

# 2007年全球動物保健市場現況

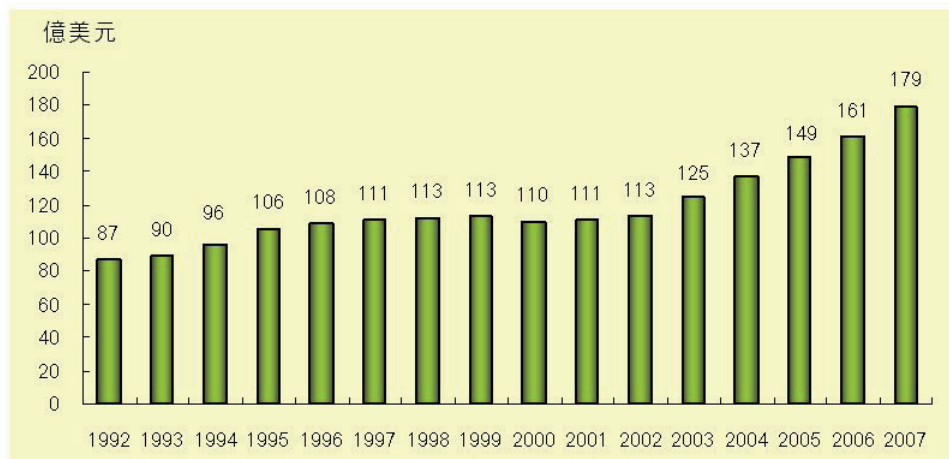
撰文/陳政忻

## 市場概況

自從 2003 年伊拉克戰爭及 SARS 爆發後，全球景氣開始復甦，同年底爆發禽流感之疫情，帶動近年來全球動物保健市場的快速成長，而 2007 年歐洲北部爆發藍舌病疫情，更使動物保健產品的需求持續不墜。舉凡動物用藥、動物用疫苗、飼料添加劑及其他應用於這些動物之產品，皆可為動物保健產品應用之範圍，若不包含營養用飼料添加劑，2007 年全球動物保健市場高達 179 億美元，較 2006 年成長 11% (圖一)。進一步分析 1992~2002 年間，動物保健產品的複合年成長率僅為 3%，而在 2003~2007 年短短五年間，複合年成長率高達 9%，在在顯示近年來動物保健產業驚人的成長力道。

動物保健產業近年來快速成長的主因，除了新型動物用藥不斷推陳出新外，政策方面的支持更推波助瀾此產業的發展。不少疾病會透過動物傳染給人類，成為新興疾病並造成防疫上的漏洞，使得人們逐漸重視新興疾病的發生。因此為確保人類健康福祉，如何有效地控制動物健康及環境便成另外一項重點課題。

雖然近年來弱勢美元多少對整體動物保健市場有所影響，但其成長力道主要則是來自全球對肉品需求的逐漸提升，據估計到 2025 年時全球對肉品的需求將高達 4 億公噸。全球主要的牛肉出口國分別為巴西、澳洲、印度、紐西蘭、加拿大、阿根廷、烏拉圭、歐盟 25 國及美國，而南美新興國家至少



資料來源：Vetmosis; 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。

圖一 1992-2007年全球動物保健市場規模

都有 20% 以上的出口成長率；美、加兩國則相繼於 2003 年底爆發狂牛症疫情後，相關貿易夥伴拒絕進口，使得出口量降低。另外，無論豬肉或白肉雞的出口量，新興國家的表現亦相對出色，因此影響整體動物保健產業。

就地區別來看，北美地區為最大動物保健市場，占全球 34%，2007 年市場規模高達 61 億美元，較前一年度成長 9% (表一)。全球第二大市場則為西歐地區占 32%，較 2006 年成長 17% 達 56.7 億美元；同時東歐地區的動物保健產品市場值亦較 2006 年增長 11%，到達 8.2 億美元。歐洲地區市場的強勁成長乃由於 2007 年中，歐洲北部陸續爆發藍舌病疫情，衝擊比利時、荷蘭、德國和法國等重要國家之畜牧業，對藥物與接種疫苗的需求大幅增加，提升全歐地區的動物保健產品銷售額。藍舌病是由藍舌病病毒所引起的動物疾病，以昆蟲為媒介傳染給反芻動物。由於藍舌病對動物國際貿易和人用動物源生物製品的病毒安全性具有非常重要的影響，國際組織和各國政府均將其列為動物疾病監測和防治的重點，世界動物衛生組織更規定其為 A 級傳染病。而在全球暖化的影響下，過去分布在歐洲南部的寄生蟲逐漸傳播至歐洲整體，故未來對於歐洲動物保健產品的需求將持續增長。

遠東地區在 2007 年的成長率為 7%，到達 27.4 億美元。其中，中國受惠於經濟快速成長，令境內

飼養動物族群量增加，而其畜牧業也轉向半密集或密集型的經營模式，擴大規模以提升經營效率與疾病防治之能力。雖然仍受禽流感的威脅及高飼料價格的影響，但是經營模式的改變、伴侶動物市場的興起、與官方政策與法治的進展等趨勢，依然使人對中國大陸動物及其產品產業之未來寄予正面的想像。

2007 年全球動物保健產品分別以寄生蟲藥物、生物製劑及其他藥物等藥品為主要產品，分別占整體市場 29%、23% 及 20%。寄生蟲藥物市場規模為 52 億美元，較 2006 年的 46.2 億美元成長 13%，是動物保健產品中成長率次高之產品；成長率最高之產品類別為生物製劑，銷售額為 41.8 億美元，較前一年度的 36.6 億美元大幅成長 14% (表二)。

有鑑於以疫苗等生物製劑進行防疫工作的花費要比撲殺動物來得少，因此各國政府都採取多種措施以扶持疫苗行業發展，如通過財政撥款建立專項疾病防治基金、針對特定疾病推行強制免疫計畫、對疫苗生產企業提供稅收優惠等措施，再加上歐洲北部爆發的藍舌病疫情，預料將加速廠商開發出其他重要的動物傳染疾病疫苗，進一步推升此類產品之營收。

動物保健產品的使用對象可分為經濟動物及寵物，經濟動物則主要包含牛、豬、家禽、及綿羊 (圖二)，2007 年市場分別為 47.5 億美元、29.2 億美元、

表一 2005-2007年全球各地區動物保健市場規模

單位：億美元

地區別	2005		2006		2007		06/05	07/06
	金額	%	金額	%	金額	%	成長率(%)	成長率(%)
北美	51.0	34	56.0	35	61.0	34	10	9
拉丁美洲	17.0	11	18.7	12	20.8	12	10	11
西歐	45.8	31	48.5	30	56.7	32	6	17
東歐	6.9	5	7.4	5	8.2	5	7	11
遠東	24.2	16	25.6	16	27.4	15	6	7
其他	4.4	3	4.6	3	5.0	3	5	10
總計	149.1	100	160.7	100	179.0	100	8	11

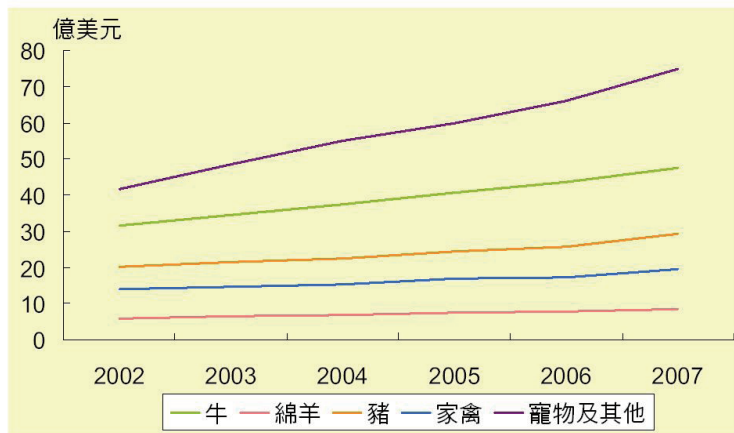
資料來源：Vetnosis; 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。

表二 2007年全球動物保健市場之產品類別及銷售額

單位：億美元

產品別	2006		2007		成長率 (%)
	金額	%	金額	%	
藥用飼料添加劑	19.95	12	21.0	12	5
生物製劑	36.6	23	41.8	23	14
抗感染藥物	25.4	16	27.8	16	9
寄生蟲藥物	46.2	29	52.0	29	13
其他藥物	32.5	20	36.6	20	12
總計	160.7	100	179.0	100	11

資料來源：Vetnosis; 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。



資料來源：Vetnosis; 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。

圖二 2002~2007年各類動物保健產品市場

19.4 億美元及 8.3 億美元。整體而言，寵物及其他動物用之產品的成長幅度最為耀眼，其市場從 2006 年的 66.1 億美元成長 13%，到達 2007 年的 74.7 億美元。

### 產業動態

大部分的動物保健產品是由人用醫藥保健集團旗下的動物保健事業單位所販售，而非獨立營運之公司，僅有少數公司專門從事動物用藥營運。據 Animal Pharm 估計，全球二十大動物保健公司之總銷售額約占全球四分之三的市場，前十大公司

合計拿下全球過半市場，足見其為一市場集中度高的產業(表三)。動物保健產業因已發展成熟，產業呈現大者恆大之情形，因此早在數年前，動物保健產業即開始盛行整併風，其母公司的合併或重組對動物保健產業的結構產生相當大的影響，例如 2003 年 Pfizer 併購 Pharmacia，使得 Pfizer 一舉成為全球最大的動物保健公司。

然而，Schering-Plough 於 2007 年 3 月宣布以 144 億美元購併 Intervet 的母公司 Organon BioSciences (OBS)，為動物保健產業投下一顆震撼彈。2007 年 10 月 Schering-Plough 順利從 Akzo Nobel 集團手中收購 OBS，順勢接收 OBS 麾下的知名動物保健公司 Intervet，搖身一變成為全球動物保健產業的主要領導廠商之一。2007 年 11 月 19 日 Schering-Plough 動物保健部門 (Schering-Plough Animal Health, SPAH) 與 Intervet 正式合併完成，並以 Intervet/ SPAH 作為市場上的共同品牌，連帶使得 SPAH 當年度營收大幅成長 37%，到達 12.5 億美元。

但由於此併購案乃於 2007 年底完成，故動物保健產品營收僅包括 Intervet 之第四季營收，無法完全反應 SPAH 的領先地位；據 Animal Pharm 估計，2007 年 Intervet/ SPAH 的共同品牌營收將超過 26 億美元，領先原市場規模第一名的 Pfizer 動物保健部門。若從 Schering-Plough 的 2007 年財務報告書進一步分析發現，SPAH 第四季營收高達 5 億美元，大幅成長 117%，其中 2.1 億美元便是吞下 Intervet 這顆大補丸所產生的結果。另外，Intervet 的牛用及伴侶動物用之動物保健產品銷售成績，再加上匯率因素，更使得 SPAH 表現優異。

但當初歐盟執行委員會 (European Commission)

表三 2007年全球主要動物保健公司之銷售額

單位：億美元

排名 07/06	公司	2005		2006		2007	
		銷售額	銷售額	成長率	銷售額	成長率	
1/1	Pfizer	22.1	23.1	5%	26.4	14%	
2/2	Merial	19.9	21.9	10%	24.5	12%	
3/4	DSM	13.1	13.7	5%	16.4	20%	
4/3	Intervet	13.6	14.1	4%	14.6 <sup>1</sup>	3%	
5/5	Bayer	10.7	11.4	7%	13.1	15%	
6/8	Schering-Plough	8.5	9.1	7%	12.5	37%	
7/6	Fort Dodge	8.8	9.3	6%	10.4	11%	
8/10	Novartis <sup>2</sup>	7.9	9.4	18%	10.1	8%	
9/9	Elanco	8.6	8.8	1%	9.9	14%	
-/7	BASF <sup>3</sup>	8.6	9.3	8%	8.1	-13%	

1. 此處僅為Schering-Plough未完成併購案之營收，依據Akzo Nobel 2007年前三季報推估。

2. Novartis自2005年起組織重組，未公佈動物保健營收，依據Animal Pharm資料推估。

3. BASF未公佈動物營養品之營收，依其所占精密化學部門比例估計。

資料來源：各公司年度財務報告書；台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。

擔心 Schering-Plough 購併 OBS，有違市場公平競爭之原則，遂以「Schering-Plough 完成與 OBS 的合併後，須出脫部份動物保健產品資產」為附帶條件，方同意此收購案。Schering-Plough 遂於 2008 年 7 月初，以 2,800 萬歐元將其於歐洲販售的內分泌、乳房炎及磺胺類藥物等產品經銷權出售給法國動物保健公司 Virbac，履行當初對歐盟執委會的承諾。雖然 SPAH 需出脫其部分動物保健產品之經銷權給 Virbac，但此協議並不影響 SPAH 在其他地區的銷售權利。另為順利接收 Organon，應南非競爭委員會 (South African Competition Commission) 的要求，SPAH 亦將其動物繁殖用產品 Prosolvin 出售給 Virbac。

此外歐盟執委會尚要求 Intervet/SPAH 需將其他產品出售給 Pfizer 動物保健，包括驅蟲藥、狂犬病疫苗、豬大腸桿菌症 (swine *Escherichia coli*) 疫苗、反芻動物梭狀芽孢桿菌 (*Clostridia*) 疫苗、馬流感疫苗、反芻動物新生兒疫苗、抗感染藥物、寵物胰島素及安樂死 (euthanasia) 產品，Schering-Plough 預計在 2008 年獲得必要的規範核准後，完成這起商品移轉案。

由上可發現，雖然動物保健廠商可透過併購方式，快速取得相關產品及技術，促使公司成長茁壯，但如反托拉斯法等法令限制則反映出廠商採取購併手段所面臨之風險。無論如何，預料未來動物保健產業將持續隨著人用醫療集團公司的脈動而產生大洗牌。

## 未來展望

動物保健產品因全球化的趨勢而快速提升營業額，透過併購、技術引進或策略合作等手段，各醫藥公司正策略性地將創新能力投注在動物產品事業，滿足市場所需。且由於動物保健領域的競爭對手較少，在面對學名藥威脅中，製藥公司因具有多項專利藥物劑型或釋控技術與產品組合，所以在犬隻驅蟲藥及牛抗生素領域仍具有競爭優勢，所受影響較低。另外，不同於人用藥品的法規限制，動物藥品製造商面對相對低的法令規範，也加速新產品上市的腳步，促使近年來家畜及寵物藥品銷售逐年持續成長，遠勝人用藥品成長率。

除此之外，美國寵物用品製造商協會 (American Pet Products Manufacturers Association)

估計 2007 年美國約花費 99 億美元於治療寵物藥品，相較於前五年增加約 52%。Schering-Plough 執行長 Fred Hassan 指出，未來人們將會為每隻動物付出約 500 美元去施行疫苗或檢驗，顯示寵物保健事業亦蓬勃地發展。據統計指出，美國 14% 的狗兒在主人離家時，會出現如「分離焦慮」的心理問題，隸屬於 Eli Lilly 的動物保健公司 Elanco 便因此成立伴侶動物部門，並在 2007 年 4 月推出犬抗分離焦慮症藥品 Reconcile™；Pizer 則推出輔助肥胖狗的減重藥物 Slentrol®，儘管肥胖相關藥物，每天一次之單一劑量約 2 美元，價格昂貴，但製藥公司發現許多飼主，為了寵物健康，仍願意支付這些費用，讓寵物獲得更高的生活品質。

於是各藥廠看準這寵物醫療需求量不斷上升且利潤豐厚之商機，甚至預期「寵物用藥」將是未來獲利最為豐厚的市場，紛紛推出多種可治療憂鬱、焦慮、行為偏差甚至肥胖等寵物用藥，其中有些藥物成分幾乎跟人類用藥完全相同。如 Elanco 推出的犬用抗分離焦慮藥 Reconcile™，除了濃濃牛肉味，其效用與百憂解完全相同，而這類寵物用藥「擬人化」之現象，也引來部分動物保育人士的反彈，認為此舉將影響動物福利。但由於部分寵物常見疾病與人類類似，特別是在骨骼與肌肉、心血管疾病、癌症等，使得廠商在開發新型寵物用藥時，可依據其手邊既有的人用藥物產品，配合寵物疾病延伸應用之，進一步拉抬寵物保健產品之市場。

有時動物保健領域的重大突破，甚至可提供人用藥品研發者一些啟發。如 2007 年三月美國農業

部有條件核准 Merial 公司的犬黑色素瘤疫苗。該公司已計畫在未來一年收集犬隻施打疫苗的後臨床試驗數據資料，希藉此證明該疫苗除了對於目前有限的獸醫腫瘤專科市場之重大意義外，同時也將有利於人用癌症疫苗的創新研發。

2007 年 1 月號的「科學人」即指出，家犬的癌症研究，除可增進犬隻照護外，還能幫助治療人類的癌症。家犬與人類是「唯二」會自然發生致命攝護腺癌的物種，而家犬所會罹患的乳癌類型，特別喜好轉移到骨骼中，就和人類女性身上發生的情形一樣。而且，家犬最常見的骨癌是骨肉瘤 (osteosarcoma)，青少年也容易罹患這種骨癌。許多犬的腫瘤外觀與疾病模式都很像人類的癌症，如癌細胞會擴散到同樣的器官。針對這些癌症所做的研究，可以協助研究人員更加瞭解人類的癌症。同時，針對這些動物所進行的實驗療法，可以指出哪種療法最值得在狗與人身上進一步試驗，也能得知藥物傳遞的最佳劑量與方法，科學家相信這類研究應該可以改善人與寵物犬的癌症預防與治療。

因此，未來動物保健產業的發展趨勢，除繼續隨著全球肉品需求提高而持續成長外，各大藥廠所推出之伴侶動物保健產品，也將在未來逐步推升整體產業的發展。此外動物保健產業之市場特性也趨向與人用醫藥品類似，廣泛地利用生物技術發展出特殊且具利基市場之產品，將會是未來開發趨勢。

AgBIO

陳政忻 台灣經濟研究院 生物科技產業研究中心 專案經理

#### 參考文獻

1. Animal Pharm News. From <http://www.animalpharmnews.com/magnoliaPublic/ap/index.html>
2. Vetnosis Website. From <http://www.vetnosis.com/>
3. David J. Water and Kathleen Wildasin, 黃榮祺譯 (2007) 與狗同行抗癌症。科學人月刊 2007 年 1 月號。
4. 全球動物生技產業趨勢分析-代表性個案研究 (2008) 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心。
5. 全球動物生技產業發展專題報告 (2008) 台灣經濟研究院生物科技產業研究中心。