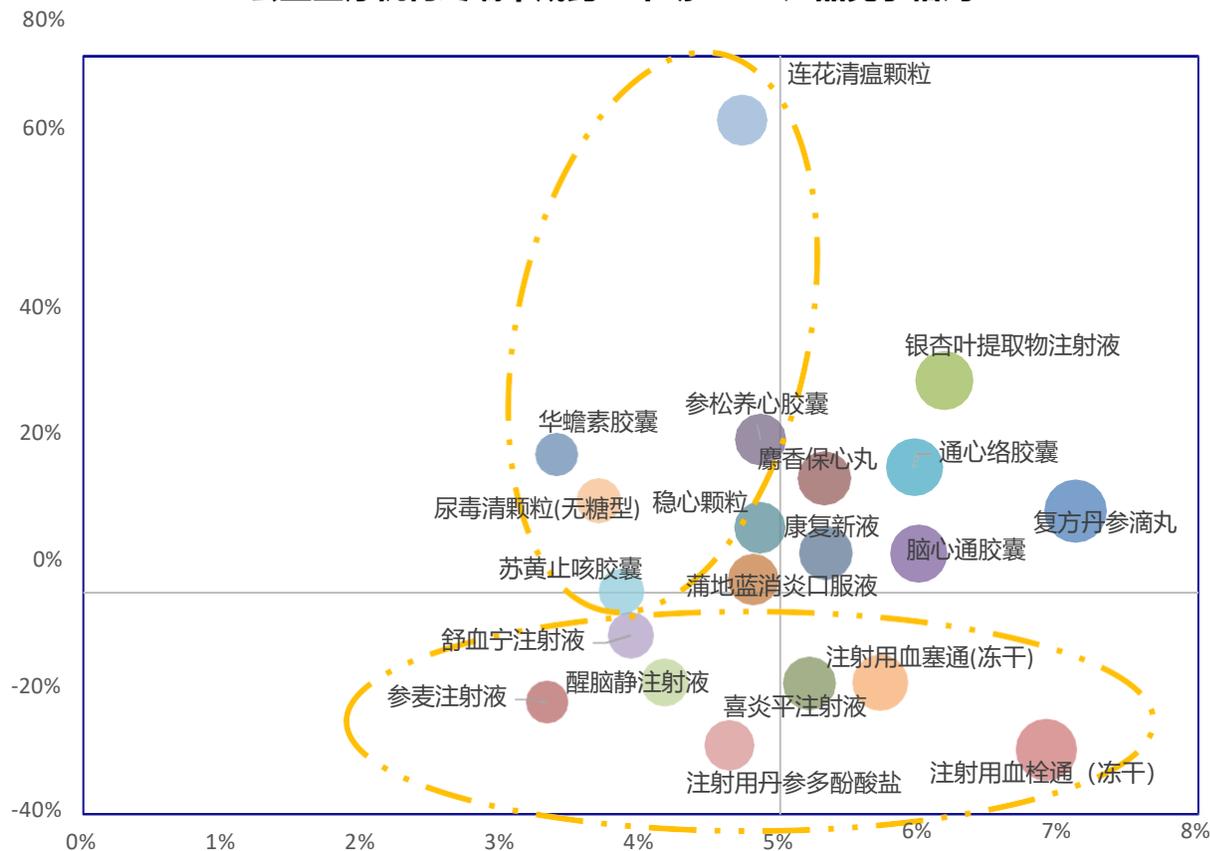


注：1.数据来源于米内网《中国公立医疗终端竞争格局》，统计范围是：中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区中心以及乡镇卫生院，不含民营医院、私人诊所、村卫生室；2.此处的市场销售额以产品的市场零售价计。

## 公立医疗机构终端-中成药Rx市场竞争格局

- 与三大终端六大市场总体情况相似，但有更多脑血管疾病中成药产品入围TOP20。
- 几乎全为国家医保产品。

公立医疗机构终端中成药Rx市场TOP20产品竞争格局

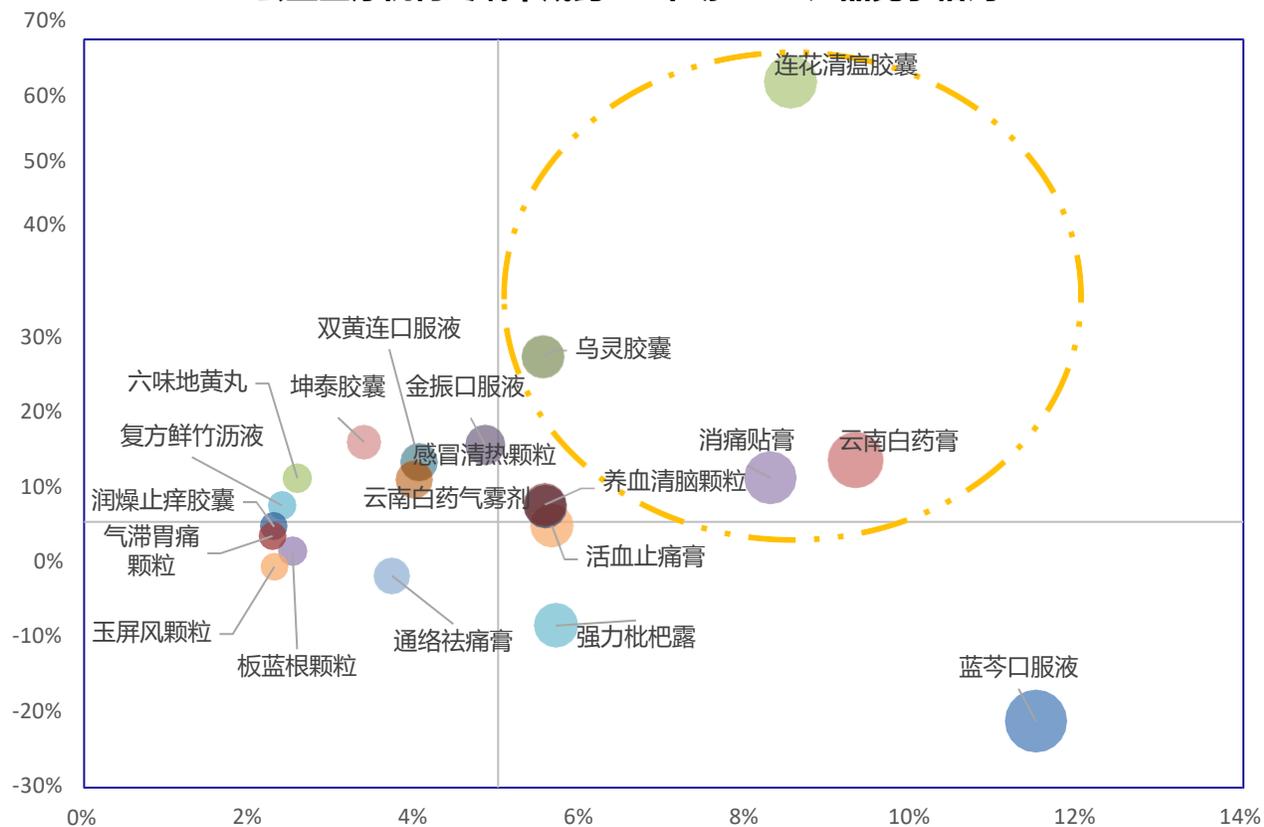


注：1.数据库来源于米内网《中国公立医疗终端竞争格局》，统计范围是：中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区中心以及乡镇卫生院，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，上述销售额以产品在终端的平均零售价计算；2.以TOP20产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP20产品平均市场份额5%和TOP20产品2019-2021年复合增长率-4.92%即(5%，-4.92%)为坐标轴做波士顿矩阵图。

## 公立医疗机构终端-中成药OTC市场竞争格局

- 受益于新冠疫情的呼吸类，家庭常备的肌肉疼痛或轻微扭伤的外用贴剂类产品占据TOP20大部分席位。
- TOP20产品均为国家医保产品。

公立医疗机构终端中成药OTC市场TOP20产品竞争格局



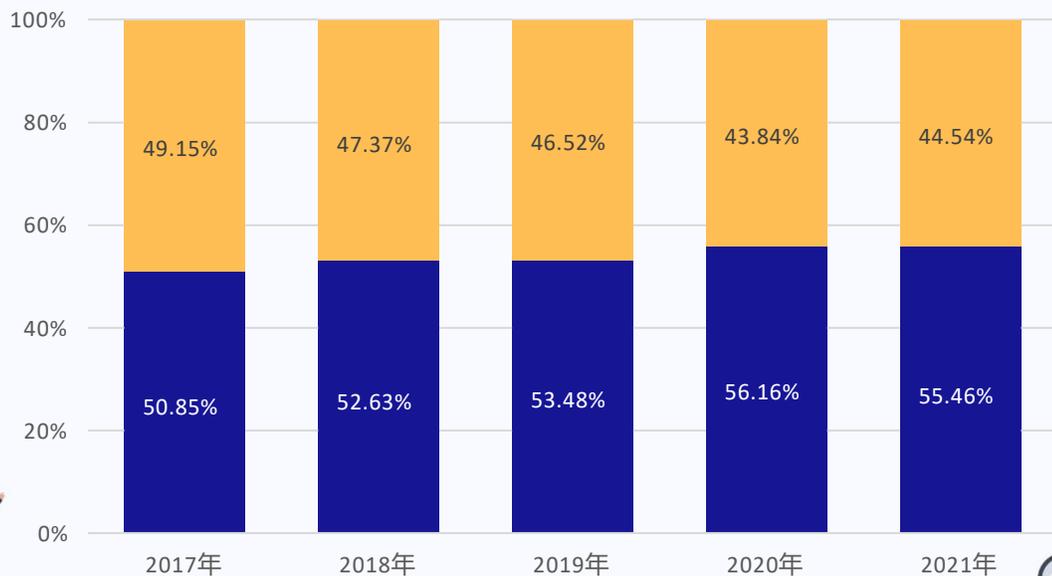
注：1.数据库来源于米内网《中国公立医疗终端竞争格局》，统计范围是：中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区中心以及乡镇卫生院，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，上述销售额以产品在终端的平均零售价计算；2.以TOP20产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP20产品平均市场份额5%和TOP20产品2019-2021年复合增长率5.52%即（5%，5.52%）为坐标轴做波士顿矩阵图。

## 城市零售实体药店终端-医保/非医保、Rx/OTC情况

- 受益于“双通道”，国家医保用药占比上升。
- 受益于“处方外流”，Rx用药占比上升。

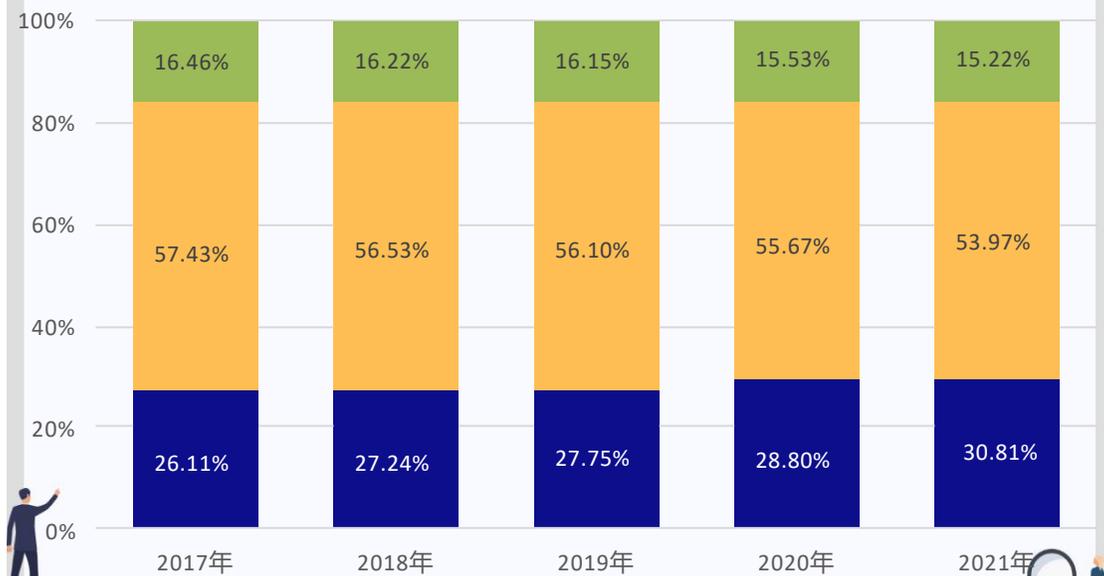
城市零售实体药店终端医保与非医保用药销售额占比

■ 医保用药 ■ 非医保用药



城市零售实体药店终端Rx、OTC与双跨产品销售额占比

■ Rx ■ OTC ■ 双跨

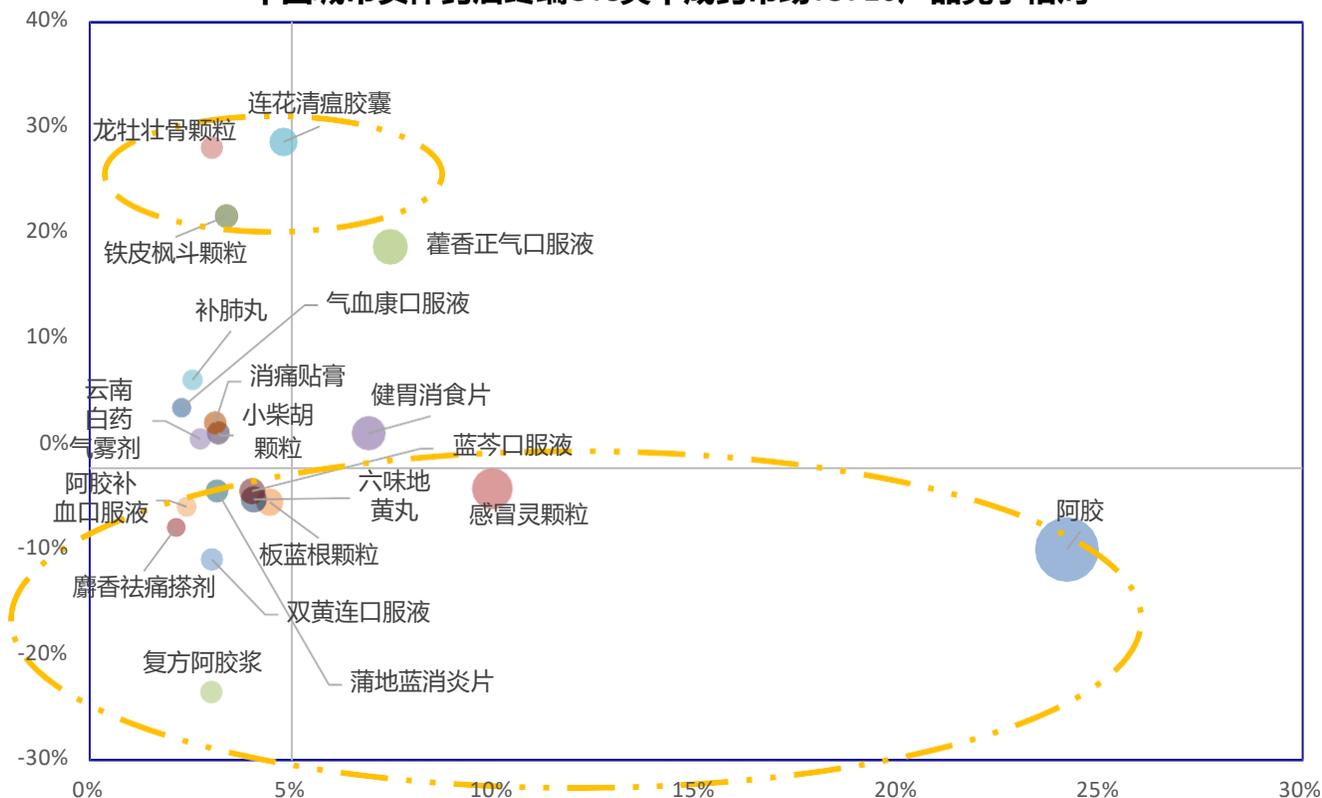


注：1.数据来源于米内网《中国城市实体药店终端竞争格局》，统计范围是：全国地级及以上城市实体药店，不含县乡村药店；2.此处的市场销售额以产品的市场零售价计。

## 中国城市实体药店终端-OTC类中成药市场竞争格局

- 受益于新冠疫情的产品及儿童药产品表现出较好的成长性。

中国城市实体药店终端OTC类中成药市场TOP20产品竞争格局

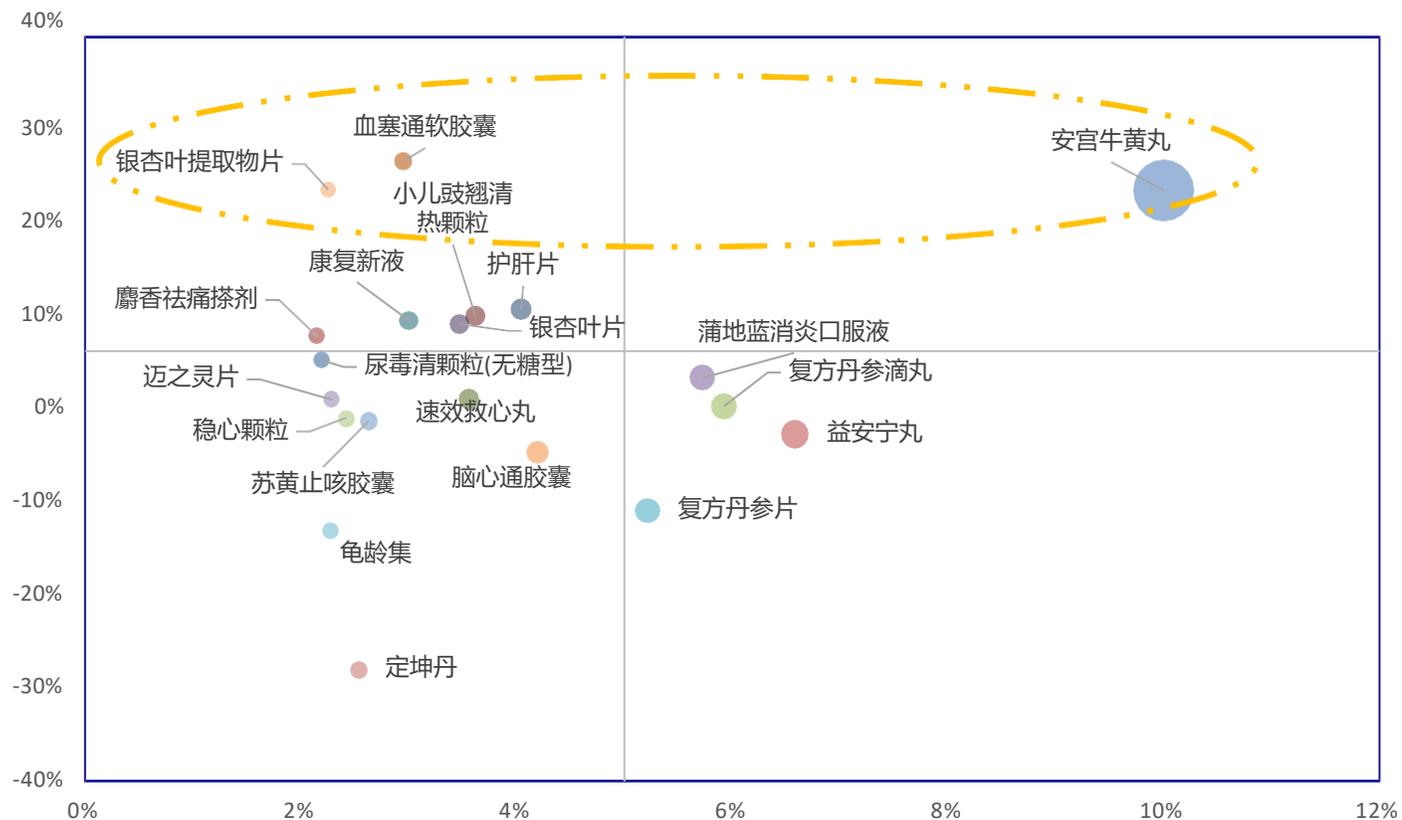


注：1.数据来源于米内网《中国城市实体药店终端竞争格局》，统计范围是：全国地级及以上城市实体药店，不含县乡村药店；2.以TOP20产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP20产品平均市场份额5%和TOP20产品2019-2021年复合增长率-4.92%即（5%，-4.92%）为坐标轴做波士顿矩阵图。

## 中国城市实体药店终端-Rx类中成药市场竞争格局

- Rx类总体成长性优于OTC类。
- 心脑血管类慢病用药和儿童药国家医保产品快速增长。

中国城市实体药店终端Rx类中成药市场TOP20产品竞争格局

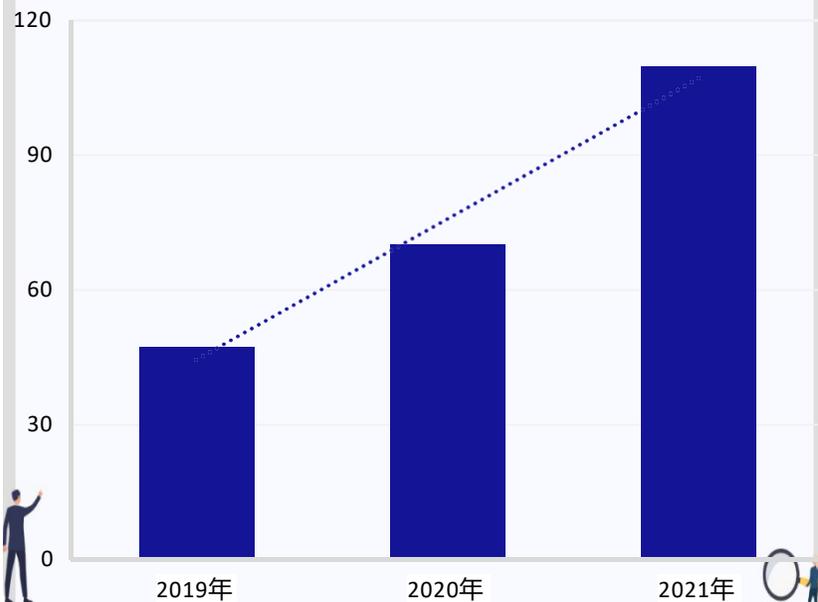


注：1.数据来源于米内网《中国城市实体药店终端竞争格局》，统计范围是：全国地级及以上城市实体药店，不含县乡村药店。2.以TOP20产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP20产品平均市场份额5%和TOP20产品2019-2021年复合增长率6.22%即（5%，6.22%）为坐标轴做波士顿矩阵图。3.为便于做图，将首位超过30%的份额记为10%。

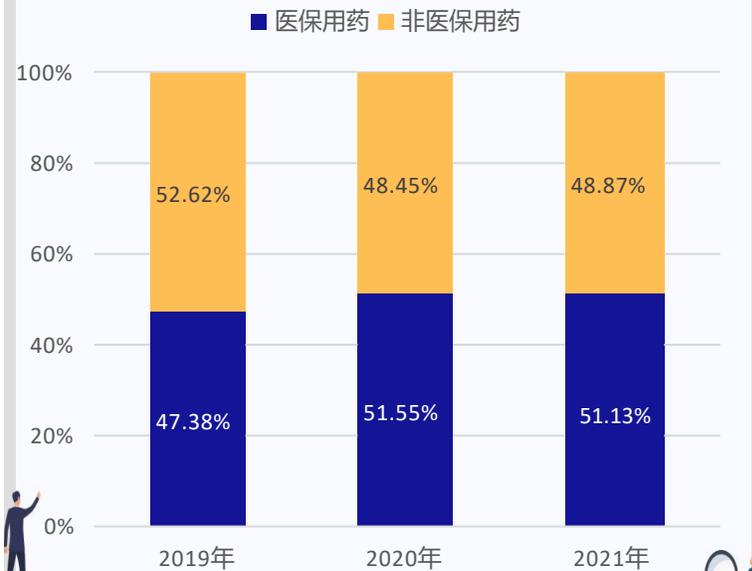
## 中国网上药店终端-医保、Rx/OTC情况

- 受益于政策驱动，网上药店终端中成药市场销售处在快速成长阶段。
- 国家医保类、Rx类用药占比份额提升。

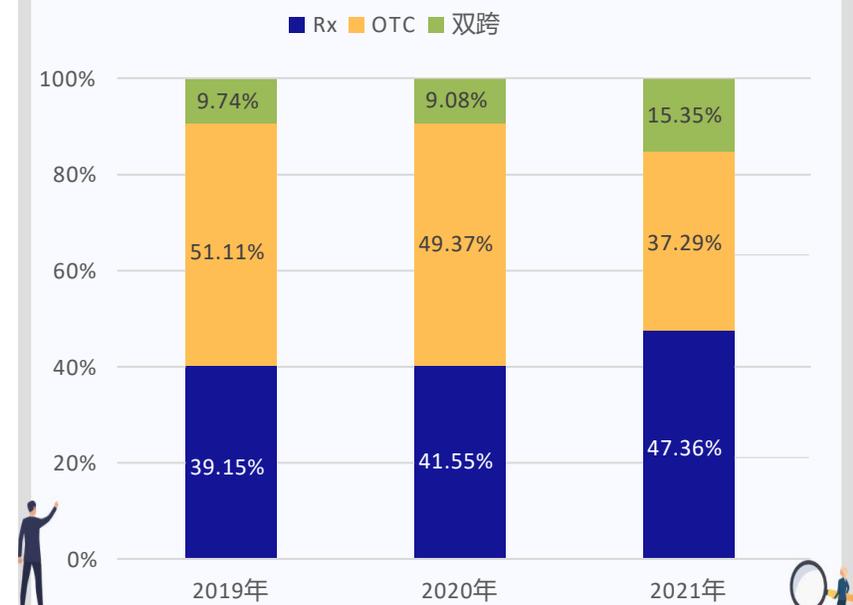
我国网上药店终端中成药市场销售额（亿元）



医保与非医保用药销售额占比



网上药店终端Rx、OTC与双跨品种销售额占比

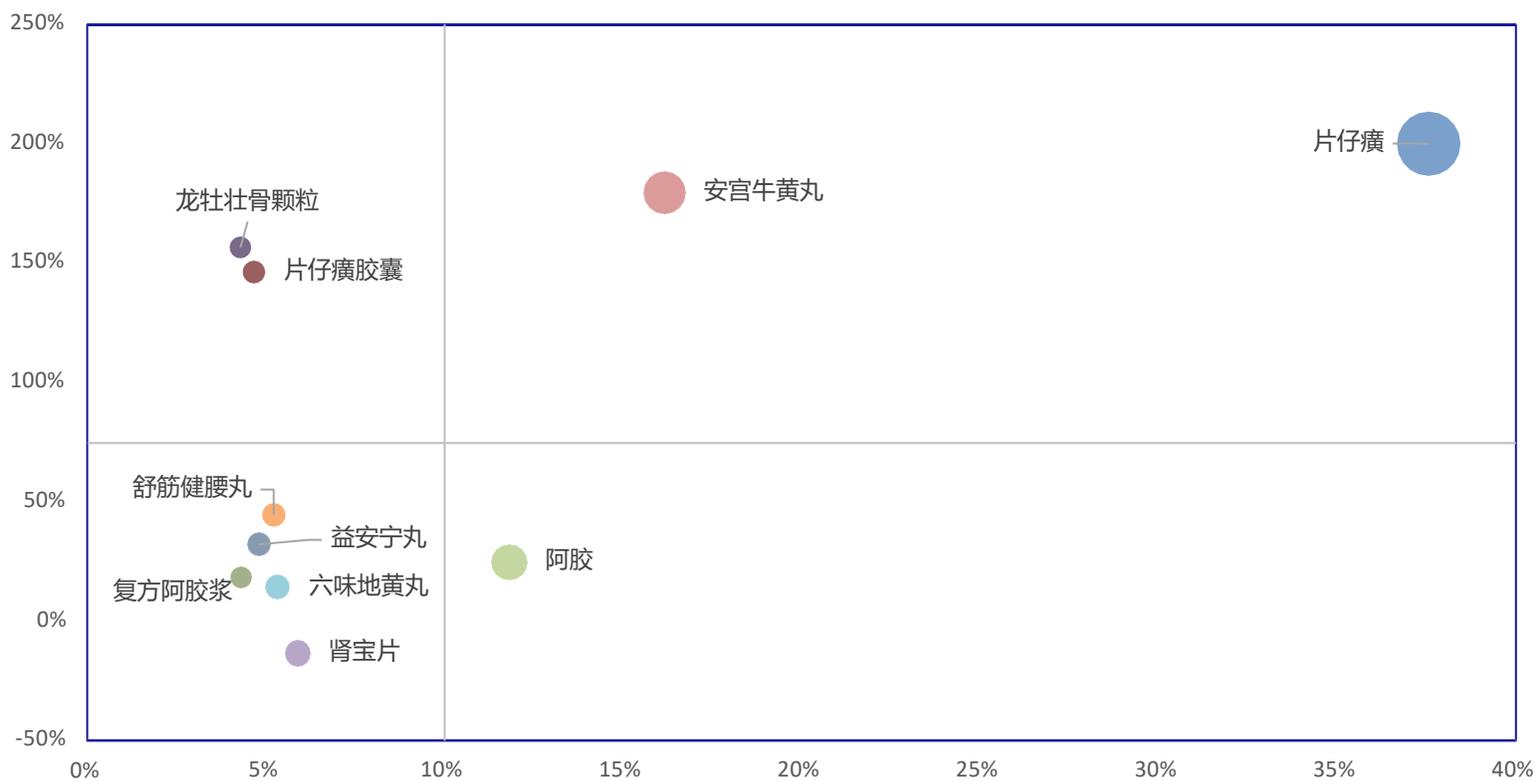


注：1.数据来源于米内网《中国网上药店终端竞争格局》，统计范围是：全国网上药店所有药品数据，包括天猫、京东等第三方平台及私域平台上所有网上药店药品数据；2.上述销售额以产品在网药店的平均零售价计算。

## 中国网上药店终端-中成药TOP10产品市场竞争格局

- “传统的”，就是“流行”的。

中国网上药店终端中成药市场TOP10产品竞争格局



注：1.米内网《中国网上药店终端竞争格局》，统计范围是：全国网上药店所有药品数据，包括天猫、京东等第三方平台及私域平台上所有网上药店药品数据；上述销售额以产品在网药店的平均零售价计算；  
2.以TOP10产品的2021年销售额为气泡大小、市场份额为横坐标，2019-2021年复合增长率为纵坐标，以TOP10产品平均市场份额10%和TOP10产品2019-2021年复合增长率74.68%即（10%，74.68%）为坐标轴做波士顿矩阵图。为便于做图，将增长率高于200%的以200%计。

# 目录

1

中成药市场供给基本情况简析

2

中成药市场结构分析

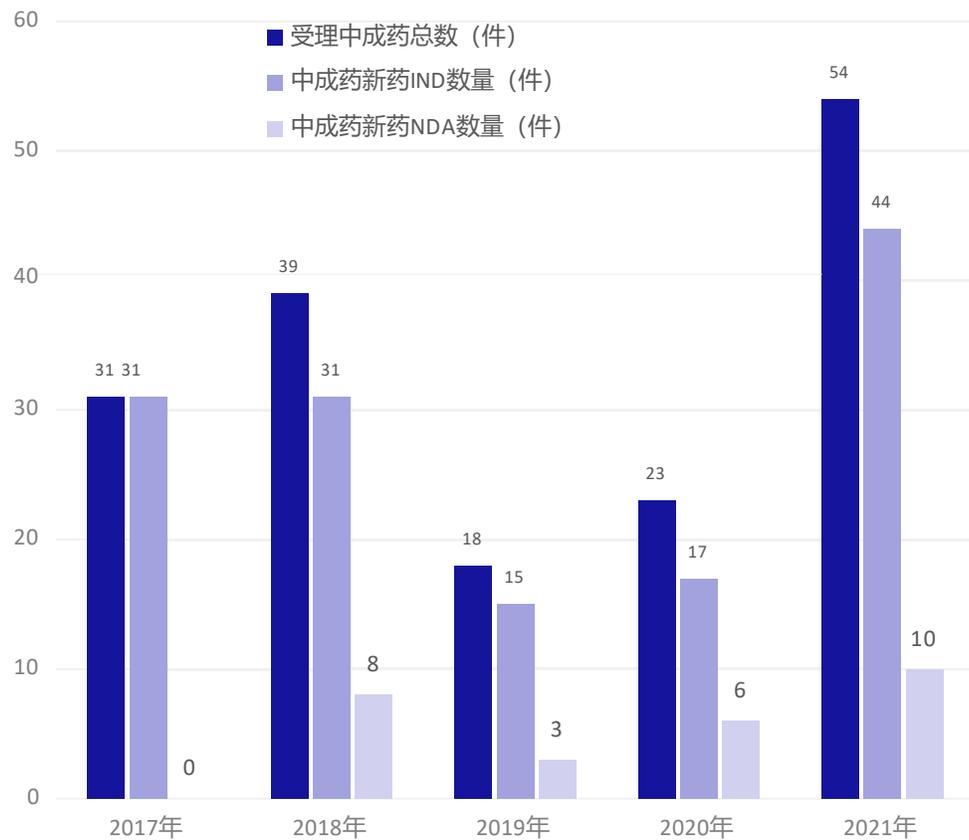
3

中成药市场发展趋势前瞻

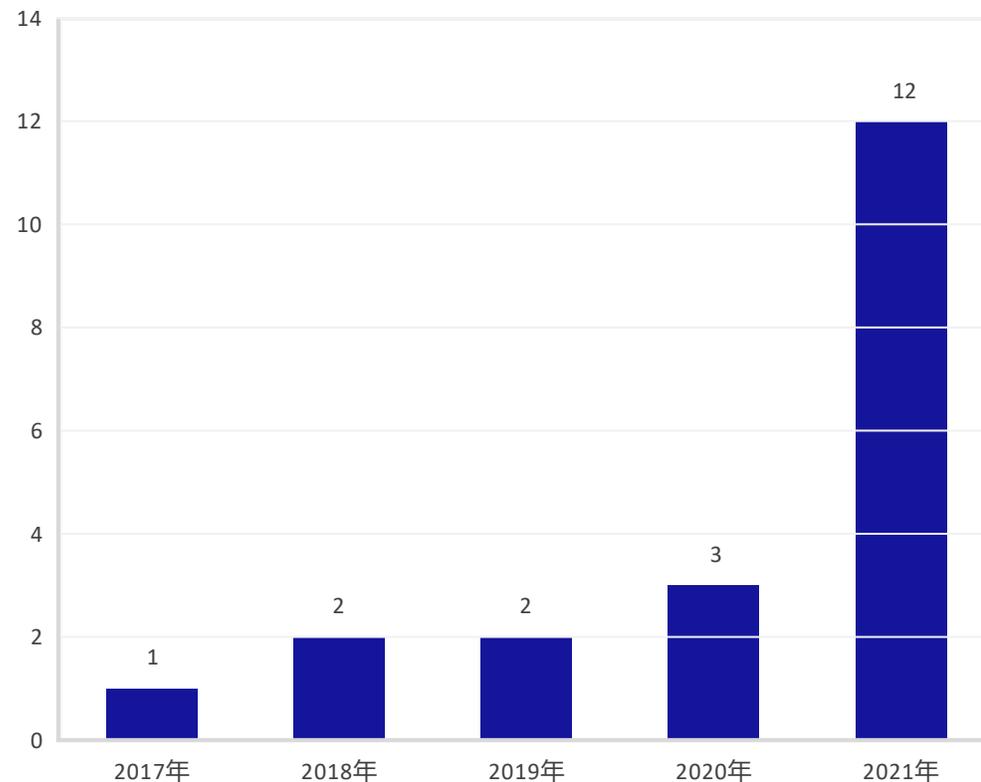
## 中成药发展趋势前瞻 (1)

### 1. 中成药审批速度加快，利好研发实力强的中成药企业和中成药CRO企业

2017-2021年CDE中成药新药受理情况



2017-2021年获批上市中成药新药数量



注：米内网CDE数据库及米内网综合数据库。

## 中成药发展趋势前瞻 (2)

### 2. 中成药集采，量价并重

- (1) 扩大化

- √ 区域范围的扩大。

- √ 涉及品种范围的扩大。

- (2) 常态化。

- (3) 降价与质量同行

## 中成药发展趋势前瞻 (3)

### 3.拥有稀缺产品资源企业发展前景看好

- (1) 中药新药

√ 医保政策支持新药快速进入医保从而实现快速上量。

- (2) 品牌中药。

√ 品牌中成药尤其是 OTC 类凭借优质上游资源和品牌品种力持续优化管控成本、推进终端产品提价，地位持续加强。

- (3) 民族药。

√ 民族药本身具有一定的稀缺性和地域特色。



中国·湖州  
2022年6月21-25日  
锚定稳增长

米力MENET

# THANKS

—— 专业与连接 ——