



亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, November 2020

# 临床营养巨头企业如何面对特医食品新浪潮？

费森尤斯卡比中国临床营养业务研究报告

亿欧  
智库  
EqualOcean Intelligence

研究报告

# 序言

## INTRODUCTION

费森尤斯卡比（下文简称费卡）已进入中国临床营养市场30余年。目前，其在中国市场上流通的临床营养产品共有12款，是一家能够在中国市场提供全套肠内肠外营养产品的厂商。费卡目前也拥有国内数量最多，种类最全的肠内与肠外营养制剂。

近年，我国对临床营养，特别是肠内营养重视度提高。2013年，我国在肠内营养领域引入特殊医学用途配方食品（下文称特医食品）概念，并出台大量相关政策以推广特医食品。特医食品“新浪潮”的出现吸引了众多企业与资本的关注。

然而，特医食品“新浪潮”对费卡来说不仅仅是机遇，更是挑战。特医食品作为食品而非药品，企业若想在此领域发展还需相关的食品研制、流通等能力。雅培、雀巢和达能等食品与保健品行业巨头公司因其各自优势，皆在此领域快速布局、开疆扩土。本报告从产品、资金及渠道三方面，逐一分析对比了四大营养巨头企业在特医食品上的能力，并做出排序。费卡在新兴的特医食品市场中是否能持续保持其巨头地位还未可知。

亿欧智库希望通过对费森尤斯卡比的能力分析，来判断其在中国特医食品“新浪潮”中争夺“领航”地位的可能性。同时，也希望这篇报告能够对中国特医食品企业未来的发展方向提供参考和借鉴。

# 术语说明

CLARIFICATION



## 临床营养支持

对一些营养不良的患者的临床营养支持治疗



## 肠外营养

肠外营养是从静脉内供给营养作为手术前后及危重患者的营养支持



## 肠外营养制剂(药品)

肠外营养制剂是所有通过肠外营养方式对患者进行营养支持的药物的统称



## 肠内营养

肠内营养是指经口服或管饲途径，通过胃肠道提供营养物质的一种营养支持治疗方式



## 肠内营养制剂(药品)

肠内营养制剂则是所有通过肠内营养方式对患者进行营养支持的药物的统称

## 特医食品 (食品)

通过肠内营养方式对患者进行营养支持。与肠内营养制剂作用和使用方法相同

- 费卡作为中国临床营养的巨头企业，在特医食品“新浪潮”（特医食品属于肠内营养支持产品）的冲击下能否争夺航地位将会是本报告所关注的重点。

---

## 05

### 中国临床营养巨头企业

- 1.1 临床营养：费卡主营业务之一
- 1.2 临床营养：费卡明星业务
- 1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地
- 1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

---

## 13

### 中国特医食品“新浪潮”来袭

- 2.1 特医食品概念的提出与推广
- 2.2 政府对特医食品的强调与重视
- 2.3 特医食品潜在市场庞大

---

## 17

### 新浪潮中的“领航者”之争

- 3.1 特医食品研制企业能力需求
- 3.2 四大巨头企业能力对比评分体系
- 3.3 四大巨头企业产品研发对比
- 3.4 四大巨头企业资金投入对比
- 3.5 四大巨头企业流通渠道对比
- 3.6 四大巨头企业综合能力对比

---

## 27

### 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

- 4.1 短期：以己之长，攻彼之短
- 4.2 长期：假人之长以补其短
- 4.3 “领航之道”

# 中国临床营养巨头企业

## 费森尤斯卡比临床营养业务介绍

我国于20世纪80年代首次引入国外临床营养产品，费卡于1987年将临床营养产品引入中国，是为中国医疗体系中最早提供临床营养产品的公司之一。

临床营养业务作为费卡的明星业务一直备受重视，尤其是在临床营养产品需求快速增加的中国市场中，费卡临床营养业务发展迅速。在2019财年，费卡亚太地区临床营养销售额同比增长14%。

2020年5月，费卡总投资8亿元的华瑞特医食品生产线在无锡太湖国家旅游度假区奠基开工。



Part 1 中国临床营养巨头企业

1.1 临床营养：费卡主营业务之一

—

1.2 临床营养：费卡明星业务

1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 临床营养：费卡主营业务之一

### 费卡共有四大主营业务，临床营养历史悠久

费森尤斯卡比隶属于费森尤斯集团，其主要服务群体为全球慢性病患者与重症患者。目前，费卡将其业务分为四大板块，**静脉注射药物**（IV Drugs），**临床营养产品**（Clinical Nutrition），**输液治疗**（Infusion Therapy）和**医疗器材与输血产品**（Medical Devices/Transfusion technology）。

亿欧智库：费森尤斯卡比四大业务板块



在费卡四大业务中，临床营养业务（肠内营养事业部与肠外营养事业部）一直是其不可或缺的一项重点业务，费卡的临床营养产品最早可追溯到**20世纪60年代**，也正因其60年的发展与积累，费卡才能成为中国临床营养巨头企业。

亿欧智库：费森尤斯卡比发展历史

20世纪60年代

**新型注射液为费森尤斯卡比初期发展核心产品**

**1963年-电解质溶液Jonosteril推出**  
Jonosteril作为电解质溶液，能够为呕吐中毒、脱水和其他水电解质紊乱病人补充电解质；也可用作婴儿和儿童的补水液。

**1964年-氨基酸-碳水化合物-维生素混合物（AKV）推出**  
费森尤斯卡比推出与“土豆-鸡蛋”中天然氨基酸的复方氨基酸粉剂，为临床营养奠定了基础。

20世纪70年代

**营养制剂不断扩展**

**1973年-OralpAdon推出**  
OralpAdon是一种由葡萄糖和电解质的混合物制成的粉剂，临用前溶解于水，用于因腹泻造成水份和矿物质流失的病人氨基酸、碳水化合物和电解质溶液。

**1977年-收购 Hiplex S.A. Laboratorio de Hipodermia**  
费森尤斯卡比收购了南美市场注射液供应商巴西制药公司 Hiplex S.A. Laboratorio de Hipodermia。

- Part 1 中国临床营养巨头企业
  - 1.1 临床营养：费卡主营业务之一
  - 1.2 临床营养：费卡明星业务
  - 1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地
  - 1.4 费卡：中国临床营养巨头企业
- Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭
- Part 3 新浪潮中的“领航者”之争
- Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 临床营养：费卡主营业务之一

### 四大主营业务，临床营养历史悠久

亿欧智库：费森尤斯卡比发展历史

20世纪80年代

#### 为世界上为数极少的脂肪乳注射液生产者之一

##### 1983-脂肪乳注射液Li-poven推出

费森尤斯卡比公司凭借其研发的脂肪乳注射液Li-poven成为二十世纪八十年代世界上为数极少的脂肪乳注射液生产者之一。

##### 1988-含Aminomix（复方氨基酸注射液）肠外营养系统推出

即在多层塑料袋的两个腔室中分别装有氨基酸注射液、碳水化合物和电解质溶液。

#### 费森尤斯卡比正式成立，并通过华瑞制药快速发展中国市场

20世纪90年代

##### 1990-肠内营养产品“瑞素”上市

第一款配方完整的饮用或者管饲液体产品，费森尤斯卡比以瑞素为基础初见扩展，形成了完整的产品线。

##### 1998-收购法玛西亚普强公司的国际输液业务，费森尤斯卡比正式成立

1998年费森尤斯集团收购美国瑞典合资的法玛西亚普强公司的国际输液业务-卡比，并组成费森尤斯卡比。法玛西亚普强公司将其在中国华瑞制药持有的所有股份转让给费森尤斯集团，华瑞制药加入费森尤斯卡比。

#### 费森尤斯卡比肠内肠外营养产品持续推新

21世纪00年代

##### 肠外营养产品“卡文”推出

2005年，费卡集团在肠外营养领域推出了卡文。其三腔袋设计曾获得包装技术创新奖。

##### 力卡文的上市

含有中链和长链脂肪酸的力卡文的上市，丰富了临床营养产品线，为重症病人的营养治疗提供提供了新的手段。

#### 费森尤斯卡布局中国特医食品行业

21世纪10年代

##### 2013-合文上市

用于肠外营养，为经口/肠道摄取营养不能、不足或有禁忌时的患者提供能量、必需脂肪酸和 $\omega$ -3脂肪酸

##### 2014-卡全上市

本品用于不能或功能不全或被禁忌经口/肠道摄取营养的成人患者。

##### 2019-费森尤斯卡比投资中国特医食品行业

费森尤斯卡比计划在中国无锡建设特医食品项目，此项目预计投资8亿元人民币，建筑面积约2万平方米，将新建四期厂房和两条生产线。项目建成达产后，预计可年产口服液5500万瓶、粉剂2000吨，每年可新增销售30亿元、税收3.5亿元。

Part 1 中国临床营养巨头企业

1.1 临床营养：费卡主营业务之一

1.2 临床营养：费卡明星业务

1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

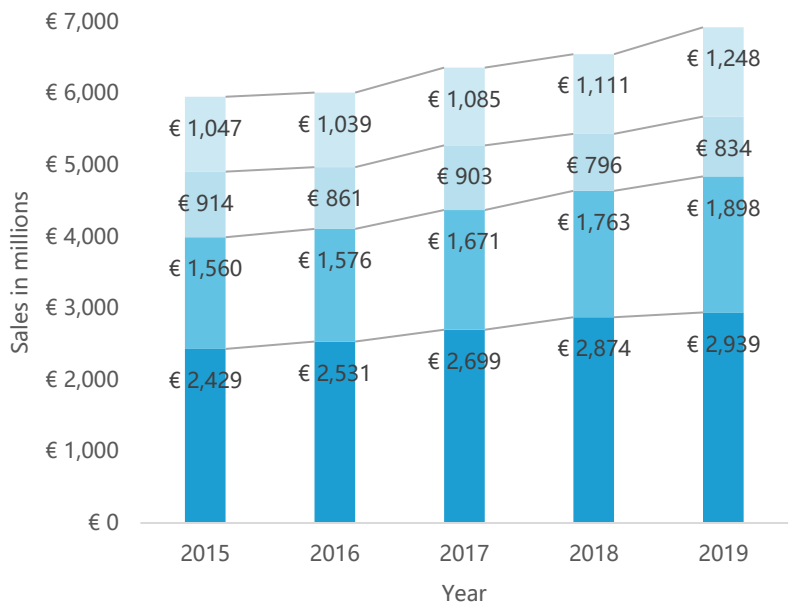
Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 临床营养：费卡明星业务

### 临床营养业务：销售额名列前茅

在费森尤斯卡比四大主营业务中，临床营养业务（Clinical Nutrition）一直拥有着可观的销售额。自2015年至今，临床营养业务销售额一直位于费森尤斯卡比公司第二名，仅次于静脉注射药物（IV Drugs）。在2019财年，费卡临床营养业务销售额近20亿欧元，占比总销售额27%。

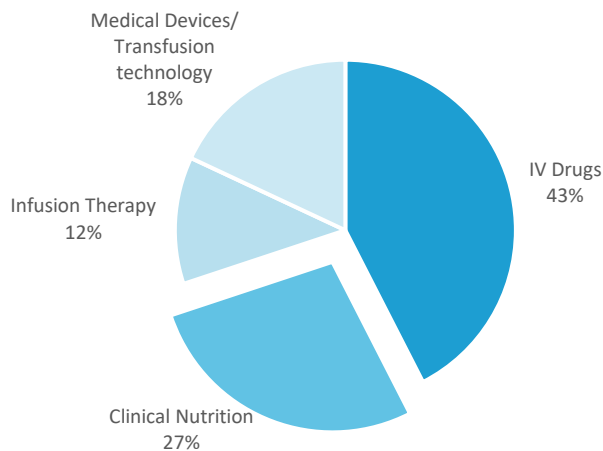
亿欧智库：费森尤斯卡比四大业务销售额拆分（2015-2019财年）



■ Medical Devices/ Transfusion technology ■ Infusion Therapy ■ Clinical Nutrition ■ IV Drugs

资料来源：费森尤斯集团年报

亿欧智库：2019年费森尤斯卡比四大业务销售额占比



资料来源：费森尤斯集团年报



Part 1 中国临床营养巨头企业

1.1 临床营养：费卡主营业务之一

1.2 临床营养：费卡明星业务

1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

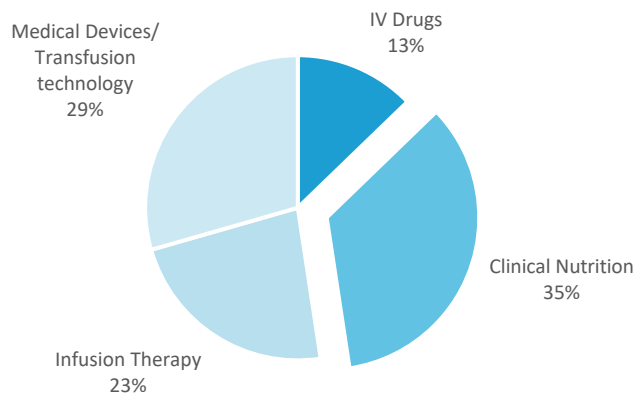
Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 临床营养：费卡明星业务

### 临床营养业务：市场份额高占比

2019年，全球静脉注射药物市场价值约为380亿欧元，临床营养市场价值约为90亿欧元，输液治疗市场价值约为60亿欧元，医疗器材与输血产品市场价值约为70亿欧元。结合费卡2019年销售额，**费卡临床营养业务所占全球市场份额35%**，高于静脉注射药物、输液治疗和医疗器械与输血产品全球市场份额占比。

亿欧智库：2019费森尤斯卡比四大业务销售额占比拆分

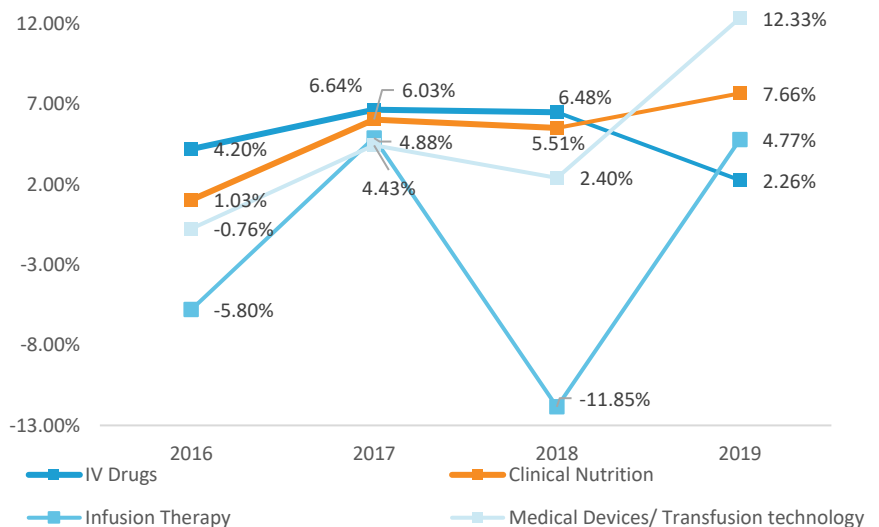


数据来源：费森尤斯集团年报

### 临床营养业务：年增长率稳定，亚太地区快速增长

2016年至2019年间，费森尤斯卡比四大业务中，临床营养产品销售额一直保持着**相对稳定的持续增长**。在2019财年，临床营养销售额同比增长**7.66%**，并且，其增长率在**亚太地区接近全球平均增长率的两倍，约为14%**。

亿欧智库：费森尤斯卡比四大业务销售额年增长率



资料来源：费森尤斯集团年报

Part 1 中国临床营养巨头企业

1.1 临床营养：费卡主营业务之一

1.2 临床营养：费卡明星业务

1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

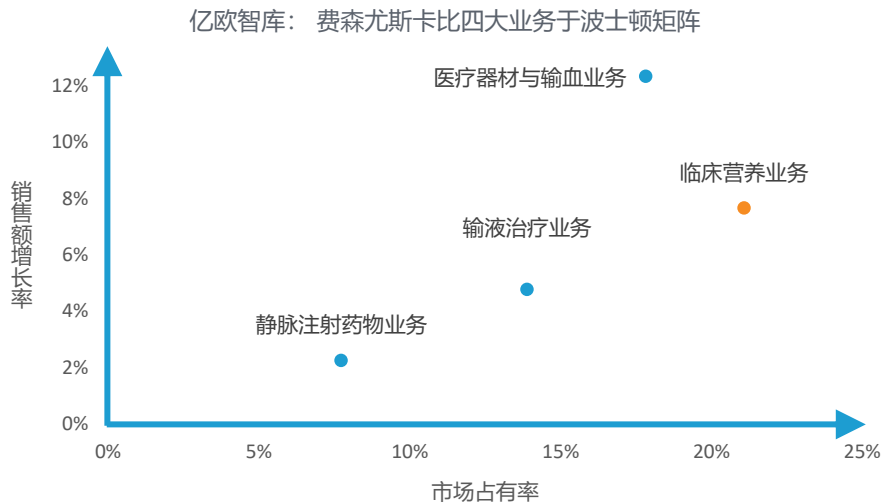
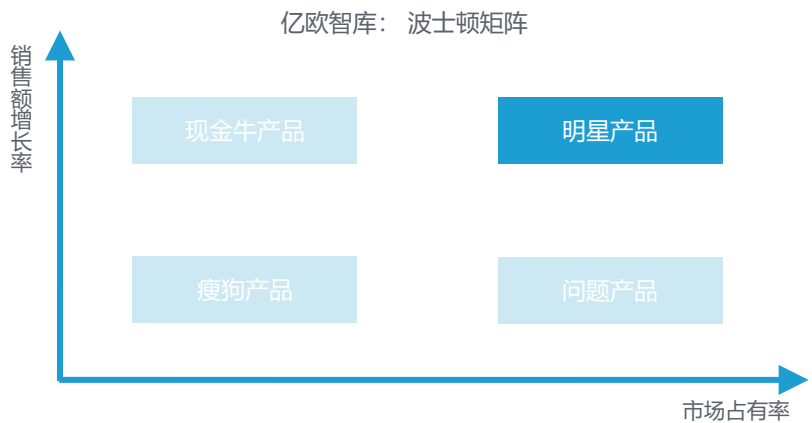
Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 临床营养：费卡明星业务

### 临床营养业务：高市场份额占比及高增长率的明星业务

2019年，费卡临床营养业务所占全球市场份额**35%**，销售额增长率**7.66%**，**市场占有率排名第一，销售额增长率排名第二**，其坐标位于波士顿矩阵的右上角是费卡四大业务中当之无愧的**明星业务**。



在波士顿矩阵中，明星型业务可以视为**高速增长市场中的领导者**，它将成为公司**未来的现金牛业务**，为公司提供大量现金流。但是，明星业务能否产生正现金流量，取决于**新工厂、设备和产品开发对投资的需要量**。

因此，费卡也十分重视其临床营养业务，尤其是在目前市场发展较快的中国市场（费卡临床营养业务在中国市场增速超过14%）。2019年，费卡投资**8亿元人民币**，在中国无锡建设特医食品项目，包含特医食品研发与生产。此项目建筑面积约**2万平方米**，将新建**四期厂房和两条生产线**。

- Part 1 中国临床营养巨头企业
- 1.1 临床营养：费卡主营业务之一
- 1.2 临床营养：费卡明星业务
- 1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地**
- 1.4 费卡：中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

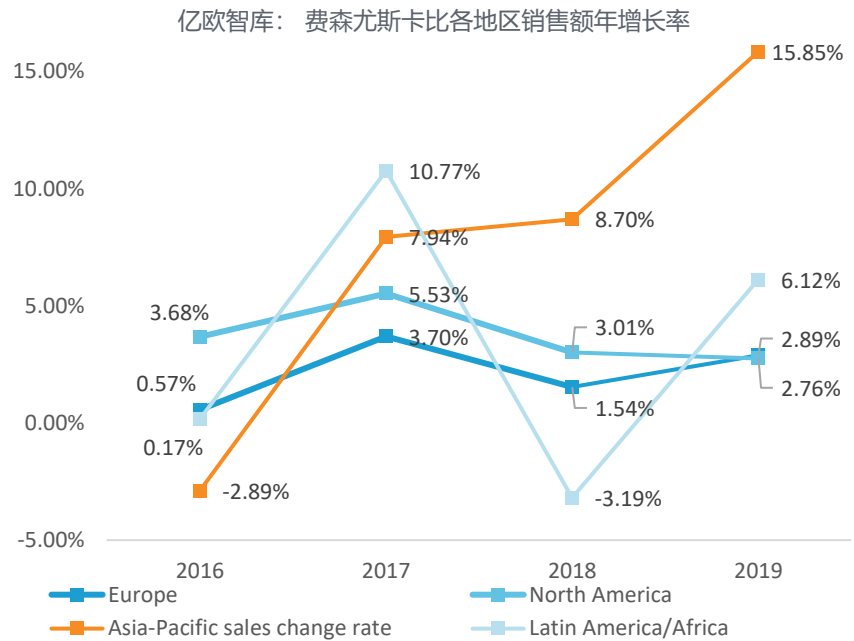
Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

### 中国市场潜力巨大

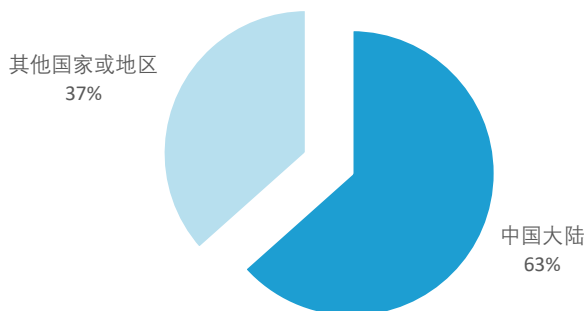
2016年至2019年间，费森尤斯卡比产品销售额在亚太地区持续攀升。2019年，费森尤斯卡比在亚太地区年增长率高达**15.85%**，远远高于欧洲市场的2.89%、北美市场的2.76%以及拉美非洲市场的6.12%。



资料来源：费森尤斯集团年报

费卡总销售额在亚太地区的增长也得益于其**临床营养业务销售额在亚太地区的增长**。其中，中国为最重要的市场，费森尤斯卡比中国2019财年销售额约为**9.6亿欧元**，占费卡亚太市场总销售额的**63%**。中国大陆目前对**肠内营养**的推广与普及工作（特医食品“新浪潮”）是推动亚太地区总销售额增长关键因素。**2019年，中国肠内营养市场规模增速已超过15%，欧美增长肠内营养市场规模增速率仅为4%。**

亿欧智库：中国大陆销售额与其他亚太地区销售对比



数据来源：费森尤斯卡比中国官网、费森尤斯集团财报

Part 1 中国临床营养巨头企业

1.1 临床营养：费卡主营业务之一

1.2 临床营养：费卡明星业务

1.3 中国市场：费卡临床营养业务战略要地

**1.4 费卡：中国临床营养巨头企业**

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 费卡：中国临床营养巨头企业

### 费卡在中国市场拥有数量最多，种类最全的临床营养产品

目前，费卡是中国市场中唯一一家能够提供肠内营养和肠外营养两种营养支持产品的企业。

现今，在中国市场与费卡在临床营养上达到竞争关系的企业分为两种，一种为能够提供肠外营养制剂的企业，如贝朗与百特；另一种则为能够提供肠内营养制剂的企业，如雅培与达能。但目前，这些企业在产品种类与数量上都与费卡有着一定差距。**费卡于中国市场拥有数量最多，且涉及种类最广的肠内与肠外营养制剂产品。**

亿欧智库：费森尤斯卡比中国目前正在流通的肠内与肠外营养制剂

临床营养领域	公司名称	已有产品数量
肠外营养	费卡	7
	贝朗	4
	百特	5
肠内营养	费卡	5
	雅培	3
	达能	4

亿欧智库：费森尤斯卡比中国目前正在流通的肠内与肠外营养制剂

临床营养领域	公司名称	已有产品种类	产品涉及范围
肠外营养	费卡	6	丙氨酰谷氨酰胺注射液、结构脂肪乳注射液、脂肪乳氨基酸葡萄糖注射液、 <b>多种油脂肪乳注射液</b> 、ω-3鱼油脂肪乳注射液、复方氨基酸双肽注射液
	贝朗	4	复方氨基酸注射液、ω-3鱼油脂肪乳注射液、脂肪乳注射液、脂肪乳氨基酸葡萄糖注射液。
	百特	3	脂肪乳氨基酸葡萄糖注射液、脂肪乳注射液、 <b>注射用多种维生素</b> 。
肠内营养	费卡	3	特定疾病、糖尿病与 <b>癌症</b> 患者肠内营养支持产品。
	雅培	2	特定疾病与糖尿病患者肠内营养支持产品。
	达能	2	特定疾病与糖尿病患者肠内营养支持产品。

资料来源：各企业官网

注：粗体为企业特有产品种类  
费卡中国目前正在流通的肠内与肠外营养制剂产品列表见附录。

## 中国特医食品“新浪潮”来袭

特医食品将成为中国大健康领域新蓝海市场

近年，我国先后发布《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划2017-2030》战略方针，对国内临床营养行业关注密切。

在临床营养行业中，国家尤其重视肠内营养领域。2013年，我国开始引入国外临床营养体系成熟市场中“特医食品”的概念，并逐步出台相关政策条款。

近年，随着相关政策监管的成熟与完善，特医食品的推广力度逐步上升。因此，特医食品的市场渗透率将随之在短期内显著提升。特医食品市场将会成为未来大健康领域主要增量市场之一。



Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

2.1 特医食品概念的提出与推广

2.2 政府对特医食品的强调与重视

2.4 特医食品潜在市场庞大

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 特医食品概念的提出与推广

### 肠内营养制剂与特医食品共存的“过渡期”

在20世纪80年代末，伴随着中国临床医学发展，市场上对于临床营养的需求逐渐显著。因此，国内首批肠内营养产品以**肠内营养制剂**形式进入了中国，按照**化学药品进行监管**，经药品注册批准后方可上市销售。

由于我国一直将肠内营养产品作为药品来管理，一些国外产品虽然已经有很长使用历史与良好使用效果，但由于**无法满足药物注册审批需求而无法进入中国市场**。对国内产品而言，**药物高技术和高合规门槛也导致了产业创新乏力**。

现今，我国有关肠内营养法律法规逐渐完善。为了进一步满足监管与市场上对临床营养产品的需求，促进临床营养产品研制企业的创新活力，2013年，我国国家卫生计生委发布《特殊医学用途配方食品通则》，引入了海外市场的“**特殊医学用途配方食品**”的概念与分类。目前已有**56款产品**通过审批并正式面市。特医食品概念的引进和推广将进一步丰富我国肠内营养产品的种类与产品数量。

#### 特殊医学用途配方食品定义

为了满足进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或特定疾病状态人群对营养素或膳食的特殊需要，专门加工配制而成的配方食品。该产品必须在医生或临床营养师指导下，单独食用或与其他食品配合食用（适用于1岁以上患者）

#### 特殊医学用途配方食品分类

##### 全营养配方食品

可作为单一营养来源满足目标人群营养需求的特殊医学用途配方食品。

##### 特定全营养配方食品

可作为单一营养来源能够满足目标人群在特定疾病或医学状况下营养需求的特殊医学用途配方食品。

##### 非全营养配方食品

可满足目标人群部分营养需求的特殊医学用途配方食品，不适用于作为单一营养来源。

资料来源：中国国家卫生计生委员会《特殊医学用途配方食品通则》

由于特医食品概念的出现与推广，**我国肠内营养支持产品逐渐由作为药物的肠内营养制剂转化为作为食品的特医食品**。目前，我国肠内营养产品处于药品与食品的“**过渡期**”：中国市场上，既有作为药品的肠内营养制剂，也有作为食品的特医食品。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

2.1 特医食品概念的提出与推广

**2.2 政府对特医食品的强调与重视**

2.4 特医食品潜在市场庞大

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 政府对特医食品的强调与重视

### 政府对国民营养关注度提高

营养是健康的重要物质基础，国民营养事关国民身体素质的提高和经济社会的发展，也是国家竞争力的最终体现。近年，国家先后发布《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划2017-2030》战略方针。临床营养在这两则重要战略方针中也备受重视。

《“健康中国2030”规划纲要》中2030年的一项战略目标为“居民营养知识素养明显提高，营养缺乏疾病发生率显著下降的目标”；《国民营养计划2017-2030》更是着重强调“推动特殊医学用途配方食品和治疗膳食的规范化应用。进一步研究完善特殊医学用途配方食品标准，细化产品分类，促进特殊医学用途配方食品的研发和生产。”

### 特医食品相关政策的颁布与出台

2010年至2019年，国家食品药品监督管理总局（现隶属于国家市场监督管理总局）及相关部门共为特殊医学用途配方食品修订食品安全法中的**2条法规，出台2个通则，3个管理办法，4个相关标准及6个征求意见**。此外，在这17则相关文件中，仅有4则发表在2016年之前，其余13则皆发表于2016年之后；其中，仅**2019年一年就发布5则特殊医学用途配方食品的相关文件**。

亿欧智库：2016年至2020年中国特医食品主要监管政策

年份	政策内容	具体内容
2016	《特殊医学用途配方食品注册管理办法》	特医食品注册条件及方法
2016	《网络食品安全违法行为查处办法》	特殊医学用途特定配方食品不得在网上进行销售
2017	《特殊医学用途配方食品注册管理过渡期的公告（2017年第139号）》	生产日期为2018年12月31日（含）以前的未获得特医食品批准的特殊医学用途配方食品可在我国境内销售至保质期结束
2019	《特定全营养配方食品临床试验技术指导原则 糖尿病/肾病/肿瘤》	糖尿病/肾病/肿瘤疾病临床指导意见，国家不要求强制执行，只作为参考材料
2019	《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	不同种类的特医食品广告规范和管理

特医食品作为能够帮助实现《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划2017-2030》中营养相关目标的产品，一直被国家所重视。近年随着特医食品概念的引进和大量相关政策的发布，预示着**中国肠内营养市场将更加规范与完善，市场渗透率也将在短期内显著提升**。

资料来源：资料来源：《“健康中国2030”规划纲要》、《国民营养计划2017-2030》等公开资料整理。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

2.1 特医食品概念的提出与推广

2.2 政府对特医食品的强调与重视

**2.3 特医食品潜在市场庞大**

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

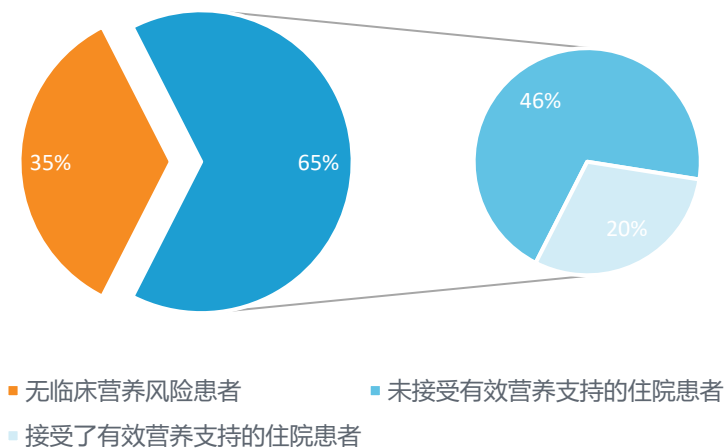
Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 特医食品潜在市场庞大

### 新兴蓝海市场，各企业争先布局

据《我国临床营养学科的现状与存在问题》中统计数据显示，我国住院患者中约有**65%**的患者需要临床营养支持，但是，其中没有得到有效营养支持的患者占比**70%**。国家统计局数据显示，我国2018年住院人数约为**2.5亿**。由此数据推测，我国住院患者中约有**1.6亿人**存在营养风险，其中约有**1.1亿人**没有得到有效的营养支持。

亿欧智库：全国住院患者营养不良风险占比及其中能够接受有效营养支持患者占比



资料来源：国家统计局、王建《我国临床营养学科的现状与存在问题》

由于我国目前存在大量对临床营养支持有需求的患者，我国特医食品**潜在市场十分庞大**。若特医食品临床渗透率提高到**100%**，即所有临床患者都能够接受有效营养支持，特医食品市场需求将会扩大到现今的**3倍以上**；若临床渗透率提升至**60%**，市场需求也会扩大到现今的**2倍**。

中国市场的特医食品“新浪潮”来袭，令国际上的巨头企业，如**雀巢、雅培、达能**和**费森尤斯卡比**纷纷开始在华投资特医食品项目或建造特医食品厂。不仅如此，众多中小企业也摩拳擦掌：截止至2019年10月，市场上共有**9235家“特医食品”相关公司**；其中，成立时间在三年内的公司有**4640家**，占比**50%**。目前我国特医食品市场处于早期阶段，群雄逐鹿，**无论是小型企业被吞没兼并，还是大型企业战略失误轰然倒塌，都有可能在未来出现。**



# 新浪潮中的“领航者”之争

## 费卡中国特医食品业务核心竞争力分析

我国于20世纪80年代首次引入国外临床营养产品，费卡于1987年将临床营养产品引入中国，是为中国医疗体系中最先提供临床营养产品的公司之一。

临床营养业务作为费卡的明星业务一直备受重视，尤其是在临床营养产品需求快速增加的中国市场中，费卡临床营养业务发展迅速。在2019财年，费卡亚太地区临床营养销售额同比增长14%。

2020年5月，费卡总投资8亿元的华瑞特医食品生产线在无锡太湖国家旅游度假区奠基开工。



Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

**3.1 特医食品研制企业能力需求**

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

3.3 四大巨头企业产品研发对比

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 特医食品研制企业能力需求

### 特医食品研制企业需强产品研发、资本、渠道支撑

由于目前国家政策对特医食品的支持与推动及特医食品庞大的市场潜力，自2019年来，**众多巨头跨国公司争先在华投资特医食品**。各企业依靠其自身优势摩拳擦掌，将其视作寻找突破和跨界转型的新战场。

然而，企业若想在肠内营养“新浪潮”中航行，则需要一些特定能力。特医食品行业对企业的产品研发，资本投入，及流通渠道都有着较为特殊的要求。**若企业能够在这三方面拥有强实力，那么其在“新浪潮”中成为“领航者”的几率将大大增加。**（此三方面能力对特医食品企业的重要性论证请点击亿欧智库[《2020中国特殊医学用途配方食品行业研究报告》](#)）

亿欧智库：中国特医食品研制行业能力需求

**产品研发需强实力支撑：**

特医食品研发配方难设计、需多项试验。特医食品研制企业需要有强大的研制团队，或与中科院、高校、三甲级医院、临床营养权威人士进行合作研发。只有这样，企业才能成功研制出合格特医食品。

**生产需强资本支撑：**

特医食品研发生产耗资远高于普通食品，且生产线难与食品或药品共线，需要重建生产线或耗资保持生产线清洁度。因此，特医食品研制企业需要有强大的资本支撑。

**流通需要强渠道支撑：**

特医食品流通分为院内端和院外端，需要企业拥有能销售至医院、药店、网络平台、母婴店等终端市场的渠道。企业需利用强大的资源整合能力打通特医食品销售渠道。

由于目前肠内营养产品逐渐从药品（肠内营养制剂）转变为食品（特医食品），众多涉及食品、保健品产品的企业，如雀巢、雅培与达能，它们依靠其多年食品与保健品研制与流通经验快速布局特医食品市场，面临其他企业的强势入局，**费卡作为传统药企，其在“新浪潮”中继续“领航”的可能性值得研究。**

亿欧智库：中国特医食品市场“四大巨头”企业



资料来源：各企业官方网站

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

3.3 四大巨头企业产品研发对比

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业能力对比评分体系

### 分数统计与计算

本章节将采取评分模式，量化四家公司在特医食品行业的**未来发展潜力**，进而通过排名来对比其在**“新浪潮”中“领航”的可能性**。

**此次评分满分为100分，其中，产品研发实力占50分，资本投入与流通渠道拓展能力各占25分。**特医食品属于新兴市场，因此，扎实突出的产品实力是立足于特医食品市场的根本，拥有强产品研发实力的企业将更易在新市场中取得领先地位及先发优势，因此产品研发实力在本评分模式中占50%。另外，企业拥有强产品研发的同时，也需要大量的资本投入建立特医食品生产线，产品生产；强渠道拓展能力能够帮助特医食品在流通端的流通与应用，因此，资本和渠道也各占25分。

亿欧智库：四大巨头企业产品研发对比项目拆分及分数

项目	子项目	分数占比	总分数
四大巨头企业产品研发对比	已有特医食品产品数量对比	10	50
	已有肠内营养制剂产品数量对比	10	
	创新特医食品产品数量对比	10	
	婴儿特医食品布局种类对比	5	
	非婴儿特医食品布局种类对比	5	
	肠内营养制剂布局种类对比	10	

亿欧智库：四大巨头企业资金投入对比项目拆分及分数

项目	子项目	分数占比	总分数
四大巨头企业资金投入对比	投资总金额	20	25
	投资时机	5	

亿欧智库：四大巨头企业资金投入对比项目拆分及分数

项目	子项目	分数占比	总分数
四大巨头企业渠道拓展能力对比	院内渠道拓展能力	15	25
	院外渠道拓展能力	10	

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

**3.3 四大巨头企业产品研发对比**

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

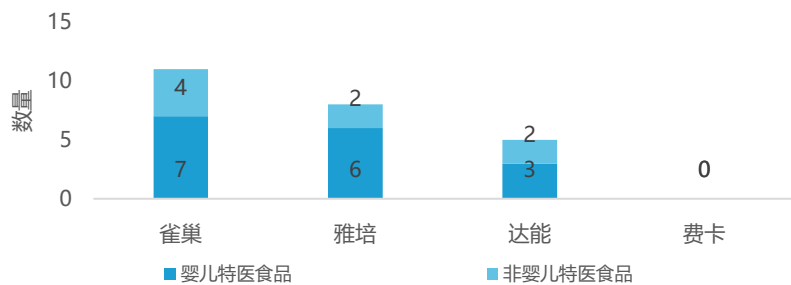
Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业产品研发对比

### 已有特医食品产品数量对比

公司已有产品是其产品研发能力的直接证明，目前我国已有56款特医食品获得批号。其中雀巢拥有有11款获批特医食品产品，雅培拥有8款特医食品产品，达能拥有5款特医食品产品，**费卡目前还没有获得特医食品批号的产品。**

亿欧智库：四大巨头已有特医产品数量对比



数据来源：公开资料整理

### 已有肠内营养制剂产品数量对比

目前，我国肠内营养产品处于药品与食品交替阶段，临床上，既有作为药品的肠内营养制剂在使用，也有作为食品的特医食品在使用。肠内营养制剂与特医食品针对客户群体相同且作用相同。因此，**已有肠内营养制剂的获批数量也能够证明其在特医食品方面的产品研发能力。在此方面上，费卡拥有五种肠内营养制剂产品，领先其他三家公司，雀巢则没有任何肠内营养制剂产品。**

亿欧智库：四大巨头已有肠内制剂产品数量对比



数据来源：公开资料整理

### 2016年后新款特医食品产品数量对比

外资企业已获批的特医食品中，**81%**的产品在特医食品注册办法施行以前已经存在于市场。其中，达能现存**全部特医食品**于2016年特医食品开放注册之前已在市场流通，且在特医食品开放注册之后成功申请了特医食品批号，属于“**新瓶装旧酒**”。2016年以后，雀巢有**1款**特医食品新产品面市，雅培则有**3款**新型特医食品面市。

亿欧智库：四大巨头已有创新特医产品数量对比



数据来源：公开资料整理

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

**3.3 四大巨头企业产品研发对比**

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业产品研发对比

### 特医食品与肠内制剂布局种类对比

不同类别特医食品或肠内制剂有着不同的研发壁垒，因此，特医食品研制公司**已有产品类别**也能反应其产品研发能力。目前，中国市场上婴儿特医食品主要分为四种，分别针对乳糖不耐、早产/低体重、食物蛋白过敏和患有苯丙酮尿症的婴儿。在中国市场目前所有获批特医产品中，**只有达能拥有针对苯丙酮尿症患者的特医食品。**

亿欧智库：四大巨头婴儿特医食品种类对比（单位：款）

	乳糖不耐	早产/低体重	食物蛋白过敏	苯丙酮尿症
雀巢	1	2	4	
雅培		4	2	
达能		1	1	1
费卡				

数据来源：公开资料整理

而在中国市场，非婴儿特医食品分为全营养、非全营养和特定全营养配方食品。

亿欧智库：四大巨头非婴儿特医食品种类对比

	全营养配方食品	非全营养配方食品	特定全营养配方食品
雀巢	4	2	
雅培	2		
达能		2	
费卡			

数据来源：公开资料整理

中国市场上，肠内营养制剂主要分为针对一般拥有营养风险患者的产品（非特定疾病）与针对特定疾病患者的产品（目前市面上仅有针对糖尿病和癌症患者的肠内营养制剂）。针对非特定疾病的肠内营养制剂与特医食品中全营养配方食品相同，针对特定疾病的产品则与特医食品中特定全营养配方食品功能相同。费卡拥有**全部三种**类型的肠内营养制剂，**且为中国市场上唯一一家拥有针对癌症患者的肠内营养制剂的公司。**

亿欧智库：四大巨头肠内营养制剂种类对比（单位：款）

	非特定疾病	糖尿病	癌症
雀巢			
雅培	2	1	
达能	3	1	
费卡	3	1	1

数据来源：公开资料整理

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

**3.3 四大巨头企业产品研发对比**

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业产品研发对比

### 分数统计与计算

亿欧智库：四大巨头企业产品研发对比项目拆分及分数

	雀巢	雅培	达能	费卡	总分
已有特医食品产品数量对比	10	8.8	5.5	0	10
已有肠内营养制剂产品数量对比	0	6	8	10	10
创新特医食品产品数量对比	3.3	10	0	0	10
婴儿特医食品布局种类对比	5	3.3	5	0	5
非婴儿特医食品布局种类对比	5	2.5	2.5	0	5
肠内营养制剂布局种类对比	0	6.7	6.7	10	10
<b>总分</b>	<b>23.3</b>	<b>37.3</b>	<b>27.7</b>	<b>20</b>	<b>50</b>

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

- 3.1 特医食品研制企业能力需求
- 3.2 四大巨头企业能力对比评分体系
- 3.3 四大巨头企业产品研发对比
- 3.4 四大巨头企业资金投入对比**
- 3.5 四大巨头企业流通渠道对比
- 3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业资金投入对比

### 四大巨头对特医食品投资力度加大

雀巢、雅培、达能和费卡皆耕耘肠内营养多年。自2016年特医食品开放注册以来，除雅培之外，其他三家企业皆对特医食品有重大投资行为。

2018年4月，雀巢集团宣布在中国斥资**10亿元**的新工厂在江苏泰州竣工，作为雀巢首个在华投建的**特殊医学用途配方食品工厂**，该厂将是雀巢抢食中国特医食品市场的重要战略布局。

2018年6月，达能旗下的纽迪希亚特殊医学营养食品项目开工，项目总投资约**2.3亿元**。新厂房生产面积9600平方米，均配备UHT工艺。预计2020年将建成年产3200万瓶的液体罐装生产线。

2020年5月，费卡总投资**8亿元**的华瑞特医食品生产线在无锡太湖国家旅游度假区奠基开工。此次开工的**特殊医学用途配方食品工厂**项目建筑面积约2万平方米，新建四期厂房和二条生产线。项目建成达产后，预计可年产口服液5500万瓶、粉体2000吨，每年可新增销售30亿元、税收3.5亿元。

2020年7月，达能宣布了一系列投资，表示将加强其在中国专业营养品业务的本地市场能力、支持和服务承诺。这笔**1亿欧元**（合8亿人民币）的投资包括在上海开设一个**开放的科学研究中心**，收购当地的**婴儿配方奶粉工厂**，以及扩大产能，进一步开发特殊医疗用途食品。

亿欧智库：四大巨头投资总额对比



数据来源：各企业官方网站及媒体报道，亿欧智库整理

雅培虽然没有在近年对特医食品进行大规模投资行为，但在2011年8月，雅培曾在浙江嘉兴投资2.3亿美元（合15.4亿人民币）建立现代化**营养品制造厂**。这是雅培迄今为止在中国最大投资项目。该工厂于2013年投入运营，用于为**中国婴幼儿提供高端营养产品**。

四大巨头虽然都有资金注入特医食品行业，但它们在**投资金额、投资时间、投资项目**上不尽相同。因此，不同投资行为也会其公司其布局特医食品行业有不同影响。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

3.3 四大巨头企业产品研发对比

**3.4 四大巨头企业资金投入对比**

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业资金投入对比

### 四大巨头对特医食品投资金额及时机

投资时间上，雀巢投资**时机最佳**，在特医食品开放注册两年后就建成特医食品工厂，领先达能与费卡，这也是目前雀巢拥有最多通过注册的特医食品产品的原因之一。雅培对特医食品的投资则有些**过早**，2011年特医食品概念在中国尚未出现。2016年，特医食品概念的出现和推广导致了众多已有政策的修改和新政策的出台，这些改变也会给雅培的投资带来一定**损耗**。

投资项目上，雀巢与费卡主要将其资金投入在建立特医食品厂上，对婴儿特医食品制造上有**无明显侧重**，雅培与达能则**更注重建立婴儿特医食品厂**，致力于研发生产婴儿特医食品。

亿欧智库：四大巨头特医食品投资情况

	投资金额	投资时间	投资项目侧重
雀巢	10亿元	2018	特医食品
雅培	15.4亿元	2011	婴儿特医食品
达能	10.3亿元	2020	婴儿特医食品
费卡	8亿元	2020	特医食品

数据来源：各企业官方网站及媒体报道，亿欧智库整理

## 分数统计与计算

资金投入项目评分满分**25**分，投资总金额满分**20**分，投资时机满分**5**分。因此，在四大巨头资金投入对比中，雅培获得**20**分，雀巢获得**18**分，达能获得**16.9**分，费卡获得**14**分。

亿欧智库：四大巨头企业产品研发对比项目拆分及分数

	雀巢	雅培	达能	费卡	满分
投资总金额	13	20	13.4	10.5	20
投资时机	5	0	3.5	3.5	5
<b>总分</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>16.9</b>	<b>14</b>	<b>25</b>

注：投资项目侧重不计入分数



Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

3.3 四大巨头企业产品研发对比

3.4 四大巨头企业资金投入对比

**3.5 四大巨头企业流通渠道对比**

3.6 四大巨头企业综合能力对比

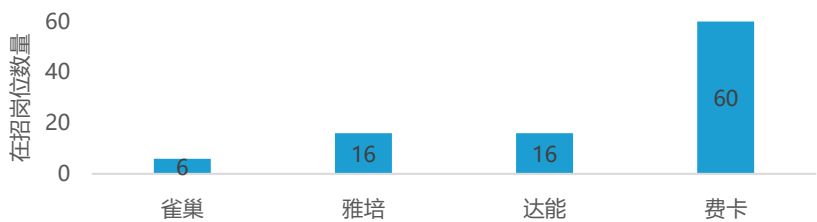
Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 四大巨头企业流通渠道对比

### 四大巨头院内渠道拓展能力对比

院内渠道是我国目前临床营养产品的主要流通渠道。费卡作为一家在中国耕耘数十年的老牌药企，其院内渠道拓展能力**强于其他三家企业**。雀巢公司核心业务为食品业务，在药品业务的涉猎少于其他三家公司，其在院内渠道拓展能力上与其他三家企业相比**较弱**。

亿欧智库：四大巨头医药代表在招岗位数量对比



数据来源：公开资料整理

由于目前这四家公司皆在处于正常运作，且无任何影响其短期离职率的事件发生。因此，在招医药代表岗位数量可以侧面反映其医药代表需求及公司医药代表规模，进而反应其医院端渠道拓展能力。

### 四大巨头院外渠道营销能力对比

院外渠道主要为网络渠道。其中，四大巨头企业的特医食品和营养品**均在网络上有所销售**。对比各网络平台自营店网络销量，雅培、雀巢与达能三家企业的平均销量全部超过8000。由于费卡于今年九月刚刚开设网店，相对缺乏用户积累及运营经验，目前月销量较少。

亿欧智库：四大巨头企业网络月销量对比



数据来源：2020年京东天猫等网店，亿欧智库整理

## 分数统计与计算

亿欧智库：四大巨头企业流通渠道对比项目拆分及分数

	雀巢	雅培	达能	费卡	满分
院内渠道拓展能力	1.5	4	4	15	15
院外渠道营销能力	8.8	10	5.5	0.3	10
<b>总分</b>	<b>10.3</b>	<b>14</b>	<b>9.5</b>	<b>15.3</b>	<b>25</b>

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

3.1 特医食品研制企业能力需求

3.2 四大巨头企业能力对比评分体系

3.3 四大巨头企业产品研发对比

3.4 四大巨头企业资金投入对比

3.5 四大巨头企业流通渠道对比

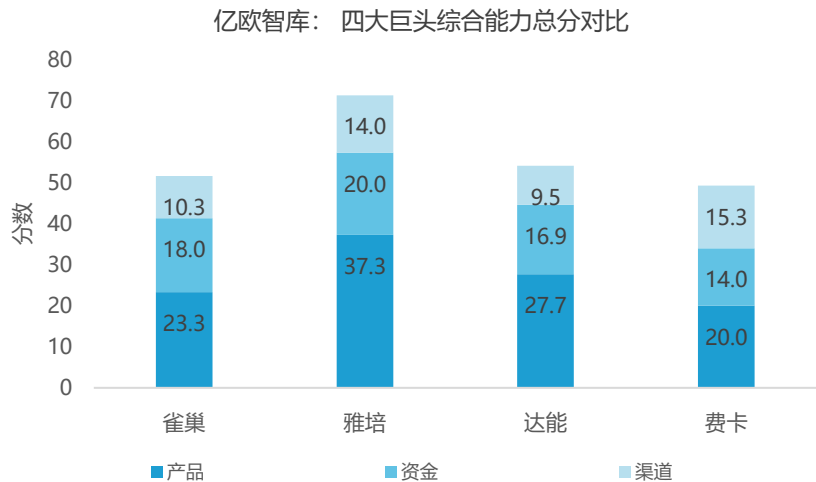
3.6 四大巨头企业综合能力对比

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

## 特医食品研制企业综合能力对比

### 费卡综合能力位于四大巨头末位

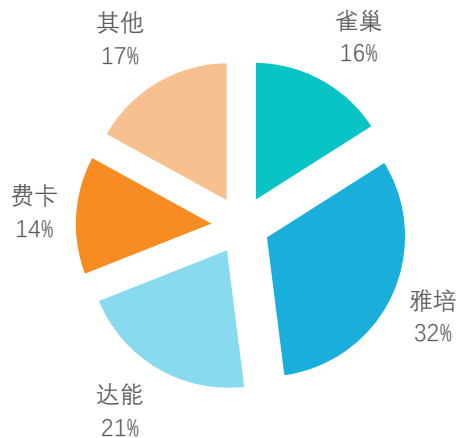
在四大巨头产品研发对比中，雅培获得71.3分，达能获得54.1分，雀巢获得51.6，费森尤斯卡比获得49.3分。



此评分系统的排名仅针对目前在中国特医食品市场“新浪潮”下立足**最需要的研发、投资与渠道能力**进行对比打分，并没有过多涉及营销、供应链与成本控制等其他能力。因此，结果仅展示四家公司在**现今中国肠内营养市场“新浪潮”下发展特医食品与抢占市场并占据领先地位的潜力**。

本评分结果与特医食品注册办法施行之前肠内营养品（包含药品与食品）的行业市场份额占比**排名相同**，第一名至第四名分别为雅培、达能、雀巢、费卡。目前各企业所占的市场份额与其发展潜力排名相同，这也代表着**若费卡无其他重大战略变更或布局行为打破此形势，此市场份额排名将在短时间内持续保持**。

亿欧智库：特医食品注册办法施行前中国特医市场份额



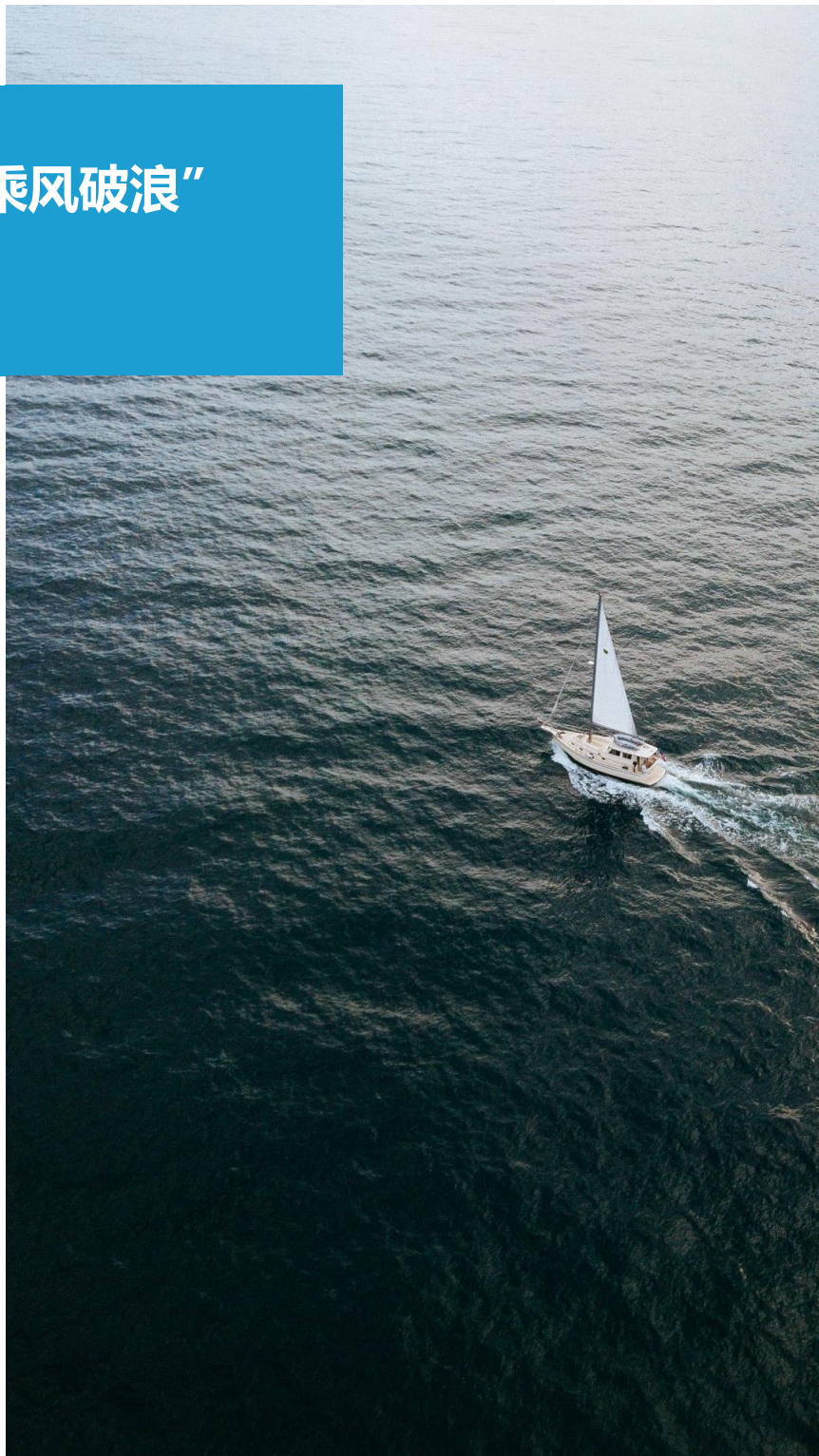
数据来源：雅培中国研发中心

## 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

### 费卡特医食品业务战略研判

在特医食品研制企业综合能力评分中，虽然费卡获得最低分数，不敌其他三家行业巨头企业，但四家企业都有较为明显的优劣势，排名第一的雅培也仅在100分中获得71.3分，并且，第二名与第四名只有约5分的分数差。

若费卡在短期内充分利用好已有优势，并持续发展自己的劣势，依旧能够有机会在特医食品市场抢占先机快速发展。



Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

4.1 短期：以己之长，攻彼之短

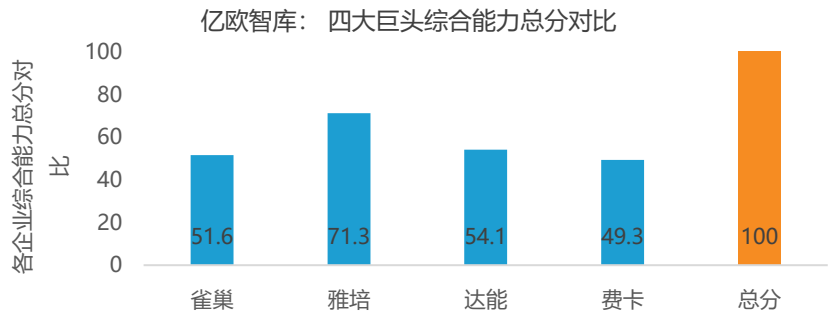
4.2 长期：假人之长以补其短

4.3 “领航之道”

## 短期：以己之长，攻彼之短

### 利用已有肠内营养制剂产品优势

虽在特医食品研制企业综合能力评分中费卡不敌其他三家行业巨头，获得最低分数，**但四家企业都有较为明显优劣势**，排名第一的雅培也仅在100分中获得71.3分，并且，第二名与第四名也仅有5分分差。**若费卡在短期内充分利用好已有优势，依旧能够有机会在特医食品市场抢占先机，快速发展。**



费卡作为四家巨头企业**临床属性最强**的公司，拥有着**最多数量与种类的肠内营养制剂产品**，及**最强的院内渠道拓展能力**。在评分上上，费卡的肠内营养制剂产品种类与数量皆在四大巨头中**排名第一**，获得了各对比项目中的满分。这些都体现了费卡在肠内营养制剂领域的**优势**。



另外，费卡是四大巨头企业中**唯一拥有种针对癌症患者的肠内营养支持产品**（包括肠内营养制剂与特医食品）的企业，虽然除费卡外其他三家企业皆有获批特医食品，但**至今没有任何企业拥有获批特定全营养配方食品，更无针对癌症特定全营养配方食品产品。**

虽然特医食品“新浪潮”下肠内营养制剂会逐渐退出历史舞台，但是目前还处于与肠内营养制剂与特医食品的**过渡期**，且目前肠内营养制剂的流通与使用体系**相对成熟**，与特医食品相较在国内市场**阻碍较少**。因此，肠内营养制剂产品优势仍可在**短期内发挥其作用**。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

4.1 短期：以己之长，攻彼之短

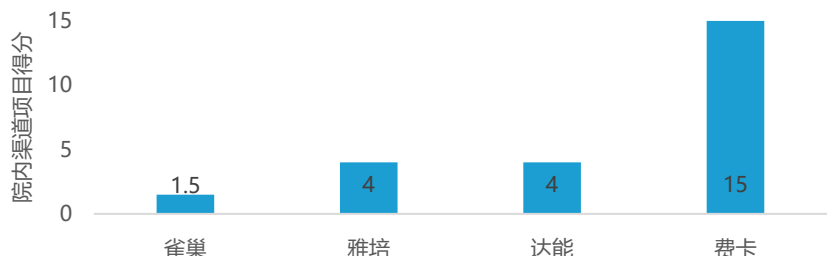
4.2 长期：假人之长以补其短

4.3 “领航之道”

## 短期：以己之长，攻彼之短

### 利用已有院内渠道拓展能力优势

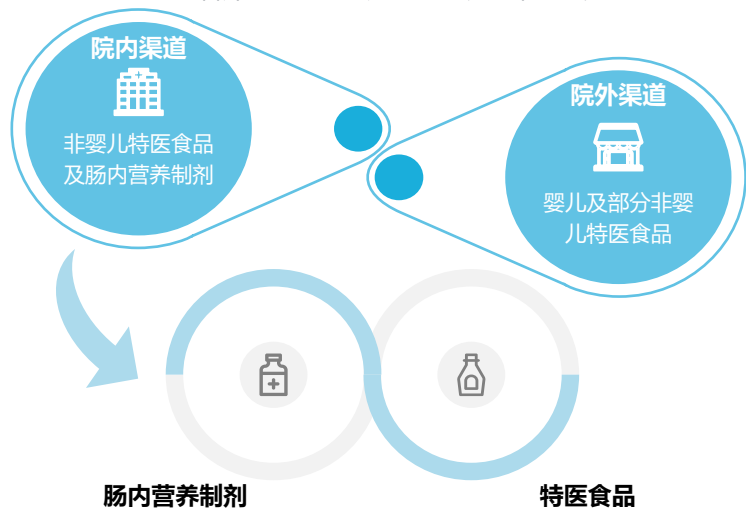
亿欧智库：四大巨头已有肠内制剂产品数量项目得分情况



除肠内营养制剂产品外，费卡院内渠道拓展能力也处于行业领先地位。在院内渠道拓展能力对比项目中获得了满分15分，并且与雅培（4分）、达能（4分）和雀巢（1.5分）拉开了较大差距。

特医食品“新浪潮”虽然进一步打开了肠内营养产品在院外渠道的流通，但由于大众对肠内营养认知不足，以及特医食品需要在医生指导下购买和使用等原因，**非婴儿特医食品及肠内营养制剂的院内渠道地位在短时间内依旧难以撼动**。由于婴儿特医食品和部分非婴儿特医食品（如全安素）的大众认知度相对较高且性质更趋于快速消费品，其院外流通渠道则更为重要。

亿欧智库：肠内营养产品主要流通渠道划分



早已在20世纪80年代开始作为药品在院内流通，至今已在院内流通40年，被列入药品目录与医保，医生对其认知相对明确。

由于特医食品为新兴概念，特医食品并未被列入药品目录和医保，且临床医生对其认知缺乏和院内地位不明确的窘境。

费卡目前拥有优质的肠内营养制剂和良好的院内流通渠道拓展能力，并且特医食品在院端流通也面临着种种阻碍。因此，短期内其他三家企业还难以对费卡产品的院端流通产生严重威胁。费卡也可利用此优势在短期内可以继续保持甚至提高其医院内份额占比。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

4.1 短期：以己之长，攻彼之短

4.2 长期：假人之长以补其短

4.3 “领航之道”

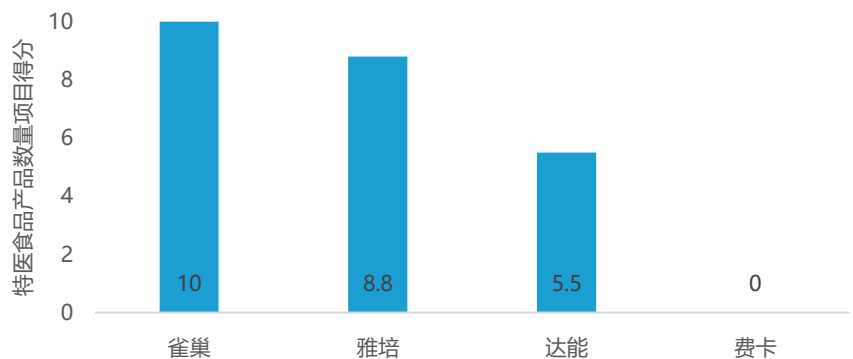
## 长期：假人之长以补其短

### 研发特医食品是费卡目前的重要任务。

费卡目前虽有优质的肠内营养制剂和良好的院内流通渠道拓展能力，但随着特医食品相关政策逐步完善与大众认知提高，**特医食品取代肠内营养制剂院内地位只是时间问题，肠内营养制剂可能会在未来重新以特医食品形式进入市场。**

目前费卡是四大巨头中**唯一没有任何获批特医食品的企业**，与其他企业相差较大。特医食品产品的缺乏将会成为影响费卡**肠内营养业务长期发展的主要问题**。从长期角度来看，费卡需尽快拥有获批特医食品产品。只有这样才能够在中国肠内营养市场尤其是院外渠道站稳脚跟，因此，**研发特医食品是费卡目前的重要任务。**

亿欧智库：四大巨头已有特医食品产品数量项目得分情况



#### 全营养配方食品

在全营养配方食品方面，费卡应**加快其布局速度**，争取在短时间内拥有获得审批的特医食品产品。目前多数特医食品为全营养配方食品，其**研发门槛相对较低，且同质化严重**。费卡在对此类产品进行战略布局时，应着重注意其**流通渠道与营销方式**。目前，长期在院外渠道购买全营养配方食品的患者中，多数患者**第一次购买原因为院内医生推荐**。因此，费卡应**充分运用其有优势的院内渠道拓展能力，让患者第一次购买时选择费卡，并培养高粘度用户**。另外，费卡也可与其他三家企业一样，发展其**网络营销门户**并进一步将此类产品投入到超市、药店，**拓展其院外渠道**，进而获取部分通过院外渠道的市场份额。

#### 非全营养配方食品

目前国内市场上非全营养配方食品方相对全营养配方食品**较少**，主要为其目前潜在市场规模与全营养配方食品和特定全营养配方食品**比较小**，且医生患者对其认知与前两种产品相比**更为不足**。因此，费卡在布局此类特医食品时的重点应在**教育医生与患者**。

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

4.1 短期：以己之长，攻彼之短

4.2 长期：假人之长以补其短

4.3 “领航之道”

## 长期：假人之长以补其短

### 研发特医食品是费卡目前的重要任务

#### 特定全营养配方食品

费卡在布局特医食品时，应注重其对**特定全营养配方食品**进行布局。费卡拥有良好的研制肠内营养制剂技术，尤其是在针对特殊疾病患者的肠内制剂研发上，费卡不仅拥有两款分别针对糖尿病和癌症患者的肠内营养制剂，而且是中国唯一一家拥有获批针对癌症患者的肠内营养制剂产品的公司。特定全营养配方食品与针对特殊疾病人群的肠内营养制剂研制上多有相似之处，因此，**费卡可以在已有技术上获得借力，更高效的进行特定全营养配方食品的研发工作。**

另外，相比其他类型特医食品，特定全营养配方食品在上市之前需要进行**临床试验**，且上市之后**不能在网络上售卖**。临床试验对于高院内渠道拓展能力和药品产品研发的费卡来说**难度相对较低**，不能在网络售卖则成功**避开费卡院外渠道拓展能力弱的缺点**。

在时间上分析，截止2020年10月，13中特定全营养特医食品中，仅有**肾病、肿瘤、糖尿病**三种疾病的**试行临床指导原则**于2019年9月27日出台。目前特定全营养配方食品临床指导原则还未完善，进而导致了特定全营养在目前没有任何获批产品。

特定全营养的研发审批情况给费卡提供了机会，费卡可以借助其**研发优势与院内渠道拓展优势**，**另外对其目前缺乏的食品技术进行补足**，尽快对特医食品，特别是对特定全营养配方食品进行布局。

#### 婴儿特医食品

研制婴儿特医食品需要企业拥有**乳制品研制相关技术工艺**；并且，婴儿特医食品流通方式与婴儿奶粉相似，**其院外流通渠道十分重要**，更看重企业**品牌形象与营销能力**。费卡在这些能力上与其他三家企业对比都相对不足，尤其是雅培与达能，其在战略与投资上十分注重婴儿特医食品的研发生产，且大量投放其产品广告，其中包含京东、天猫、抖音、微信等网络平台。如若费卡需要布局婴儿特医食品，则需要**大量资金投入来发展这些能力**。

如费卡**战略性放弃**此类产品的研制生产，那么费卡将面对婴儿特医食品产品缺乏的短板。对于那些先天就需要特医食品的患者来说，费卡丧失了部分与其他三家企业竞争的能力。例如，达能拥有全套针对苯丙酮尿症患者的特医食品，包含0-12个月（婴儿特医食品），1-10岁与10岁以上（非婴儿特医食品）三种；先天患有苯丙酮尿症的患者如在出生时就使用达能的产品，其在1岁和10岁后继续使用达能产品的概率相对较高。**特医食品覆盖年龄阶段全面的企业将会有更多高粘性用户。**

Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

4.1 短期：以己之长，攻彼之短

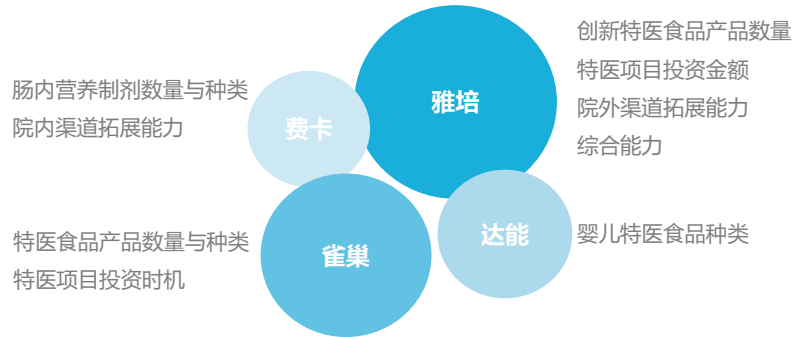
4.2 长期：假人之长以补其短

4.3 “领航之道”

## “领航之道”

### 巧妙利用长处，快速提升短处

亿欧智库：四大巨头各自领先能力展示



特医食品行业中的四大巨头企业各自有其长短优劣，费卡虽然综合能力在四家肠内营养巨头公司企业中排名第四，但其在肠内营养制剂产品研发与院内渠道拓展能力都处于四大巨头中的领先位置。犹如田忌赛马，如费卡若能利用好自己的优势，在短期“以己之长，攻彼之短”，在长期“假人之长以补其短”，那么费卡在中国临床营养市场的巨头地位将不会被撼动，且有机会进一步抢占更多市场份额。

注：此章节结论基于本报告其他章节与《2020中国特殊医学用途配方食品行业研究报告》的行业洞察。



Part 1 中国临床营养巨头企业

Part 2 中国特医食品“新浪潮”来袭

Part 3 新浪潮中的“领航者”之争

Part 4 费森尤斯卡比如何“乘风破浪”

附录

## 附录

### 费森尤斯卡比临床营养产品列表

亿欧智库：费森尤斯卡比中国目前正在流通的肠内与肠外营养制剂

产品种类	产品名称	介绍
肠外营养制剂	力太	适用于需要补充谷氨酰胺患者的肠外营养，包括处于分解代谢和高代谢状况的患者。
	力文	作为肠外营养的组成部分，提供能量和必须脂肪酸。
	卡全	本品用于不能或功能不全或被禁忌经口/肠道摄取营养的成人患者。
	卡文	本品用于不能或功能不全或被禁忌经口/肠道摄取营养的成人患者。
	合文	用于肠外营养，为经口/肠道摄取营养不能、不足或有禁忌时的患者提供能量、必需脂肪酸和 $\omega$ -3脂肪酸。
	尤文	本品提供的氨基酸是肠外营养治疗的组成部分，适用于不能口服或经肠道补给营养、以及通过这些途径补充营养不能满足需要的患者，尤其适用于处于中度至重度分解代谢状况的患者。
肠内营养制剂	谷安光	本品提供的氨基酸是肠外营养治疗的组成部分，适用于不能口服或经肠道补给营养、以及通过这些途径补充营养不能满足需要的患者，尤其适用于处于中度至重度分解代谢状况的患者。
	瑞代	本品适用于有营养摄入障碍、但无严重消化或吸收功能障碍的病人，本品适用于糖尿病患者，可为糖尿病患者提供全部肠内营养。
	瑞先	本品可作为全部营养来源或营养补充剂提供给无法正常进食的病人，尤其是不能耐受大容量喂养或需要高能量的病人。本品含丰富的膳食纤维，有利于维持患者肠道结构和功能，适用于长期应用。
	瑞素	本品适用于有营养摄入障碍、但无严重消化或吸收功能障碍的病人，本品作为不含膳食纤维的肠内营养制剂，还适用于需减少肠道内容物的情况。
	瑞能	本品适用于需要高蛋白、高能量、易于消化的脂肪以及液体摄入量受限的病人，用于癌症病人的肠内营养，此外，还可用于对脂肪或 $\omega$ -3脂肪酸需要量增高的患者。
	瑞高	本品适用于需要高蛋白、高能量、易于消化的脂肪以及液体摄入量受限的病人。

资料来源：费森尤斯卡比

- ◆ 亿欧智库此份《费森尤斯卡比中国临床营养业务研究报告》在《[2020中国特殊医学用途配方食品行业研究报告](#)》基础上详细分析了临床营养巨头企业费森尤斯卡比公司在特医食品新浪潮中的战略布局。同时，本报告通过对费森尤斯卡比与其在中国特医食品市场上的竞争对手（雅培、达能、雀巢）的研制能力、资金投入和渠道能力三个主要方面来进行评分，深入研究了费森尤斯卡比与目前中国营养行业其他三大巨头企业的的能力差距。未来，亿欧智库也将继续关注临床营养产业（特别是特医食品产业）在中国的发展，进行更深入的探讨，持续输出一些研究成果，以助力行业发展。
- ◆ 注：报告中信息来源多来自网页、企业官网和企业年度财报整理，如有不全、遗漏信息可以通过邮箱联系作者进行补充。

## 团队介绍 OUR TEAM

亿欧智库 (EqualOcean Intelligence) 是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

## 报告作者 REPORT AUTHORS



纪天元

亿欧智库分析师

Email:

jitianyuan@iyiou.com



高学贞

亿欧智库研究副总监

Email:

gaoxuezheng@iyiou.com



高昂

亿欧公司董事总经理

Email:

gaoang@iyiou.com

## 版权声明 DISCLAIMER

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的获取但不作任何保证。

本报告版权归亿欧智库所有，欢迎因研究需要引用本报告部分内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

## 关于亿欧 ABOUT EqualOcean

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

基于对中国科技、产业和投资的深刻理解，同时凭借国际化视角和高度，亿欧EqualOcean为中外客户提供行业研究、投资分析、创新咨询、数据产品、品牌公关、国际化落地等服务。已经服务过的客户包括华为、阿里集团、腾讯公司、Intel、美团、SAP、拼多多、京东健康、恒大集团、贝壳找房、GSK、富士康、上汽集团、蔚来汽车、一汽解放等。

# 亿欧服务 EqualOcean SERVICES

基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

## 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

## 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

## 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

## 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 [hezuo@iyiou.com](mailto:hezuo@iyiou.com)

网址：<https://www.iyiou.com/research>

邮箱：[hezuo@iyiou.com](mailto:hezuo@iyiou.com)

电话：010-57293241

地址：北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

