



2025年 干眼症治疗药物行业词条报告

头豹分类/制造业/医药制造业/化学药品制造/眼科用药

视界守护战--从人工泪液到靶向抗炎:中国干眼症药物市场的双轨竞合与创新跃迁

头豹词条报告系列

许豫缘 · 头豹分析师
2025-11-14 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/眼科用药

摘要 干眼症作为一种因泪液分泌不足或泪膜稳定性下降所致的常见眼表疾病，临床表现多样，治疗原则是长期和个体化治疗，其中药物治疗是干眼管理的核心手段，主要包括人工泪液、抗炎药物及抗菌药物，以环孢素为代表的抗炎治疗成为中重度干眼的关键策略。目前中国干眼症患者已超过3.6亿，发病率高达21%–30%，且以每年10%的速度增长，诊疗需求持续扩大。行业规模因患病人数增加、就诊率提升、政策支持及企业布局而扩大，预计2025–2030年复合年增长率将达10%，2030年市场规模有望突破96亿元。当下，中国干眼症治疗药物市场竞争呈现“外资主导、本土崛起”的双轨格局，兴齐眼药、恒瑞医药等企业通过自主研发与引进合作逐步突破外企垄断。未来，新药研发和检测技术发展将进一步推动市场增长。

行业定义

干眼症（Dry Eye Disease，DED），即干眼综合征，是由于泪液分泌减少或泪膜稳定性下降，导致的眼部不适、视物模糊、眼表炎症等一系列眼表疾病，干眼症可分为蒸发过强型干眼（Evaporative Dry Eye，EDE）、水液缺乏型干眼（Aqueous-Deficient Dry Eye，ADDE）及两者混合型，其中单纯的水液缺乏型较为少见。干眼症患病人群广泛且病因复杂，按照患病程度可分为轻度、中度以及重度，治疗原则是根据干眼的类型和程度给予长期和个体化治疗，常见疗法主要包括药物治疗、物理治疗和手术治疗。其中，药物治疗是干眼症的主要治疗方式，以人工泪液为主的传统治疗方案更多面向轻症患者，中重度干眼患者临床多推荐使用糖皮质激素及非甾体抗炎类药物和抗菌药物进行治疗。

行业分类

干眼症的治疗原则是根据干眼的类型和程度给予长期和个体化治疗，治疗方案的临床选择顺序是根据病情程度从简单到复杂、从无创到有创。

按药物作用机制分类

基于药物的作用机制，可将干眼症治疗药物分为润滑眼表和促进修复类、抗炎类以及抗菌类治疗药物。

润滑眼表和促进修复类治疗药物

目前干眼症的一线治疗原则是缓解患者症状，**人工泪液**作为基础治疗手段，可有效缓解眼部干涩、稀释炎症因子并降低泪膜渗透压，临床常用于轻度干眼，同时也可用于中重度干眼的辅助治疗，目前已成为临床治疗干眼症使用频率较高的一线药物。常见成分包括透明质酸钠、羧甲基纤维素等，代表产品如中国齐鲁制药旗下的瑞珠聚乙烯醇滴眼液、美国艾尔建公司旗下的亮视羧甲基纤维素钠滴眼液等。**促进修复类药物**如乳铁蛋白滴眼液，作为天然泪液蛋白成分，具有保护角膜上皮、抑制炎症因子生成及减轻眼表炎症反应的作用。代表产品如中国珠海亿胜生物公司旗下的重组牛碱性成纤维细胞生长因子滴眼液以及沈阳兴齐眼药生产的维生素A棕榈酸酯眼用凝胶等。

抗炎类治疗药物

适用于存在明显眼表炎症的中重度干眼患者，目前临床应用的抗炎药物主要包括3类，即糖皮质激素、非甾体类抗炎药以及免疫抑制剂。**糖皮质激素**如氟米龙、氯替泼诺，具有强效抗炎作用，常用于短期冲击治疗以快速缓解炎症，长期使用可能引起高眼压、白内障等副作用。代表产品如美国艾尔建公司旗下的氟美瞳、日本参天公司旗下的利美索等。**非甾体抗炎药（NSAIDs）**如双氯芬酸钠、普拉洛芬，抗炎效果相对较弱，通常用于轻度炎症或术后抗炎。代表产品如中国众生药业旗下的安布滴眼液等。**免疫抑制剂**如环孢素A、他克莫司滴眼液，可通过抑制T细胞活化及炎症因子释放实现长期抗炎控制，适于慢性干眼的维持治疗。代表产品如中国兴齐眼药生产的兹润环孢素滴眼液、日本参天公司旗下的他克莫司滴眼液等。

抗菌类治疗药物

主要用于合并睑缘炎或睑板腺功能障碍（MGD）相关的蒸发过强型干眼。常用抗生素如甲硝唑、多西环素、口服米诺环素片或阿奇霉素滴眼液，通过抑制细菌增殖、抗脂质代谢炎症及改善睑脂性状而发挥治疗作用。代表产品如中国华润双鹤旗下的甲硝唑氯化钠注射液、江苏豪森药业旗下的多西环素片等。

行业特征

干眼症治疗药物的行业特征包括居民屏幕使用时间增长导致患病人数持续扩增，市场潜力巨大、人工泪液和环孢素滴眼液两种药物主导治疗市场、市场竞争由外资主导转向内外资竞合。

1 居民屏幕使用时间增长导致患病人数持续扩增，市场潜力巨大

居民日均屏幕使用时间从2021年的5.5小时增至2024年的8小时，导致患病风险显著提升，受此影响，中国干眼症患病人数从2020年的约3亿人增长至2024年的约3.6亿人，为诊疗市场提供持续增长动力，但患者治疗率仅为10-12%，大量潜在需求尚未被激活，随着大众护眼意识提升与诊疗普及，市场增长潜力显著。

2 人工泪液和环孢素滴眼液两种药物主导治疗市场

人工泪液是轻度干眼症一线对症治疗药物，院端市场以玻璃酸钠眼用制剂、透明质酸眼用制剂、重组牛碱性成纤维细胞生长因子眼用制剂三大品类占据主导。环孢素滴眼液作为中重度干眼症核心治疗药物，凭借抗炎机制快速放量，市场主要由艾尔建的“丽眼达”和兴齐眼药的“兹润”两款产品瓜分。

3 市场竞争由外资主导转向内外资竞合

中国干眼症治疗药物发展起步较晚，长期以来市场由艾伯维、参天制药等外资制药企凭借先发优势、品牌影响力和成熟的学术推广占据主要地位。近年来，本土企业如兴齐眼药、恒瑞医药通过仿创结合、海外引进与自主研发，在环孢素、全氟己基辛烷等创新药物领域实现突破，竞争格局从外资主导转向内外资竞合。

发展历程

1995年-2005年为中国干眼症治疗药物市场的萌芽期，干眼症尚未作为独立疾病被广泛认知，治疗以人工泪液为主。2006年-2015年为市场启动期，治疗药物主要由进口品牌主导，本土品牌市场竞争力较弱。2016年至今为市场的快速发展期，中国本土品牌逐步兴起，以环孢素类为代表的新型治疗药物也开启了多元化发展进程。

萌芽期 · 1995-01-01~2000-01-01

1995年，日本参天制药的玻璃酸钠滴眼液爱丽正式进入中国市场。 1999年，珠海眼表疾病学术会议上，刘祖国教授详细介绍了干眼的概念等内容，干眼症概念正式引进中国。

1999年之前，中国缺乏“干眼症”作为一个独立疾病的诊断概念。患者的干涩、异物感等症状通常被归咎于“慢性结膜炎”“视疲劳”或“沙眼”，治疗手段较为有限，主要依赖人工泪液等基础治疗手段，缺乏针对中重度干眼症的有效药物。

启动期 · 2001-01-01~2020-01-01



2002年，艾尔建（Allergan）的0.05%环孢素滴眼液“Restasis”在美国上市，并于此后引入中国。2006年，中国学者提出干眼症的治疗原则，强调抗炎治疗的重要性，推动了抗炎药物在临床的应用。2007年，国际眼科协会首次提出，干眼症是一种由多种因素导致的眼表疾病，以视觉紊乱、泪膜不稳定伴有潜在的眼表损伤为主要表现。同时指出，泪液高渗、炎症状态是导致干眼症的重要因素。2017年，国际泪膜与眼表学会干眼工作组发布的第二版干眼系列共识中指出，干眼症是一种由多种因素引起的眼表疾病，以泪膜失衡并伴有眼部不适症状为主要特征。

这一时期，干眼症的治疗手段逐渐从人工泪液等基础治疗向抗炎药物发展。治疗理念从单纯的“补充泪液”升级为“控制眼表炎症”，推动干眼症作为慢性炎症性疾病的认知，开启靶向治疗新时代。

高速发展期 · 2020-01-01~2025-01-01

2020年，兴齐眼药的0.05%环孢素滴眼液(II)作为中国首个用于干眼症的环孢素眼用制剂获批上市。2022年，齐鲁制药的地夸磷索钠滴眼液上市，通过促进泪液分泌提供了不同于抗炎的新机制。2025年，新型治疗药物如恒瑞医药的SHR8058滴眼液（全氟己基辛烷）、远大医药的酒石酸伐尼克兰鼻喷雾剂（OC-01）获批上市。

中国干眼症治疗行业正从以仿制药和辅助用药为主的传统领域转向由创新药驱动、技术路径多元、治疗理念先进的高成长性赛道。药物作用机制不再局限于润滑和抗炎，出现了促泌剂如地夸磷索钠、睑板腺功能调节剂如全氟己基辛烷、神经刺激剂如伐尼克兰鼻喷雾剂等，标志着干眼症治疗进入“精准化、个体化”时代。

产业链分析

干眼症治疗药物产业链的发展现状

从产业链来看，干眼症治疗药物产业链上游为原材料与辅料供应环节，涉及化学原料如玻璃酸钠、聚乙烯醇等；中游为干眼症药物生产，包括人工泪液、消炎药、抗菌药等；下游为干眼症治疗产品的应用和销售，药品通过医院、药店等传统渠道进入市场，最终销往干眼症患者。

干眼症治疗药物行业产业链主要有以下核心研究观点：

潜在干眼症患者需求驱动产业链上、中游药品研发生产。

干眼症治疗行业市场集中度较高，少数几家大型企业占据主导地位。干眼症治疗药物产业链发展受到疾病复杂性、患者需求增长及技术进步的共同驱动。随着市场需求的不断增长，新进入者不断增加，市场竞争将更加激烈。企业需要通过技术创新、产品质量提升、拓展销售渠道等方式来增强竞争力。技术创新是干眼症药物行业发展的核心驱动力。新型疗法的兴起，推动了天然产物提取物、脂质类成分和纳米载体材料的需求持续上升，推动了上游材料科学的技术革新。新型药物和给药系统的研发有望提高疗效和患者依从性。同时，传统治疗手段如人工泪液存在作用时间短、部分患者治疗效果不佳等局限，促使研究重点转向提升药物眼部滞留时间和靶向性的策略。

下游产品销售依赖于品牌和医生认知壁垒，患者用药黏性高。

在处方药市场，医生的处方习惯对患者用药选择具有决定性影响。外资企业凭借其产品在中国市场的早期布局，在竞争尚不激烈的阶段通过多年的临床使用与系统的学术推广，成功构建了坚实的品牌认知与医生信任。如艾尔建旗下环孢素滴眼液丽眼达作为先行者，其疗效和安全性已得到临床广泛认可，形成了较深的医生处方惯性。由于干眼症是一种需长期管理的慢性疾病，患者一旦找到有效且耐受性良好的药物，其换药意愿普遍较低，这使得早期进入市场的产品易于积累起稳定的用户群体。而建立这样的网络需要时间和资源积累，外资企业依托其成熟且覆盖广泛的医院销售渠道与零售药店网络，能够高效触达全国范围内的眼科诊疗终端，为新进入者设置了较高的市场壁垒。

产业链上游环节分析

生产制造端

上游厂商

上海昊海生物科技股份有限公司

沈阳兴齐眼药股份有限公司

浙江仙琚制药股份有限公司

艾伟拓（上海）医药科技有限公司

珠海联邦制药股份有限公司

上海复星医药（集团）股份有限公司

江苏恒瑞医药股份有限公司

兆科（广州）眼科药物有限公司

华熙生物科技股份有限公司

上游分析

上游原材料供应结构分化，技术依赖性较强。

长期以来，使用人工泪液是干眼症的主要缓解治疗方案，抗氧抗炎药物迭代发展时间较短，因此关键抗炎原料的生产仍掌握在艾尔建等外资企业及兴齐眼药、恒瑞医药等少数头部本土企业手中。以环孢素A制剂为例，其制备需通过纳米乳剂、微球或水性载体技术实现有效渗透，具备相关前沿技术的原料生产企业短期内形成技术壁垒，并在此带动下实现收入增幅。以兴齐眼药为例，公司凭借在眼科纳米乳剂及相关制剂领域的持续深耕，2024年营业收入同比增长32.42%，另外，海外品牌Novaliq基于独特的无水硅技术开发出多款以环孢素A和新型水性载体为核心的眼用制剂产品，目前已与多家国际药企达成许可及商业化合作。

干眼症治疗药物研发技术革新驱动上游原材料供应升级。

随着干眼症治疗手段的持续创新，干眼症治疗药物的研发策略从传统的润滑补水向抗炎修复升级，这一转变驱动上游原材料需求的显著变化，以环孢素A制剂、他克莫司滴眼液等免疫调节剂为代表的新型疗法加速发展，核心原料需求从大宗通用的化工辅料如基础透明质酸钠转变为高活性、高纯度的复杂原料药如环孢素API和高端功能性辅料如用于纳米制剂的表面活性剂。行业上游技术密集型提升的趋势推动供应环节从大批量生产标准品转向为特定药企研发定制原料，干眼症药物供应链的价值和技术水平得到整体提升。

中产业链中游环节分析

品牌端

药物生产

中游厂商

沈阳兴齐眼药股份有限公司

江苏恒瑞医药股份有限公司

深圳市康哲药业有限公司

远大医药（中国）有限公司

兆科（广州）眼科药物有限公司

和铂医药（上海）有限责任公司

珠海亿胜生物制药有限公司

成都盛迪医药有限公司

齐鲁制药有限公司

珠海联邦制药股份有限公司

珍视明（江西）药业股份有限公司

中游分析

人工泪液市场中海外品牌享受早鸟优势带来的稳固市场地位，抗氧抗炎市场本土企业快速发力，引领中国市场摆脱进口依赖现状。

中游生产环节集中度较高，整体由外资企业与本土领先企业共同主导。以玻璃酸钠滴眼液为例，外资企业凭借其进入中国市场较早、工艺成熟及临床疗效稳定等优势，在中国市场中稳占主导地位。2024年中国玻璃酸钠滴眼液销售额为25亿元，其中德国悟兹法姆与日本参天产品的销售额合计超过20亿元，占比超80%。中重度干眼症核心治疗药物如环孢素滴眼液等，市场则呈现本土品牌快速崛起的态势。中国市场主要由艾尔建的“丽眼达”和兴齐眼药2020年上市的“兹润”两款产品占据主要市场，该两款环孢素滴眼液2024年全终端销售额合计超8亿元，本土企业凭借长期深耕与积极创新快速占据市场。

治疗市场产品替代加速，驱动企业转向药物研发创新与生产工艺改进。

干眼症治疗药物的发展呈现出由传统疗法向创新药物迭代的趋势。传统治疗药物如人工泪液和糖皮质激素虽能缓解部分症状，但难以从根本上解决病因，其疗效局限催化新型药物加速研发。21世纪初期，具备抗炎及促进泪液分泌机制的新产品迅速获得市场及临床用药指南认可推荐，到2024年，中国环孢素滴眼液医院端渠道销量达5.61亿元，同比增速达88.26%，中国干眼症治疗市场初步实现产品迭代。而后，本土企业持续布局创新药物研发与生产工艺升级，恒瑞医药2025年获批上市的全氟己基辛烷滴眼液（PFHO）是全球唯一针对蒸发过强型干眼的治疗药物，远大医药推出的全球首创酒石酸伐尼克兰鼻喷雾剂亦被纳入《中国干眼临床专家共识》，可见疗效优势已逐渐成为干眼症治疗药物市场的核心壁垒。

下 产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

产品应用与销售

渠道端

京东大药房（北京）有限公司

九州通医药集团股份有限公司

叮当快药科技集团有限公司

大参林医药集团股份有限公司

阿里健康大药房医药连锁有限公司

老百姓大药房连锁股份有限公司

平安健康互联网股份有限公司

深圳海王集团股份有限公司

上海平安好医生八院互联网医院有限公司

益丰大药房连锁股份有限公司

下游分析

干眼症治疗药物市场以非处方药与处方药双轨并行，产品销售分别依赖于放量渠道和专业诊疗意见。

干眼症治疗药物市场以处方药与非处方药（OTC）双轨并行为特征，不同类型产品在销售渠道与消费决策上呈现显著差异。人工泪液属于OTC类药品，因而对处方依赖程度较低，销售渠道相对灵活，主要包含连锁药店及线上电商平台如阿里健康、京东健康等。从滴眼剂品类渠道数据看，人工泪液非处方药如低剂量玻璃酸钠眼用制剂零售端及电商渠道销售额由2020年的4.86亿元增长至2024年的18.62亿元，年均复合增长率约为39.5%，线上渠道增长显著且趋势持续。相比之下，中重度干眼症治疗药物主要为处方类产品，此类药物以对症治疗为前提，医生在处方决策中依据患者病情选择相应药物，因此下游渠道相对固定，其中2024年医院端滴眼剂含干眼症处方药物的销售额为15.39亿元。

玻璃酸钠滴眼液曾面临销售下滑，近年伴随监管要求变化，生产商以拓宽线上渠道推动销量回升。

2021年，在国家集采政策持续推进背景下，玻璃酸钠滴眼液生产厂商普遍采取“以价换量”策略以进入集采目录，受降价影响，玻璃酸钠滴眼液开始进入市场波动期，2023年终端销售额收缩至5亿元。而后集采谈判带来的院端销量优势开始显现，叠加玻璃酸钠滴眼液于2023年经国家药监局审批由处方药转为非处方药，生产商拓宽零售药店与线上电商渠道，推动消费者自主购买，受此驱动，2024年玻璃酸钠滴眼液医院端销售额回升至6.25亿元。

行业规模

干眼症治疗药物行业规模的概况

2020年—2024年，干眼症治疗药物行业市场规模由180.27亿人民币元回落至118.06亿人民币元，期间年复合增长率-10.04%。预计2025年—2030年，干眼症治疗药物行业市场规模由127.55亿人民币元增长至193.06亿人民币元，期间年复合增长率8.64%。

干眼症治疗药物行业市场规模历史变化的原因如下：

屏幕使用增加与就诊意识提升共同推动了干眼症患者和诊疗市场的增长。

电子屏幕使用和工作生活用眼节律是影响干眼症症状严重的关键因素，据2024年国家统计局统计，中国居民日均屏幕使用时间从2021年的5.5小时增长至2024年的8小时，数据表明，每日使用电子屏幕超过8小时的人群，干眼症患病风险可提升至60%以上。在此趋势推动下，中国干眼症患者人数从2020年的3亿人增长至2024年的3.6亿，复合年增长率约5%。同时，公众就诊意识的提升也为市场发展注入动力。随着2020年爱尔眼科“1010干眼关爱日”等相关科普活动的开展以及专业干眼门诊在全国范围内的设立与推广，公众对眼部健康的认知逐步增强，患者就诊率和治疗需求从2020年的10%增长至2024年的12%，患者基数和就诊率的双重增长共同推动诊疗市场的扩容。

本土制药企业发力，逐步打破进口主导市场局面，国产品牌以薄利换取药品可及性提升，中国干眼症患者治疗意愿因而逐年上行。

在中重度干眼症治疗中，美国艾尔建的环孢素A滴眼液丽眼达于2016年进入中国，以此药物估算的年均治疗花费约为2,100元/人，治疗成本居高导致多数中重度患者被迫使用无法对症治疗的人工泪液进行症状维稳。2020年6月，兴齐眼药研发的兹润®0.05%环孢素滴眼液作为首个获批用于干眼症治疗的国产环孢素眼用制剂，产品初始售价为165元（以0.4ml/支，30支/盒为例），2021年12月正式纳入医保后，同规格价格下降至88元/盒，价格优势导致国产药品上市后快速挤占进口市场，因而在治疗年成本下降的同时，市场渗透率提升。历史期间，干眼症药物治疗市场经历由进口主导向国产发力的关键转变，国产品牌以低价策略换取逐年提升的患者用药可及性，市场体量因而于2021年至2022年间出现大幅下滑，而后伴随国产品牌在本土各等级诊疗机构逐步夯实低价高质的口碑，2022年至2025年间，以国产品牌为主导的发展局面带动整体市场规模稳步回升。

干眼症治疗药物行业市场规模未来变化的原因主要包括：

新药研发管线丰富，创新疗法推动干眼症市场扩容。

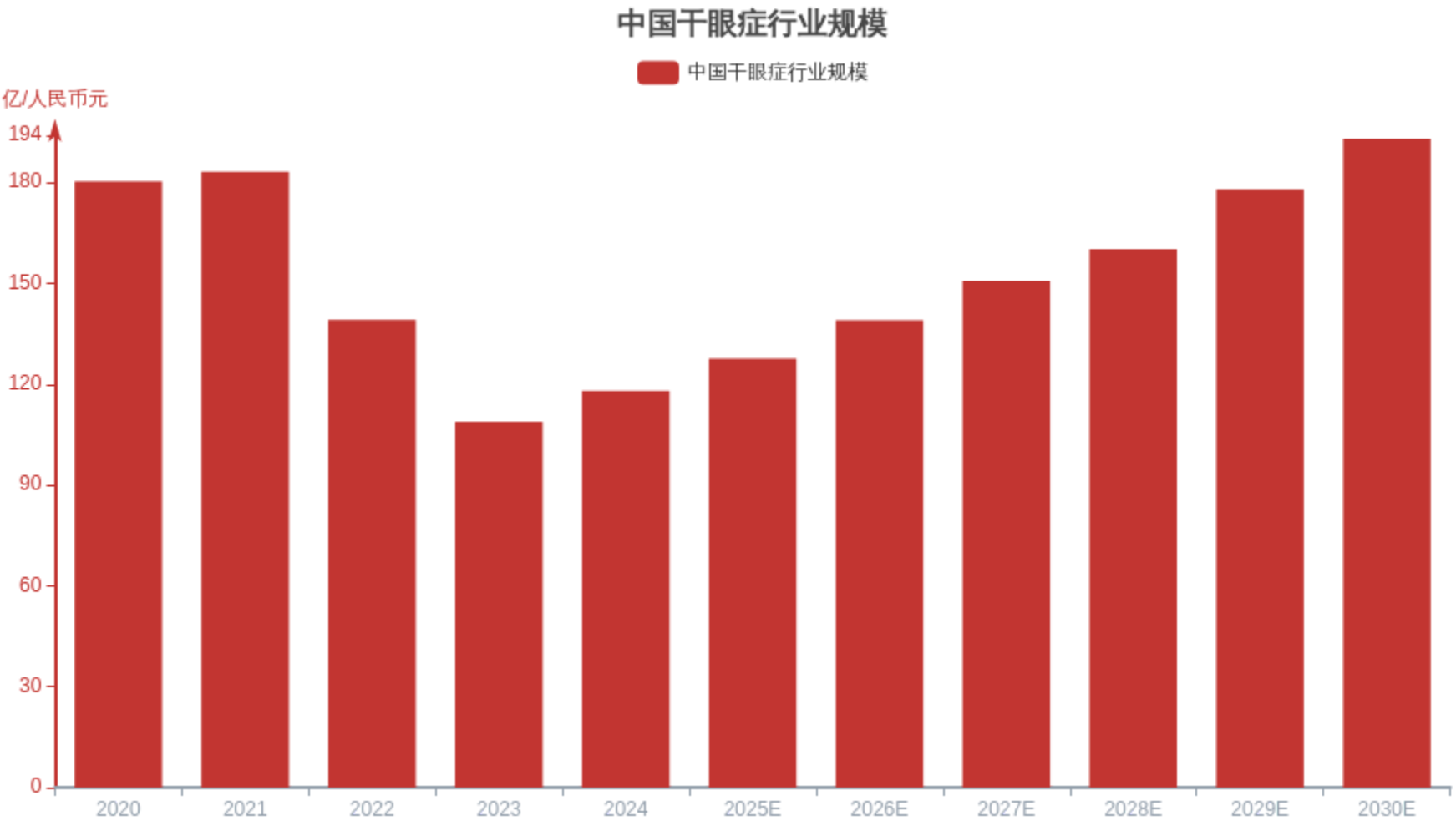
当前，干眼症的传统治疗药物存在起效慢、部分患者治疗效果不佳等局限，临床需求未得到充分满足。在此背景下，涵盖新型免疫抑制剂、生物制剂、小分子药物的干眼症关键致病靶点创新药物研发正加速推进，多款突破性疗法逐步进入临床后期乃至上市阶段，成为驱动市场规模增长与价值扩容的核心引擎。2023年康弘药业旗下的利非司特滴眼液正式获批，作为中国首个按3类新药路径获批的利非司特制剂，凭借“全链条抗炎”机制为临床提供了重要的新治疗选择。随着此类具备明确作用机制和更优临床潜力的药物陆续成功上市，有望通过更优预后填补未满足的市场需求，从而推动整体市场向更高价值区间扩容。

智能化诊断设备发展成为干眼症市场增长新动力。

干眼症可根据病因分为水液缺乏型、蒸发过强型、混合型等代表类型，因病因差异，对应治疗方案也存在不同，因此精准的检测是确诊的前提。传统检查如Schirmer试验、荧光素染色等因具有侵入性，患者体验不佳，对检查的接受程度较低。同时检查过于依赖医生经验，存在检测结果失真的情况。随着强脉冲光治疗、热脉动治疗等设备不断改进，新型干眼症检测仪如Keratograph5M等智能分析系统集成多项检查功能于一体，能一次性完成非侵入性的泪河高度、泪膜破裂时间、睑板腺成像等多项关键检查，在提升患者舒适度与接受度的同时还可显著提高诊断的客观性与准确性。诊断技术的革新在优化临床诊疗路径的基础上，也为干眼症未来市场规模的扩张奠定基础。

规模预测

干眼症治疗药物行业规模



数据来源: 亚洲干眼协会、国家药监局药审中心、爱尔眼科、中华实验眼科杂志

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于全面推进紧密型县域医共体建设试点的通知》	国家卫生健康委员会	2023-12-29	5
政策内容	提出建立"政府主导、部门协作、学校主体、家庭配合、社会参与"的近视防控体系，明确要求每学期开展2次视力监测，规范电子产品教学使用时长，强化户外活动和体育锻炼，建立儿童青少年视力健康电子档案，将近视防控工作纳入学校考核体系。			
政策解读	系统构建了儿童青少年近视防控的长效机制，推动建立从筛查干预到健康管理的完整服务体系，为眼科医疗机构开展视力筛查、建立健康档案、提供防控服务创造了巨大市场空间，将显著带动近视防控相关医疗服务和产品需求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于开展2023年全国爱眼日活动的通知》	国家卫生健康委员会	2023-05-06	5
政策内容	围绕2023年全国爱眼日活动主题“关注普遍的眼健康”，部署开展系列宣传教育活动，重点推动儿童青少年近视防控、老年人白内障及眼底病防治等科普工作，倡导全社会增强爱眼护眼意识，鼓励医疗机构开展义诊和健康讲座，推广眼病早筛早诊。			
政策解读	政策通过全国性爱眼日活动强化公众眼健康意识，引导医疗资源向重点人群倾斜，促进眼病预防和早期干预，对提升整体眼健康水平、拓展眼科医疗服务市场具有积极推动作用。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《眼科类医疗服务价格项目立项指南（试行）》	国家医疗保障局	2025-01-03	7
政策内容	明确了眼科类医疗服务价格项目立项的原则、程序和具体要求，涵盖项目申报条件、成本构成、定价规范等内容，重点对干眼症等常见眼病的诊疗项目（如睑板腺按摩、泪道栓塞术、IPL强脉冲光治疗等）的立项和定价提供标准化依据。			
政策解读	指南旨在规范眼科医疗服务价格管理，促进眼科医疗资源合理配置。特别对干眼症诊疗项目的明确定价，将推动相关新技术、新项目的临床应用与普及，保障医疗机构的合理收益，同时减轻患者负担，对眼科医疗服务体系的高质量发展具有重要指导意义。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《干眼治疗药物临床试验技术指导原则》	国家药品监督管理局药品审评中心	2023-09-28	7
政策内容	指导原则为干眼治疗药物的临床试验提供技术标准和科学依据，涵盖了试验设计（如随机对照试验）、受试者选择（如根据干眼类型和严重程度分层）、疗效终点指标（如患者报告结局、角膜染色评分、泪膜破裂时间等）、安全性评估以及统计方法等关键环节，旨在确保临床试验的质量和数据可靠性。			
政策解读	指导原则的出台填补了中国干眼治疗药物临床研究规范的空缺，有助于促进新药研发和保障受试者权益。强调了临床试验设计的科学性和终点指标的相关性，要求关注干眼作为慢性炎症性疾病的特点，有望加速更多安全有效的治疗药物（如新型抗炎滴眼液）上市，满足巨大的临床需求，惠及广大干眼患者。			
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（2021-2025年）》	国家卫生健康委	2022-01-04	7
政策内容	规划明确了“十四五”期间全国眼健康工作的总体目标，旨在构建优质高效的眼健康服务体系，重点关注致盲性眼病和严重影响生活质量的眼病（如干眼症）的防治。提出提升常见病筛查能力、推动眼科医疗服务高质量发展、加强人才队伍建设、推进眼科科技创新及促进眼科医疗资源均衡分布等重点任务。			
政策解读	规划将干眼症等眼表疾病纳入国家眼健康重点范畴，体现了从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”的转变。规划强调早筛早诊和全周期健康管理，呼吁构建干眼症等慢性眼病的防治体系，对于降低干眼发病率、改善患者生活质量、减轻社会医疗负担具有长远战略意义，同时推动了相关诊疗技术的普及与规范化。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

干眼症治疗药物竞争格局概况

中国干眼症治疗药物高端市场由外资品牌主导，本土企业仿创结合实现多点突破。外资凭借技术与品牌优势占据主要份额，本土企业则通过仿制、合作与自主研发逐步缩小差距，竞争格局呈现“引进与自研双轮驱动、梯队分化明显、创新药逐步突破”的特点。第一梯队企业如日本参天制药、德国悟兹法姆药业以及本土企业兴齐眼药凭借产品先发与技术优势、品牌影响力等率先占据市场份额。第二梯队企业如远大医药、恒瑞医药利用创新药赛道布局实现差异化创新突破。第三梯队以亿胜生物、欧康维视、兆科眼科等区域性企业为代表，依靠仿制或早期研发产品占据市场份额，竞争力相对较弱。

干眼症治疗药物行业竞争格局的历史原因

玻璃酸钠滴眼液作为市场占比最高的人工泪液长期被外资企业占据主导地位。

外资原研企业如日本参天制药（爱丽）自1997年进入中国市场以来凭借研发技术优势以及市场先发优势，长期在中国干眼症治疗药物市场占据主导地位。如中国医院端销售规模最大的干眼症治疗药物玻璃酸钠滴眼液，2024年医院端销售额为6.25亿元，其中，参天制药销售额1.93亿元，销售额占比达30%；此外，玻璃酸钠眼用制剂2024年在零售及电商渠道整体销售额为18.62亿元，其中德国悟兹法姆药业（海露）销售额为11.4亿元，销售额占比超60%，形成较强垄断形式。相比之下，本土品牌如齐鲁制药、珠海联邦、博士伦福瑞达等起步较晚，整体市场份额较小，市场占比仍有上升空间。

本土企业凭借研发创新突破，不断提升核心竞争力。

受市场需求持续增长驱动，中国药企加速布局眼科用药领域，由于传统人工泪液类药物仅缓解症状无法根治病因，针对炎症与氧化应激等病理机制的治疗药物成为研发与市场竞争的主流方向，市场竞争格局形成显著波动。在此背景下，本土多家生产企业积极布局抗炎及抗氧化药品生产，兴齐眼药旗下环孢素滴眼液是中国首款用于治疗干眼症的环孢素眼用制剂，自2020年6月获批以来即占据显著的先发优势和市场独占性。另外，恒瑞医药通过引进与自研，积极布局0.1%环孢素A制剂等同类管线，以在抗炎这一核心竞争维度上抢占份额。随着本土企业在对因治疗方向不断取得进展，市场格局从外资主导、产品单一转向本土企业崛起的阶段，抗炎治疗逐步成为干眼症治疗药物市场的核心竞争维度。

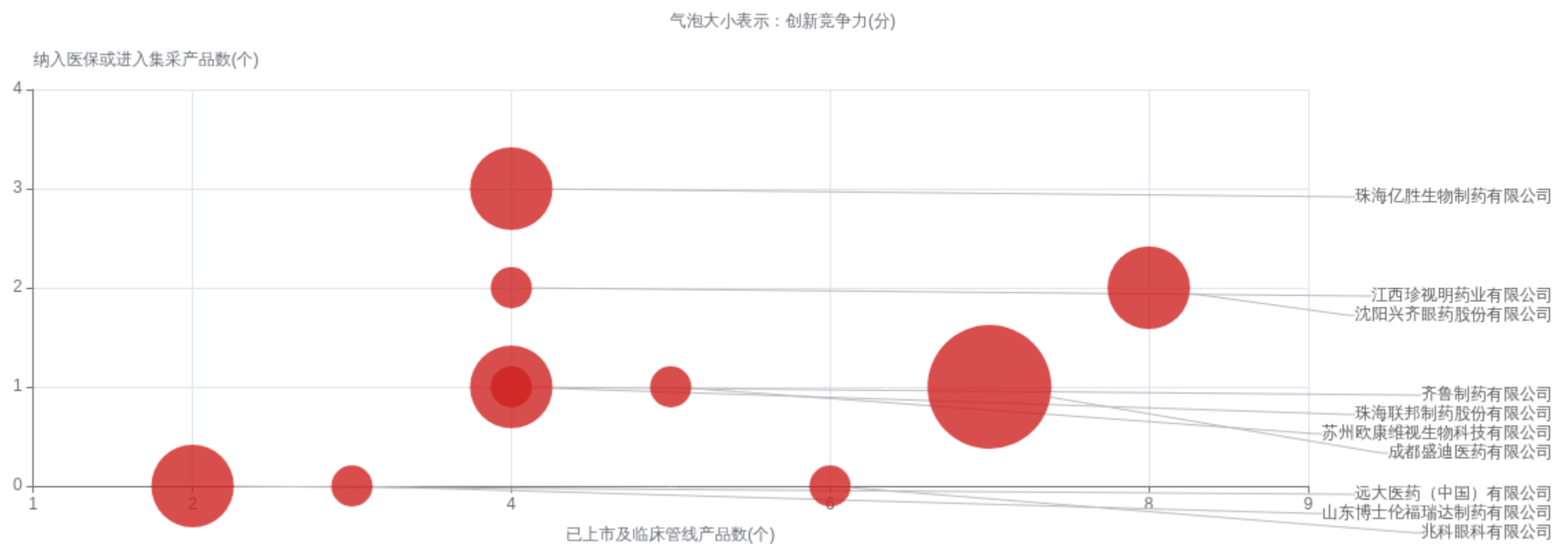
干眼症治疗药物行业竞争格局未来变化原因

市场参与者增多，干眼症领域的竞争格局将变得更加激烈。

眼睑按摩、睑板腺导管疏通仪、红光动力治疗等物理治疗方案具有操作便捷、非药物依赖等优势，患者满意度较高。例如，在因睑板腺功能障碍导致的干眼患者中，接受物理疗法的治疗满意度达到87.5%，高于单纯药物治疗的62.5%。随着物理治疗等非药物手段的不断发展，其在特定干眼亚型（如蒸发过强型干眼）治疗中的应用占比将逐步提升，传统药物治疗的市场空间预计将受到一定挤压。在此趋势下，干眼症药物市场的竞争将进一步加剧。未来企业若想建立持久稳固的竞争地位，需更加注重差异化战略，聚焦患者真实需求，通过高度契合市场的创新点来应对日益复杂的竞争环境。

本土企业通过高价值的海外引进不断扩充产品管线，有望推动市场份额进一步向具备研发与创新能力的头部企业集中。

为更好地拓展中国干眼症治疗药物市场和技术资源，部分本土企业积极寻求海外合作伙伴，引入先进技术和管理经验，以提升自身竞争力。恒瑞医药于2023年引进德国Novaliq公司0.1%环孢素A制剂和全氟己基辛烷两款干眼症治疗药物，并获得在中国的临床开发、生产和市场销售独家权利，随着2025年全氟己基辛烷的获批上市，恒瑞医药有望凭借其创新机制快速抢占中重度干眼症市场。此外，欧康维视于2024年8月从爱尔康引进的8款干眼症治疗和手术用滴眼液产品组合的大中华权益，将进一步丰富自身产品线，提升企业在干眼症治疗药物市场的竞争力。



上市公司速览

兆科眼科有限公司（06622）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
89.9亿 >	1580.3万 >	-68.3	53.6

远大医药集团有限公司（00512）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
317.0亿 >	61.1亿 >	-	59.0

沈阳兴齐眼药股份有限公司（300573）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.4亿元 >	30.3	78.4

江苏恒瑞医药股份有限公司（600276）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	170.1亿元 >	6.7	84.4

亿胜生物科技有限公司（01061）

康哲药业控股有限公司（00867）

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
29.3亿 >	8.8亿 >	8.0	88.8

成都康弘药业集团股份有限公司 (002773)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.9亿元 >	23.5	89.5

迪瑞医疗科技股份有限公司 (300396)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.5亿元 >	-60.1	38.9

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
122.2亿 >	80.1亿 >	-12.4	-

津药药业股份有限公司 (600488)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	25.7亿元 >	-9.4	44.4

石榴云医 (pom)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
4.7亿美元 >	3.4亿美元 >	12.5	13.9

企业分析

1

沈阳兴齐眼药股份有限公司【300573】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	17524.9247万人民币
企业总部	沈阳市	行业	医药制造业
法人	刘继东	统一社会信用代码	912101001179988209
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	227980800000
品牌名称	沈阳兴齐眼药股份有限公司	经营范围	许可项目：药品生产，保健食品生产，消毒剂生产（不含危险化学品），检验检测服务，药品进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：塑料制品制造，非居住房地产租赁，机械设备租赁，货物进出口，技术进出口，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

■ 财务数据分析											
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)	2025(Q2)
销售现金流/营业收入	0.93	0.99	1.02	0.93	0.94	1	1	0.95	0.97	0.99	0.98
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	27.7883	18.1962	21.7217	32.5522	28.129	20.2954	12.9356	16.4995	25.1205	24.096	22.4574
营业总收入同比增长(%)	17.9727	6.1653	19.7769	25.7951	26.9614	49.2582	21.5913	17.4192	32.4222	53.2372	30.3817
归属净利润同比增长(%)	146.953	-27.3441	-65.366	162.7914	145.1081	121.3065	8.722	13.3934	40.8379	319.8552	97.747
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	61.0273	64.8146	58.6224	55.1251	53.6369	41.9051	39.6397	43.1102	43.0826	44.0335	41.7883
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.4505	2.1114	1.6903	1.2746	1.3846	3.6893	5.6753	3.4799	1.7984	2.0018	2.0005
每股经营现金流(元)	0.3515	0.4087	0.5339	0.8987	1.4831	3.4843	3.2326	2.5489	2.3794	1.0877	1.2454
毛利率(%)	75.1972	73.9056	72.3197	73.2596	73.1329	78.0871	78.7438	77.3734	78.331	80.1554	80.6746
流动负债/总负债(%)	83.8986	74.834	80.6414	79.6744	78.2255	77.9401	66.0983	77.8976	86.3433	86.9788	86.6665
速动比率	1.1196	1.3512	1.1005	0.8245	0.9346	3.3433	4.8732	2.957	1.4655	1.6568	1.6006
摊薄总资产收益率(%)	7.9104	5.4994	1.3009	3.7814	10.2813	15.7666	12.2016	12.611	16.2863	6.5952	15.2367
营业总收入滚动环比增长(%)	-15.4983	-19.9648	-30.1303	-16.5919	-5.6797	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-39.6326	-134.6094	-107.7041	-59.2	-12.8167	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	13.02	7.36	2.5	6.45	14.49	25.54	14.86	14.77	/	/	/
基本每股收益(元)	0.9	0.49	0.17	0.45	1.09	2.39	2.41	1.93	1.94	0.83	1.36
净利率(%)	16.0069	10.677	2.0891	5.4404	13.5709	20.3429	16.9367	16.356	17.3955	27.2121	28.7962
总资产周转率(次)	0.4942	0.5151	0.6227	0.6951	0.7576	0.775	0.7204	0.771	0.9362	0.2424	0.5291
归属净利润滚动环比增长(%)	-33.2416	-118.3783	-96.9361	-67.8279	-10.8698	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	2.8739	2.8739	3.0224	3.1085	3.4986	8.8844	9.6252	7.1516	4.9445	4.9684	3.2681
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	185.7681	197.2279	167.6134	168.9982	144.1499	128.3743	145.3958	140.0124	123.7964	135.2163	132.2071
营业总收入(元)	339100076.02	360006690.25	431204722.02	542434237.77	688682125.8	1027914866.71	1249855370.83	1467569910.64	1943387835.59	536140697.03	1162742877.5
每股未分配利润(元)	2.3402	2.6554	2.4763	2.5907	3.4715	4.9372	6.4041	4.9313	2.6464	3.4789	2.5407
稀释每股收益(元)	0.9	0.49	0.17	0.45	1.08	2.38	2.41	1.93	1.93	0.83	1.36
归属净利润(元)	54279327.95	39437121.03	13658663.86	35893796.29	87978613.68	194702374.35	211684305.31	240036047.12	338061776.59	145895323.8	334826054.8
扣非每股收益(元)	0.7	0.45	0.13	0.41	1.06	/	/	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.3515	0.4087	0.5339	0.8987	1.4831	3.4843	3.2326	2.5489	2.3794	1.0877	1.2454

公司竞争优势

▪ 竞争优势

沈阳兴齐眼药凭借其核心产品“兹润”（0.05%环孢素滴眼液）作为中国首个获批的环孢素眼用制剂，在干眼症治疗领域建立了强大的先发优势与市场独占性。公司通过成功的医保准入、丰富的产品管线以及在纳米乳剂等技术平台的布局，迅速抢占了中重度干眼症的抗炎治疗市场，形成了从市场、渠道到研发的全面竞争优势。

沈阳兴齐眼药2024年年报

2 江苏恒瑞医药股份有限公司【600276】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	637900.2274万人民币
企业总部	连云港市	行业	医药制造业
法人	孙飘扬	统一社会信用代码	9132070070404786XB
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	862156800000
品牌名称	江苏恒瑞医药股份有限公司	经营范围	片剂（含抗肿瘤药）、口服溶液剂、混悬剂、无菌原料药（抗肿瘤药）、原料药（含抗肿瘤药）、精神药品、软胶囊剂（含抗肿瘤药）、冻干粉针剂（含抗肿瘤药）、粉针剂（抗肿瘤药、头孢菌素类）、吸入粉雾剂、口服混悬剂、口服乳剂、大容量注射剂（含多层共挤输液袋、含抗肿瘤药）、小容量注射剂（含抗肿瘤药、含非最终灭菌）、生物工程制品（聚乙二醇重组人粒细胞刺激因子注射液）、硬胶囊剂（含抗肿瘤药）、颗粒剂（抗肿瘤药）、粉雾剂、膜剂、凝胶剂、乳膏剂的制造；中药前处理及提取；医疗器械的研发、制造与销售；一般化工产品的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）***

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	1.18	1.01	0.99	1	0.87	0.97	0.87	1.06	0.97	0.85
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	10.1581	11.62	11.464	9.5039	11.3522	9.4086	9.3067	6.284	8.0689	7.2973
营业总收入同比增长(%)	19.083	24.7158	25.8916	33.7048	19.091	-6.5949	-17.8736	7.2597	22.6331	20.1429
归属净利润同比增长(%)	19.2202	24.2452	26.3927	31.0511	18.7753	-28.4143	-13.7723	10.1388	47.2777	36.8994
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	71.666	71.726	71.9396	67.0803	64.7703	74.9532	102.4378	93.9804	68.0843	62.6677
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	8.3474	7.0564	7.2462	9.0233	7.4372	8.8748	8.5002	12.252	9.719	10.6961
每股经营现金流(元)	1.1044	0.8993	0.7527	0.863	0.6437	0.6596	0.1983	1.1983	1.1636	0.087
毛利率(%)	87.0681	86.6296	86.5967	87.492	87.9259	85.556	83.6118	84.5518	86.2489	85.169
流动负债/总负债(%)	93.7629	97.8164	97.2749	94.4133	95.6629	92.0723	92.3226	92.8124	89.8206	89.8442
速动比率	6.3796	4.2453	3.7436	8.0451	6.6973	8.1684	7.8268	11.3459	9.0538	9.9821
摊薄总资产收益率(%)	20.399	20.3461	20.1046	21.3409	20.2578	12.1197	9.3482	9.9323	13.4944	3.7
营业总收入滚动环比增长(%)	-5.2031	1.2894	5.558	-8.3139	2.6805	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	5.6783	2.8355	7.6384	15.6842	15.2961	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	23.24	23.28	23.6	24.02	22.51	13.96	10.89	10.99	/	/
基本每股收益(元)	1.104	1.14	1.1	1.2	1.19	0.71	0.61	0.68	1	0.3
净利率(%)	23.7449	23.8005	23.3162	22.8715	22.7474	17.3092	17.932	18.7461	22.6446	26.0414
总资产周转率(次)	0.8591	0.8549	0.8623	0.9331	0.8906	0.7002	0.5213	0.5298	0.5959	0.1421
归属净利润滚动环比增长(%)	7.5033	17.8365	15.121	20.4701	29.6313	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.1867	0.3484	0.4012	0.376	0.5895	0.5247	0.4735	0.4793	0.4998	0.4474
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	145.4898	138.7872	140.3509	162.9697	181.9468	201.1173	250.5568	243.2761	221.3069	202.8855
营业总收入(元)	11093724121.18	13835629369.98	17417901050.02	23288576607.05	27734598747.82	25905526375.8	21275270681.52	22819784741.31	27984605342.06	7205611122.7
每股未分配利润(元)	3.5789	3.7226	3.5582	3.7414	3.9095	3.5762	4.0007	4.5152	5.3089	5.6027
稀释每股收益(元)	1.1025	1.14	1.1	1.2	1.19	0.71	0.61	0.68	1	0.3
归属净利润(元)	2588952095.88	3216647998.16	4065609716.04	5328027519.56	6328383219.69	4530217550.47	3906304390.78	4302435930.05	6336527014.75	1874055519.9
扣非每股收益(元)	1.1044	1.0964	1.03	1.12	1.12	0.66	0.54	0.65	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	1.1044	0.8993	0.7527	0.863	0.6437	0.6596	0.1983	1.1983	1.1636	0.087

公司竞争优势

竞争优势

恒瑞医药采取“自主研发与海外引进”双轮驱动的策略，通过前瞻性地引入德国Novaliq公司的两款创新药物——全球首创的蒸发过强型干眼治疗药全氟己基辛烷滴眼液和高浓度环孢素A制剂，快速切入并布局最具潜力的干眼症治疗赛道。结合公司强大的商业化能力，恒瑞医药有望在未来的市场竞争中快速抢占份额，成为干眼症创新治疗领域的有力竞争者。

恒瑞医药2024年年报

3 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	向宇	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	1127232000000
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其他眼科相关药品的技术研发，并提供相关咨询和售后服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

公司竞争优势

竞争优势

参天制药在中国干眼症治疗药物市场凭借其深厚的品牌积淀和先发优势建立起强大的竞争壁垒。其核心产品"爱丽"（玻璃酸钠滴眼液）自1995年上市以来，通过数十年的临床验证和系统的学术推广，在眼科医生群体中形成了坚实的处方惯性和品牌信任。同时，公司凭借覆盖抗炎、免疫调节等多领域的成熟产品组合，以及遍布全国的成熟渠道网络，在外资主导的高端市场中持续保持领先地位。

参天制药2024年年报

附录

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，并应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，在未详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。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

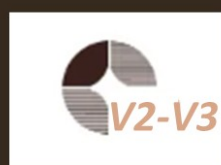
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588