

眼科治疗类透明质酸终端产品 头豹词条报告系列



赵鹏程 · 头豹分析师

2024-02-28 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/医药制造业/医用耗材制造/高值医用耗材制造

消费品制造/医疗保健



词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>眼科治疗类透明质酸终端产品专注于眼科领域的护理...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>眼科治疗类透明质酸终端产品广泛应用于各类眼科手...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>眼科治疗用透明质酸具有三个显著的行业特征。1. 上...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>眼科治疗类透明质酸终端...目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>眼科治疗类透明质酸终端...评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>眼科治疗类透明质酸终端...相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>眼科治疗类透明质酸产品市场高度集中度，在眼科粘...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 透明质酸是一种天然支链多糖，具备卓越的保水性、低流动性、高粘弹性和非抗原性，因其出色的分子特性而在眼科治疗中得到广泛应用。眼科治疗的主要终端产品包括用于眼科手术的透明质酸粘弹剂，以及用于缓解干眼症状的透明质酸人工泪液。眼科治疗类透明质酸产品上游采用医用级透明质酸原料，终端产品受到国家三类医疗器械和药品管理的监管，因而拥有较高的准入门槛。透明质酸粘弹剂市场主要以国产为主，代表公司为昊海生物和福瑞达。透明质酸人工泪液则以进口为主，代表公司为参天制药和URSAPHARM。随着《“十四五”全国眼健康规划》和人工晶体的集采，眼科手术和干眼症治疗的渗透率不断提升，未来行业发展前景广阔。

眼科治疗类透明质酸终端产品行业定义^[1]

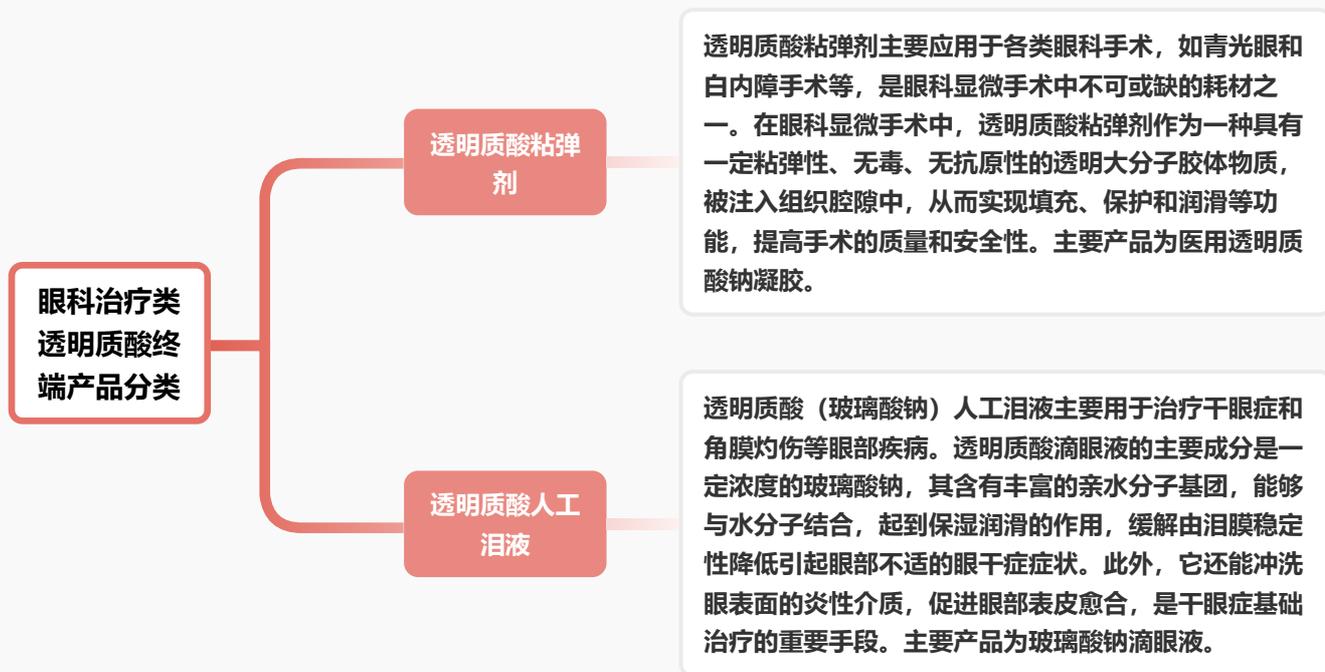
眼科治疗类透明质酸终端产品专注于眼科领域的护理和治疗，包括用于眼科手术（例如白内障手术、人工晶体植入术等）的透明质酸粘弹剂，和用于治疗干眼症等眼部疾病的透明质酸人工泪液。透明质酸（Hyaluronic Acid, HA），又称玻尿酸，是自然界中最出色的保湿因子之一。其水溶液呈非牛顿型流体，表现出卓越的粘弹性和应变性。由于透明质酸具有高保湿性、非抗原性、低流动性、高粘弹性和无毒性降解等卓越特性，长期以来一直被广泛应用于眼科领域的护理和治疗。

[1] 1: 华熙生物招股说明书, ...

眼科治疗类透明质酸终端产品行业分类^[2]

眼科治疗类透明质酸终端产品广泛应用于各类眼科手术和干眼症治疗中。根据终端应用场景的不同，产品可分为透明质酸眼科粘弹剂和透明质酸人工泪液两类。

眼科治疗类透明质酸终端产品根据应用场景分类：



[2] 1: 知网

眼科治疗类透明质酸终端产品行业特征^[3]

眼科治疗用透明质酸具有三个显著的行业特征。1. **上游原料需要医用级透明质酸**，以确保产品具备高品质和医学标准。同时，由于下游产品受监管制度管控，因此整个产业链具备相对较高的准入门槛。2. **不同种类的终端产品在市场上的格局各异**，特别是玻璃酸钠人工泪液领域存在较大的国产替代空间，为行业发展提供了可探索的机遇和竞争空间。3. **政策驱动和需求提升**共同促进了眼科治疗透明质酸行业的广阔发展前景。

1 严格标准与高附加值

眼科类透明质酸的医用级原料和终端产品均有较高的准入门槛

眼科治疗类透明质酸产品在生产和监管方面具备高度严格的标准，包括医用级透明质酸的制备和终端产品的管理监督。与化妆品级和食品级透明质酸不同，医用级透明质酸对生产技术、质量控制和注册要求更为严格，各国对其市场准入设定了严格标准。由于需要符合GMP标准，医用级透明质酸的成本更高、产量更低，是附加值最高的原材料之一。此外，根据2022年国家药监局发布的《医用透明质酸钠产品管理类别》，透明质酸眼用粘弹剂被归入第三类医疗器械，而治疗干眼症的透明质酸滴眼液则被纳入药品管理。这一监管制度对眼科治疗类透明质酸产品提出更高的质量要求，也为企业的研发和监管部门带来了一系列挑战。

2 不同种类终端产品市场格局不同

透明质酸粘弹剂市场以国产为主，玻璃酸钠人工泪液市场以进口为主

中国眼科领域涉及透明质酸眼科粘弹剂和玻璃酸钠人工泪液两大市场，昊海生物在前者占有领先地位，而后者主要由国际厂商垄断。眼科粘弹剂在眼科手术中具有关键的填充保护作用，中国市场以国产产品为主导。昊海生物在中国国内透明质酸眼科粘弹剂市场表现卓越，连续十六年蝉联市场首位，市场份额由2016年的46%增至2021年的50.83%，竞争对手包括鲁商福瑞达、美国 Abott、韩国 LG等。玻璃酸钠人工泪液是治疗干眼症最常用的缓解药物，由德国的URSAPHARM和日本参天制药的滴眼液垄断，两家公司的合计市场份额近80%。

3 行业发展前景广阔

国家政策和健康需求促进眼科透明质酸终端产品需求端提升

人口老龄化和国家政策推动眼科手术需求增加，现代生活方式促使干眼症患者群体进一步扩大。白内障发病率随年龄增长不断提升。全中国平均寿命的延长、人工晶体技术的更新以及医保局对人工晶体的集中采购，促使患者对白内障手术的接受程度和需求不断提高。干眼症患者群体庞大，截至2022年已超过3.5亿人。随着电脑、手机等技术的发展，现代生活节奏的加快、工作压力的增加以及眼睛长时间用于电子设备，干眼症发病率正逐年上升。透明质酸粘弹剂和玻璃酸钠人工泪液在满足不断增加的眼科手术和干眼症缓解需求中起着关键作用，市场前景看好。

[3] 1: 国家药监局, 华熙生物...

眼科治疗类透明质酸终端产品发展历程^[4]

眼科治疗类透明质酸终端产品的发展历程主要分为萌芽期，启动期和高速发展期。在萌芽期阶段，透明质酸经过初步纯化，并首次在眼科治疗中应用。随着技术的不断探索，透明质酸从动物提取逐渐演变为微生物提取，

提高了透明质酸原料的生产效率。医药级透明质酸得到国家药监局的批准，正式被归类为第三类医疗器械。在启动期，透明质酸的制备技术进一步发展，从微生物发酵方法转向了更为先进的酶切法，大幅度降低了生产成本，提高了效益。这一时期，医药级透明质酸在眼科治疗中得到更广泛的应用。随着眼科手术需求的提升，透明质酸终端产品进入了高速发展期。生产工艺的不断创新，结合手术需求的增加，使得眼科透明质酸终端产品在市场上取得了飞跃式的发展。这一阶段为眼科透明质酸产品的未来发展奠定了坚实的基础，展现了广阔的发展前景。

萌芽期 · 1970-01-01~1990-01-01

20世纪70年代，透明质酸首次在国外从鸡冠和人脐带中分离纯化，随后在小范围内应用于透明质酸眼科粘弹剂。

1980年，张天民教授率先成功从人的脐带和鸡冠中提取透明质酸。随后在1985年，张天民教授成功研制出中国首款用于眼科手术的透明质酸注射液，正式拉开了中国透明质酸研发的序幕，也标志着中国透明质酸研究的开创性阶段。

透明质酸被初步分离纯化（主要从动物中提取），并小范围的在眼科中使用。

启动期 · 1990-01-01~2012-01-01

20世纪90年代，郭学平博士领导的团队成功实现了透明质酸的微生物发酵生产，这一技术突破改变了过去从动物提取透明质酸或依赖进口的情况。在这一时代的初期，人工泪液迅速发展，透明质酸作为重要的活性成分被引入人工泪液中。1994年，“**医用透明质酸钠凝胶**”获得国家药监局批准，**成为中国第一个被归类为透明质酸的第三类医疗器械**。

随着新世纪的开始，**2000年，华熙生物开始将微生物发酵法制备透明质酸的核心技术进行产业化转化**，成为中国最早通过微生物发酵法规模化生产透明质酸的企业。这一创新推动了透明质酸产业的发展，为中国透明质酸生产提供了可持续的技术支持。

透明质酸可以通过微生物发酵进行生产，使得透明质酸的生产更为可控且效率更高。透明质酸已被广泛地应用于滴眼液中，发挥其优越的保湿和润滑性能。在中国，透明质酸也被归类为第三类医疗器械，进一步强调了其在医疗领域的重要性。

高速发展期 · 2012-01-01~2023-11-01

2012年，华熙生物在全球首次成功采用酶切法进行大规模生产寡聚透明质酸。这一技术的创新解决了以往采用化学法生产透明质酸存在的问题，如分子结构受损和杂质较高等。通过酶切法，降解周期从原先的12-15天缩短至仅需5-6小时，实现了显著的降本增效。

在同一时期，中国相继颁布了《治理高值医用耗材改革方案》、《“十四五”全国眼健康规划》等一系列政策文件，旨在提高白内障等眼科手术的渗透率。这些政策措施推动了透明质酸眼科粘弹剂在市场上的供需双提升，为眼科手术和相关治疗领域的发展创造了更为有利的环境。

透明质酸可以通过酶切法生产，这一技术创新使得透明质酸能够实现大规模生产，使得医用透明质酸原料的生产能力得以大幅提升。结合手术需求的增加，眼科透明质酸终端产品，尤其是粘弹剂终端，得以实现市场上的飞跃发展。透明质酸在眼科治疗中的应用正在迎来新的发展阶段，并在市场中取得显著的增长。

[4] 1: 华熙生物招股说明书, ...

眼科治疗类透明质酸终端产品产业链分析^[5]

眼科治疗类透明质酸终端产品的产业链分为上游、中游和下游三个环节。**上游是透明质酸原料供应商，主要负责医用透明质酸原料的研发和生产**，代表性企业包括华熙生物。**中游是眼科透明质酸终端产品的开发企业，通过对医用透明质酸原材料的加工开发，生产透明质酸粘弹剂、透明质酸滴眼液等终端产品**。代表性公司包括中国的昊海生物、博士伦福瑞达，以及国际的海露和参天制药。**下游是经销商、医疗机构和患者，它们在各大医院进行眼科手术中使用透明质酸粘弹剂，同时干眼症患者通过使用透明质酸人工泪液来缓解症状**。整个产业链上下游紧密相连，形成了一个完整的生产和供应体系，为眼科治疗提供了全面的支持。

眼科类透明质酸终端产品产业链的核心观点可以总结为以下三个方面：**1.透明质酸眼科产品上游行业壁垒高，科技驱动力强**。华熙生物作为最具代表性的上游企业，是全球最大的透明质酸原料生产销售公司。该公司拥有全球领先的微生物发酵技术和寡聚透明质酸的酶切技术，而且在过去的两次透明质酸产业革命中都扮演了关键角色。截至2023年6月底，华熙生物的研发团队规模已扩大至813人，公司正在推进346项年度在研项目，同时已获得395项专利授权。预计全年研发费用将超过4亿元。**2.透明质酸眼科产品中游竞争格局基本形成，人工泪液国产替代空间大**。中国透明质酸粘弹剂市场主要由昊海生物和博士伦福瑞达等中国品牌主导，其中昊海生物市占率已超50%。透明质酸人工泪液市场中，德国海露和日本参天制药等国际品牌超过中国市场份额的80%。当前人工泪液领域国产替代品的开发潜力巨大，随着第四轮玻璃酸钠滴眼液纳入集采，更多本土企业市占率有望提升。**3.政策和环境驱动下游透明质酸眼科产品的用户需求提升**。国家对全民眼科健康水平给予高度关注，随着《“十四五”全国眼健康规划》和《治理高值医用耗材改革方案》等一系列利好政策的实施，人工晶体被纳入集采，大幅提升了眼科手术的渗透率，透明质酸粘弹剂的需求端随之提升。中国干眼症患者目前超过3.6亿，经常使用电子屏幕人群中干眼的发病率高达93%，现代生活方式伴随潜在干眼症患者和人工泪液增量提升。

上 产业链上游

生产制造端

透明质酸原材料供应商

上游厂商

[华熙生物科技股份有限公司 >](#)

[山东焦点福瑞达生物股份有限公司 >](#)

[新疆阜丰生物科技有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

1.从原料行业现状方面：**中国是最大的透明质酸原料销售国，华熙生物具有绝对领先地位。**中国占据透明质酸总销量的80%以上，全球透明质酸原料销售前五位的企业均为中国企业。截至2021年，**华熙生物全球透明质酸销售占比达到44%**，公司还积极参与修订欧洲药典和中国药典中的透明质酸标准，同时提交了美国药典透明质酸专论。华熙生物是中国国内唯一拥有发酵法生产玻璃酸钠原料药和药用辅料批准文号并实现商业化生产的企业。

2.从原料行业特点方面：**透明质酸原料生产领域受到科技创新的驱动，形成了较高的护城河，市场格局基本稳定。**中国的透明质酸行业经历了三次产业革命，分别是“动物组织提取法获取透明质酸”、“微生物发酵法规模化生产透明质酸”和“酶切法大规模生产寡聚透明质酸”。其中，**后两次的技术革新由业内龙头企业华熙生物主导。**该公司在过去二十余年中积累了丰富的基础研究和应用基础研究经验。整个行业具备强大的科技研发实力，技术壁垒较高，市场格局得以基本稳定。

中 产业链中游

品牌端

眼科透明质酸终端产品开发企业

中游厂商

[上海昊海生物科技股份有限公司 >](#)

[山东博士伦福瑞达制药有限公司 >](#)

[韩国（株）LG商事青岛代表处 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

1.从市场格局方面：**中国国内粘弹剂市场昊海生物拥有绝对优势，玻璃酸钠人工泪液市场主要由进口产品主导。**昊海生物的眼科粘弹剂产品在中国市场连续十六年占据首位，是中国最大的眼科粘弹剂制造商，市场份额逐年递增，2021年超过50%。玻璃酸钠人工泪液则由进口产品主导，德国的海露滴眼液和日本参天滴眼液不含防腐剂，因此更具安全性和市场青睐。以玻璃酸钠为主要成分的人工泪液在干眼症市场占据80%以上的份额，德国的海露和日本参天制药的滴眼液占据主导地位，合计市场份额占80%以上。

2.从研发方面：**眼科透明质酸终端产品相关企业的研发费用普遍较高。**昊海生物是中国眼科粘弹剂龙头，其2022年的研发费用为1.8亿元人民币，研发费用占营业收入占比达8.55%。日本参天药业是中国玻璃酸钠滴眼液龙头，其2022年的研发费用为12.79亿元人民币，研发费用占营业收入占比高达

9.9%。高研发费用率标志产品核心竞争力处于高位状态，眼科透明质酸终端产品为科技高投入型产品。

产业链下游

渠道端及终端客户

经销商、医疗机构和患者

渠道端

上海市第一人民医院 >

北京大学第三医院（北京大学第三临床医学院） >

首都医科大学附属北京同仁医院 >

[查看全部](#) v

产业链下游说明

1.从眼科粘弹剂方面：**眼科手术普及率提升将带动眼科粘弹剂市场扩大。**全中国的白内障手术实施率与发达国家存在显著的差距，发达国家如欧美、日本等每百万人口手术实施例数已经超过1万例，而中国仅为大约3,000例左右，远低于发达国家水平，表明中国在白内障手术的渗透率还有很大的提升空间。随着中国老龄化背景下白内障患病人数的增加和白内障手术率的提升，透明质酸眼科粘弹剂产品市场将迎来广阔的成长空间。同时，**国家在眼科领域出台的一系列政策**如《治理高值医用耗材改革方案》、《“十四五”全国眼健康规划》等，鼓励白内障等眼科手术的渗透率提升，为透明质酸眼科粘弹剂产品提供了有利的政策环境。

2.从人工泪液方面：**透明质酸人工泪液市场前景广阔。**截至2022年，中国干眼症患者数量超过3.5亿人，使得对缓解干眼症状的需求迅速增加，透明质酸人工泪液市场规模也在不断扩大。透明质酸人工泪液市场规模已从2018年的11.72亿元人民币增长至2022年19.76亿元人民币，未来2027年预计能够达到36.93亿元人民币，市场规模增长迅速。

[5] 1: 华熙生物, 昊海生物, ...

眼科治疗类透明质酸终端产品行业规模^[6]

眼科透明质酸终端产品的市场规模经历了显著的增长。从2018年的13.72亿元人民币到2022年的24.24亿元人民币，市场规模取得了显著的增长，年复合增长率达到14.43%。未来市场预测显示，眼科透明质酸终端产品在2027年有望进一步扩大市场规模，预计将突破46亿元人民币。

过往市场规模增长的原因如下：**1.眼科手术需求端的提升。**2019年，根据国务院发布的《治理高值医用耗材改革方案》，人工晶状体作为高价值医疗耗材已被纳入集中采购范围，降低了白内障等眼科手术的成本并刺激了提高了透明质酸粘弹剂的需求。2015年中国百万人口白内障手术率（CSR）达到1500。2016-2020年间，国家积极推动“十三五”全国眼健康规划，使90%以上的县有医疗机构能够独立开展白内障复明手术，2020年底全中国CSR达到了2000以上，农村贫困白内障患者得到有效救治。手术的普及度提高了透明质酸粘弹剂的需求。**2.全中国经济发展伴随健康需求的消费能力提升。**自2018年至2022年，中国经济发展飞速提升。人均GDP总值的大幅提升，从2018年的9,905美元增长至2022年的12,720美元。经济实力的明显提高，为人们提供了更多的消费能力和选择眼科治疗产品的机会。2020年，中国百万人口白内障手术率已超过3000，在30年间上涨了近38倍。眼科手术的渗透率在30年间取得了显著的提升，这使得与眼科透明质酸产品经历了市场的快速发展。

未来眼科治疗类透明质酸终端产品行业规模有待持续增长：**1.人口老龄化和政策驱动白内障市场规模提升。**从2020年到2030年，60岁以上人口预计将从10亿人增加到14亿人。中国60岁以上人群的白内障发病率约为80%，因此白内障手术市场规模将随着人口老龄化的加剧而提升。国家对国民眼健康的高度重视体现在《十四五全国眼健康规划》中。政策倡导积极推动白内障复明手术技术下沉，扎实推进“千县工程”，深化三级医院对口帮扶县医院，持续开展光明工程、光明行等活动，提升白内障复明水平，力争中国CSR达到3500以上。随着手术需求的提升，眼科透明质酸粘弹剂作为手术的关键组成部分，市场规模也将相应地增长。**2.现代生活习惯促使干眼症发病率提升。**目前，中国干眼症患者已经超过3.6亿，每年新增患者数量占比约为10%，干眼症已成为一种时代病。随着科技的发展和生活方式现代化，越来越多的人离不开手机和电脑。研究发现，经常使用视频终端的人群中，干眼的发病率高达93%。此外，中国青少年的总体近视率超50%，而佩戴隐形眼镜的人群中，患病率也高达90%。玻璃酸钠滴眼液是缓解干眼症的重要产品，干眼症患者基数提升将伴随玻璃酸钠滴眼液销售增量提升。

企业VIP免费

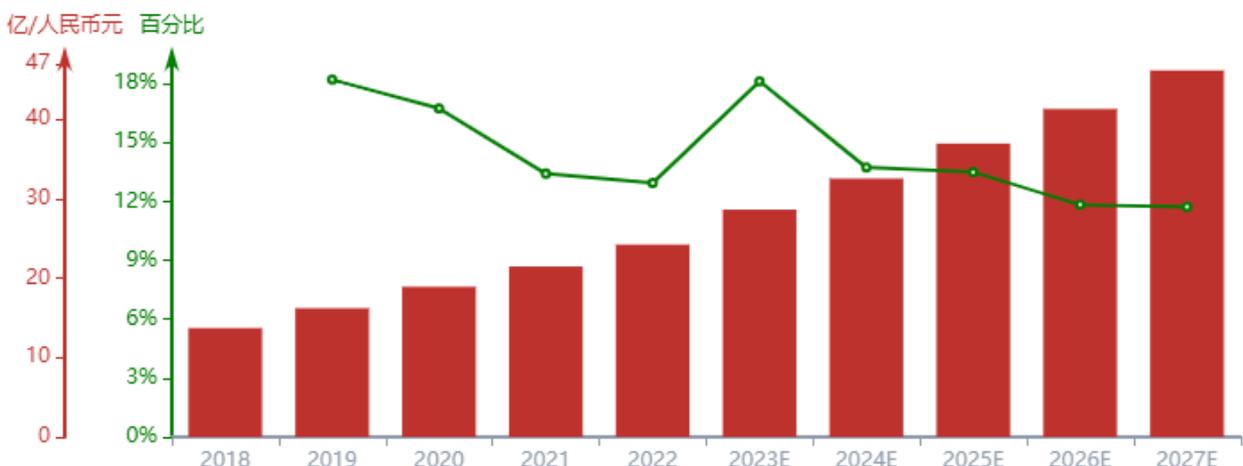
眼科治疗类透明质酸终端产品行业规模

★★★★★ 4星评级

眼科治疗类透明质酸终端产品行业规模



眼科治疗类透明质酸终端产品行业规模



[6] 1: 世界卫生组织, 国家统...

眼科治疗类透明质酸终端产品政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《医用透明质酸钠产品管理类别的公告》	国家药监局	2022-11-10	7
政策内容	根据不同预期用途（适应症）、工作原理等，医用透明质酸钠（玻璃酸钠）产品按照以下情形分别管理：用于治疗关节炎、干眼症等的产品，按照药品管理。作为眼用粘弹剂应用时，按照第三类医疗器械管理。			
政策解读	眼用粘弹剂纳入第三类医疗器械 ，除了对产品有更高的质量标准外，还侧面对相关企业GMP标准车间，企业产品质量控制和卫生监管标准有了更高要求，对企业管理能力，研发能力也提出了新的挑战， 提升了透明质酸眼科粘弹剂的准入门槛。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《治理高值医用耗材改革方案》	国务院办公厅	2019-07-19	5
政策内容	完善分类集中采购办法。对于临床用量较大、采购金额较高、临床使用较成熟、多家企业生产的高值医用耗材，按类别探索集中采购，鼓励医疗机构联合开展带量谈判采购，积极探索跨省联盟采购。			
政策解读	国家层面上，对高价值医疗耗材费用的控制措施已经正式启动。 人工晶状体作为高价值医疗耗材已被纳入集中采购范围。 这一举措不仅降低了白内障和近视矫正等眼科手术的成本，同时也刺激了对透明质酸粘弹剂的市场需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《2020年医疗保障工作要点》	国家医保局	2020-02-06	5
政策内容	组织联盟地区开展高值医用耗材采购试点。推动新的采购模式、营销模式、行业生态成为主导性力量。			
政策解读	将组织联盟地区开展高值耗材带量采购试点列入其中， 落地高价值耗材集采 。人工晶状体被纳入首批集采，降低了白内障手术等成本，进而促进透明质酸粘弹剂的市场需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国眼健康规划》	国家卫生健康委	2022-01-04	8
政策内容	提升白内障复明水平。推动落实乡村振兴战略，推动白内障复明手术技术下沉，提升县医院白内障复明手术能力。“十四五”末，达到县级医院综合服务能力推荐标准的县医院中，90%以上开展白内障复明手术，全中国CSR达到3500以上。			
政策解读	从国家整体卫生层面出发，借助乡村振兴策略， 积极支持和帮扶乡村医院推进白内障手术的下沉 。此外，制定了白内障复明手术的普及目标， 旨在全面推动白内障手术的普及率 。这一系列措施显著提高了白内障手术的渗透率，进而推动了透明质酸粘弹剂整体市场需求的增长。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”生物经济发展规划》	国家发展改革委	2021-11-20	5
政策内容	推动合成生物学技术创新，突破生物制造菌种计算设计、高通量筛选、高效表达、精准调控等关键技术，有序推动在新药开发、疾病治疗、农业生产、物质合成、环境保护、能源供应和新材料开发等领域应用。			
政策解读	国家发改委大力推进合成生物学的发展，为以合成生物学为基础的透明质酸原料企业提供了政策利好。这一举措有助于 促进医用透明质酸原料端的供应，从而提高眼科透明质酸终端产品的供给水平 。			
政策性质	鼓励性政策			

眼科治疗类透明质酸终端产品竞争格局^[8]

眼科治疗类透明质酸产品市场高度集中度，在眼科粘弹剂市场和玻璃酸钠滴眼液市场，CR3均超过70%。由于市场竞争格局龙头效应显著，报告仅对市占率较高的6家主流公司开展研究。在眼科粘弹剂市场，昊海生物位居第一梯队，福瑞达和景峰医药组成第二梯队，华熙生物属于第三梯队。在玻璃酸钠滴眼液市场，参天制药和URSAPHARM占据第一梯队，目前暂无显著的第二梯队公司。

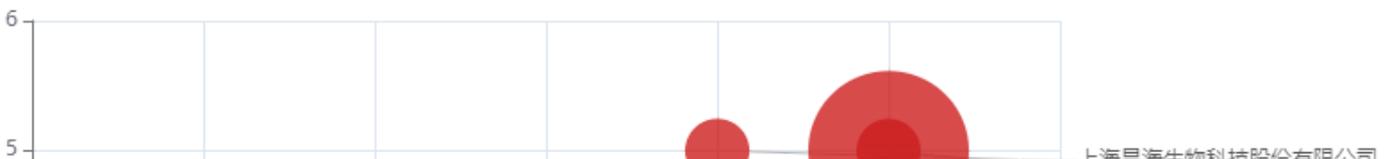
形成梯队的的原因主要有以下两点：**1.高市占率和企业并购形成品牌效应。**在眼科粘弹剂领域，昊海生物连续16年稳居中国市场份额的第一位置，公司在2021年眼科粘弹剂产品的市场份额为50.83%，2022年眼科粘弹剂销售金额达到8,930万元人民币，成功构建了领先的品牌影响力。此外，昊海生科已成功完成对多家相关企业的收购，其中包括河南宇宙、Aaren、深圳新产业、珠海艾格等。收购总投资超过8.2亿，涵盖了原料采购、研发、生产以及销售等全链条业务线。其产品在研发和市场销售上一直保持领先地位，形成了显著的品牌和销售壁垒。

2.海外企业入局早，专业壁垒较高。当前中国的眼科透明质酸滴眼液市场主要由海外参天制药的爱丽滴眼液和URSAPHARM的海露滴眼液垄断。其中参天制药的玻璃酸钠滴眼液爱丽在中国销售历史已超20年，适应症除了缓解干眼症外，还可治疗手术后、药物性、外伤、光线对眼造成的刺激及戴隐形眼镜等引起的外因性疾患，且爱丽滴眼液价格仅为海露的1/3，因此公立医院场景销售较多。而海露滴眼液由于其自身采用的COMOD系统，内置多剂量无气泵、两个单向阀门和具有双层壁的密封装置的专利设计有效避免了药物污染，是目前市场上唯一大剂量不含防腐剂的人工泪液产品。此外，海露还使用了200万-300万道尔顿的高分子玻璃酸钠，具有更高的粘稠性，补水效果更优。由于海露特有COMOD专利系统，中国目前没有相关仿制药。中国国内新兴玻璃酸钠滴眼液对标产品多为爱丽，超5家公司平分不到20%的市场份额，因此不在格局中详细展示。

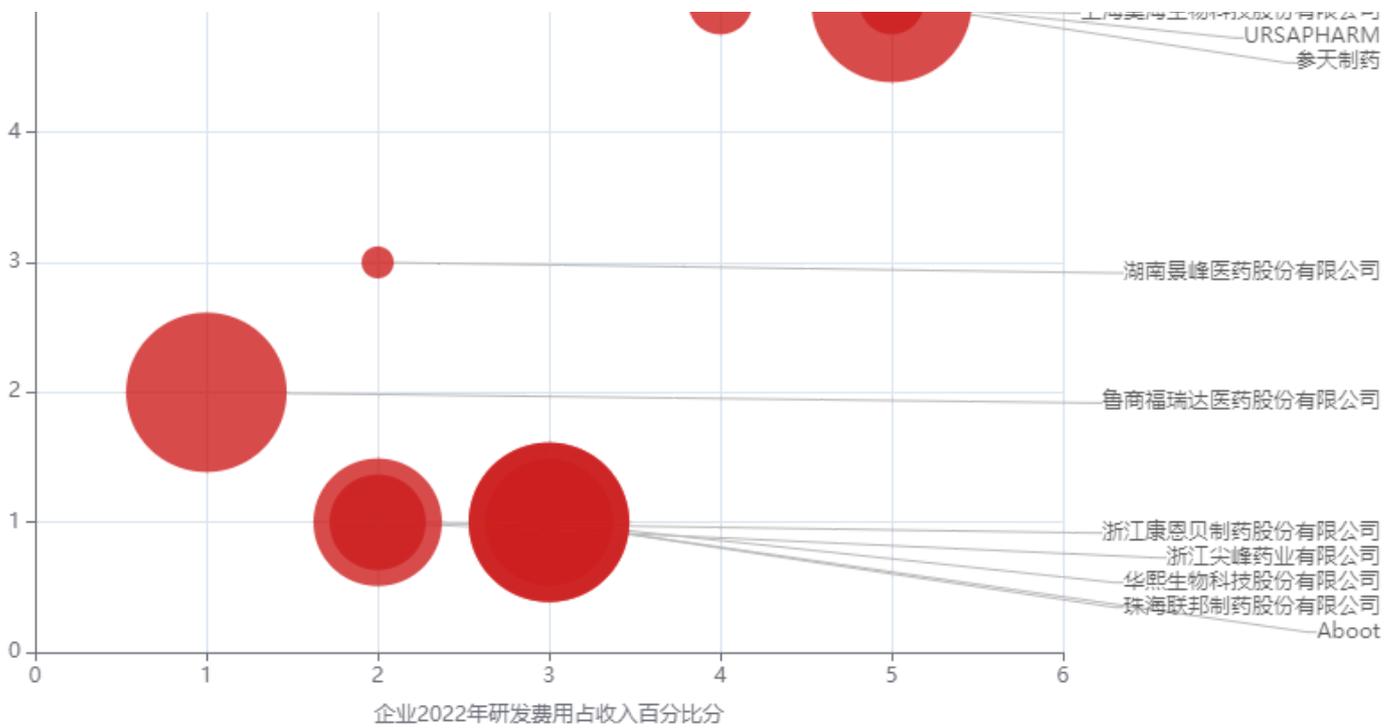
未来粘弹剂市场龙头效应明显，玻璃酸钠滴眼液国产替代空间大。**1.竞争护城河随政策提升。**医用透明质酸产品行业属于科技密集型行业，多年的企业研发积累形成了一定的竞争护城河。昊海生物2022年粘弹剂销售额高达0.9亿，研发投入达1.8亿，眼科毛利率近60%，而粘弹剂市占率第二的福瑞达医药毛利率只有50%左右。2022年的《医用透明质酸钠产品管理类别》公告，规定了透明质酸作为眼用粘弹剂应用时，需要按照第三类医疗器械管理，对经营场所、仓库面积和企业人员资质有严格要求，且必须持有《医疗器械经营企业许可证》。后来者要想超越前者较为困难。**2.集采促进玻璃酸钠国产替代。**目前，玻璃酸钠滴眼液80%以上依然依赖进口。国家颁布了《医药工业高质量发展行动计划》，以扶持医疗器械行业发展，鼓励市场结构向国产替代方向转变。随着玻璃酸钠滴眼液纳入第四批国家集采，一批国产性价比较高的玻璃酸钠滴眼液被不同省份集采，珍视明、中山万汉、扬子江、成都普什四家企业中标。其中，珍视明药业报价降幅达到75%，成都普什降幅达67.7%，中山万汉降价幅度达到66%，扬子江降幅达56.3%。政策的引导有望推动中国国内企业增加在该领域的投入，提高国产产品的市场份额。

气泡大小表示：企业2022总营收(分)

眼科透明质酸终端产品市占率分



[11]



上市公司速览

上海昊海生物科技股份有限公司 (688366)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	19.8亿元	25.23	71.65

华熙生物科技股份有限公司 (688363)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	42.2亿元	-2.29	73.07

湖南景峰医药股份有限公司 (000908)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.5亿元	-9.48	75.56

浙江康恩贝制药股份有限公司 (600572)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	51.8亿元	15.51	61.11

联邦制药国际控股有限公司 (03933)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
129.9亿	69.1亿	33.2800	-

浙江尖峰集团股份有限公司 (600668)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	20.6亿元	-20.35	24.25

[8] 1: 国务院, 昊海生物, xue...

[9] 1: 昊海生物, 福瑞达, 华...

[10] 1: 沙利文, xueqiu.com/1...

[11] 1: 参天制药, 福瑞达, 昊...

眼科治疗类透明质酸终端产品代表企业分析

1 参天制药 (中国) 有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1540000万日元
企业总部	苏州市	行业	医药制造业
法人	TAKAYUKI YAMADA	统一社会信用代码	91320594778675877J
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	2005-09-21
品牌名称	参天制药 (中国) 有限公司		
经营范围	药品生产; 滴眼剂、进口药品分包装, 销售本公司的产品。采用新技术的新型眼科用制剂及... 查看更多		

2 鲁商福瑞达医药股份有限公司【600223】



· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	101656.8775万人民币
企业总部	淄博市	行业	医药制造业
法人	贾庆文	统一社会信用代码	91370000267156215K
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1993-04-21
品牌名称	鲁商福瑞达医药股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目: 医学研究和试验发展; 化妆品零售; 化妆品批发; 生物基材料制造; 生物基材料... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.05	1.04	1.13	1.52	1.23	1.15	1.22	-	-	-
资产负债率(%)	92.6915	93.0647	94.005	93.9609	94.0897	91.6178	89.4023	89.417	90.48	63.381
营业总收入同比增长(%)	7.346	3.2132	30.3778	-1.2706	6.4534	16.6403	32.3278	-9.197	4.757	-14.171
归属净利润同比增长(%)	-21.5535	-45.5036	-17.8854	14.0617	26.5421	112.5802	85.3858	-	-	-
应收账款周转天数(天)	16.8182	13.7844	8.7162	5.2106	2.797	4.9585	4.6176	7	9	30
流动比率	1.2035	1.2201	1.4045	1.2284	1.1841	1.1456	1.171	1.148	1.099	1.71

每股经营现金流(元)	-2.3608	-1.7958	-2.4657	1.5536	2.0933	-3.304	4.4077	6.786	0.982	0.093
毛利率(%)	22.3485	19.934	14.6083	14.296	20.2657	21.0671	20.3326	-	-	-
流动负债/总负债(%)	87.537	86.0813	74.2724	85.0415	87.021	92.5109	91.8238	93.039	95.651	78.852
速动比率	0.1169	0.0948	0.1545	0.0803	0.1068	0.0877	0.1173	0.205	0.189	1.007
摊薄总资产收益率(%)	0.8398	0.43	0.3043	0.2699	0.5092	0.7514	1.0873	0.589	0.076	0.365
营业总收入滚动环比增长(%)	60.7522	727.5016	132.1032	186.659	43.489	9.7492	88.5856	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	10.976	-3.959	-67.4939	-34.0863	-45.7015	68.0433	37.7144	-	-	-
加权净资产收益率(%)	10.68	5.41	4.23	4.62	6.32	13.31	20.03	-	-	-
基本每股收益(元)	0.21	0.11	0.09	0.11	0.16	0.34	0.64	0.36	0.04	0.13
净利率(%)	4.2949	2.404	1.5381	1.536	2.663	3.8304	4.6924	3.1852	0.5026	12.1096
总资产周转率(次)	0.1955	0.1789	0.1979	0.1757	0.1912	0.1962	0.2317	0.201	0.216	0.036
归属净利润滚动环比增长(%)	5.6776	-24.8867	-68.5108	-64.04	14.6083	92.1172	30.5588	-	-	-
每股公积金(元)	0.2989	0.2989	0.2965	0.2965	0.1033	0.1097	0.0403	0.6108	0.6077	0.608
存货周转天数(天)	1876.9552	2047.7816	1665.1249	1820.0202	1780.4154	1798.2018	1511.9698	1859	1738	2943
营业总收入(元)	56.82亿	58.64亿	76.46亿	75.49亿	88.21亿	102.89亿	136.15亿	123.63亿	129.51亿	12.72亿
每股未分配利润(元)	0.6223	0.7346	0.8269	0.9322	1.2246	1.503	1.9598	1.9957	1.8635	1.9907
稀释每股收益(元)	0.21	0.11	0.09	0.11	0.16	0.34	0.63	0.35	0.04	0.13
归属净利润(元)	2.06亿	1.12亿	9237.21万	1.05亿	1.62亿	3.45亿	6.39亿	3.62亿	4545.53万	1.29亿
扣非每股收益(元)	0.22	0.13	0.09	0.14	0.13	0.32	0.62	0.36	0.06	0.0149
经营现金流/营业收入	-2.3608	-1.7958	-2.4657	1.5536	2.0933	-3.304	4.4077	6.786	0.982	0.093

3 上海昊海生物科技股份有限公司【688366】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	17127.1万人民币
企业总部	市辖区	行业	医药制造业
法人	侯永泰	统一社会信用代码	91310000797066532Q
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2007-01-24
品牌名称	上海昊海生物科技股份有限公司	股票类型	科创板
经营范围	基因工程、化学合成、天然药物、诊断试剂内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2011	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023(Q1)	2023(Q2)	2023(Q3)
销售现金流/营业收入	1.09	1.02	1.05	1.01	1.07	1.09	-	-	-	-
资产负债率(%)	17.0746	19.1572	17.6199	13.5451	8.1035	8.9616	14.364	15.565	16.04	-
营业总收入同比增长(%)	47.4458	-	57.2722	15.0619	2.944	-16.9483	20.559	29.06	35.66	-
归属净利润同比增长(%)	47.7955	-	22.0825	11.3117	-10.5567	-37.9495	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	31.7234	98.2962	75.0766	82.5007	85.9989	96.6599	64	59	53	-
流动比率	3.5426	4.6394	4.9926	5.0797	10.9604	8.7835	6.908	6.993	5.896	-
每股经营现金流(元)	0.77	1.64	2.19	2.44	1.9619	1.4789	1.328	0.467	1.658	-
毛利率(%)	81.8977	83.5637	78.6847	78.5437	77.3115	74.9327	-	-	-	-
流动负债/总负债(%)	97.9283	75.776	65.983	75.1064	72.2073	76.8457	51.643	48.151	56.531	-
速动比率	2.711	4.3607	4.5799	4.4676	10.0647	8.0945	5.959	5.987	5.079	-
摊薄总资产收益率(%)	28.8217	8.4103	10.2531	10.6505	7.1093	3.6358	2.607	1.17	2.902	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	27.8915	11.1259	-	-	-	-

扣非净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	107.9013	35.9069	-	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	34.73	10.96	12.2	12.17	9.26	4.2	-	-	-	-
基本每股收益 (元)	0.68	1.91	2.33	2.59	2.27	1.3	1.04	0.47	1.2	1.91
净利率(%)	37.8389	36.0685	29.5332	29.2007	23.46	16.9869	8.9346	13.898	15.8951	-
总资产周转率 (次)	0.7617	0.2332	0.3472	0.3647	0.303	0.214	0.308	0.088	0.186	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	74.8387	37.9507	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.1346	11.0618	11.0601	11.0601	18.4519	18.394	17.2449	16.6549	17.2736	-
存货周转天数 (天)	338.0599	299.975	182.5928	200.5459	216.4112	266.8248	229	261	242	-
营业总收入(元)	2.16亿	8.61亿	13.54亿	15.58亿	16.04亿	13.32亿	21.30亿	6.11亿	13.13亿	19.82亿
每股未分配利润 (元)	1.1293	5.5911	7.3653	9.7343	10.3833	11.0444	13.6077	14.3655	14.6884	-
稀释每股收益 (元)	0.68	1.91	2.33	2.59	2.27	1.3	1.04	0.47	1.2	1.91
归属净利润(元)	8165.95 万	3.05亿	3.72亿	4.15亿	3.71亿	2.30亿	1.80亿	8117.76 万	2.05亿	3.27亿
扣非每股收益 (元)	0.66	1.84	2.18	2.35	2.19	1.16	0.91	0.4178	1.1	-
经营现金流/营 业收入	0.77	1.64	2.19	2.44	1.9619	1.4789	1.328	0.467	1.658	-

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用： 未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权： 头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性： 以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。