

# 2015-2020年中国药品制剂 市场需求分析与竞争战略研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国药品制剂市场需求分析与竞争战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/xiyao1502/4932710D37.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2016-02-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

《2015-2020年中国药品制剂市场需求分析与竞争战略研究报告》共十章是博思数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。药品制剂行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市場监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了药品制剂行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国药品制剂做了重点企业经营状况分析，并分析了中国药品制剂行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

药品制剂就是将药物通过特定的工艺制成规定的剂型，从而得到临床所需的药品。药物只有经过制剂达到法定的药品标准，才能按照规定用法、用量使用。近年来，国际医药市场重心向仿制药转移，及我国化学制剂行业产能快速增长成为化学制剂出口的重要推力，制剂产品出口有所升温。目前国内已经有多家制药企业的制剂生产线通过了美国和欧盟的GMP认证，具备向这些高端市场输出制剂产品的资格，显示出良好的趋势预测。

从药品种类来看，抗感染药物是我国用量最大的药物，符合我国作为发展中国家的国情，与我国目前的卫生环境、人民身体素质、健康意识、消费水平相一致。发达国家和发展中国家的疾病谱系明显不同，抗感染药在发达国家的增速已经显著放缓，但在发展中国家依然是临床中使用量最大的药物类别，并保持高速增长。2011年&mdash;2014年，我国全身用抗感染药物医院销售金额平均增长率达到25%。在未来较长的时期内，抗感染药物还将是我国最主要的药品制剂；并且在医疗保险改革实施后，随着基本药物的进一步推广，抗感染药物的市场容量仍将持续增长。

报告目录：

## 第一章 2014-2015年中国药品制剂行业发展概述1

### 第一节 药品制剂行业概述1

#### 一、药品制剂的定义1

二、药品制剂的特点	1
第二节药品制剂上下游产业链分析	2
一、产业链模型介绍	2
二、药品制剂行业产业链分析	4
第三节 药品制剂行业生命周期分析	5
一、行业生命周期概述	5
二、药品制剂行业所属的生命周期	6
第四节 行业经济指标分析	8
一、赢利性	8
二、附加值的提升空间	8
三、进入壁垒 退出机制	9
四、行业周期	10
第二章 2014-2015年世界药品制剂市场运行形势分析	11
第一节2014年全球药品制剂行业发展回顾	11
第二节 亚洲地区主要市场概况	11
第三节 欧盟主要国家市场概况	11
第四节 北美地区主要市场概况	12
第五节 2015-2020年世界药品制剂发展走势预测	12
第三章 2014年中国药品制剂产业发展环境分析	14
第一节 2014年中国宏观经济环境分析	14
一、GDP历史变动轨迹分析	14
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	23
三、2015年中国经济发展预测分析	24
第二节 药品制剂行业主管部门、行业监管体	26
第三节 中国药品制剂行业政策环境分析	27
第四节 2014年中国药品制剂产业社会环境发展分析	28
一、人口环境分析	28
二、教育环境分析	29
三、文化环境分析	29
四、生态环境分析	31
五、消费观念分析	33
第四章 2014年中国药品制剂产业运行情况	36

## 第一节 中国药品制剂行业发展状况36

### 一、药品制剂行业市场供给情况36

### 二、药品制剂行业市场需求情况37

### 三、药品制剂行业市场容量37

## 第二节 中国药品制剂行业价格走势分析38

### 一、药品制剂行业价格影响因素分析38

### 二、2012-2014年药品制剂行业价格走势回顾38

### 三、2015-2020年药品制剂行业价格走势预测39

## 第三节 中国药品制剂行业技术发展分析40

## 第四节 药品制剂行业投资预测预测40

## 第五章 2014-2015年中国药品制剂市场发展分析42

### 第一节 中国药品制剂行业竞争现状42

### 第二节 中国药品制剂行业集中度分析42

#### 一、市场集中度42

#### 二、企业集中度42

#### 三、区域集中度43

### 第三节 药品制剂行业品牌现状分析43

### 第四节 中国药品制剂行业存在的问题43

### 第五节 中国药品制剂行业国际竞争力分析44

#### 一、生产要素44

#### 二、需求条件45

#### 三、支援与相关产业46

#### 四、企业战略、结构与竞争状态46

#### 五、政府的作用47

## 第六章 2014-2015年中国药品制剂行业竞争情况48

### 第二节 行业竞争结构分析48

#### 一、现有企业间竞争48

#### 二、潜在进入者分析48

#### 三、替代品威胁分析48

#### 四、供应商议价能力48

#### 五、客户议价能力49

### 第三节 药品制剂行业SWOT分析49

一、优势49

二、劣势50

三、机会50

四、威胁51

第四节 中国药品制剂产品竞争力优势分析52

一、整体产品竞争力评价52

二、竞争力评价结果分析52

三、竞争优势评价及构建建议52

第七章 药品制剂行业重点生产企业分析53

第一节 上海复星医药(集团)股份有限公司53

一、企业概况53

二、企业主要经济指标分析54

三、企业盈利能力分析54

四、企业偿债能力分析55

五、企业运营能力分析56

六、企业成长能力分析57

第二节 西陇化工股份有限公司57

一、企业概况57

二、企业主要经济指标分析58

三、企业盈利能力分析59

四、企业偿债能力分析60

五、企业运营能力分析61

六、企业成长能力分析61

第三节 天津红日药业股份有限公司62

一、企业概况62

二、企业主要经济指标分析63

三、企业盈利能力分析64

四、企业偿债能力分析65

五、企业运营能力分析66

六、企业成长能力分析66

第四节 江苏恒瑞医药股份有限公司67

一、企业概况67

二、企业主要经济指标分析68

三、企业盈利能力分析69

四、企业偿债能力分析70

五、企业运营能力分析71

六、企业成长能力分析71

第五节 上海现代制药股份有限公司72

一、企业概况72

二、企业主要经济指标分析73

三、企业盈利能力分析74

四、企业偿债能力分析75

五、企业运营能力分析76

六、企业成长能力分析76

第八章 2015-2020年药品制剂行业发展预测78

第一节 2015-2020年中国药品制剂行业投资前景调研预测分析78

一、2015-2020年中国药品制剂市场发展环境分析78

二、2015-2020年中国药品制剂行业市场规模预测79

三、2015-2020年中国药品制剂行业市场发展趋势分析79

第二节 2015-2020年中国药品制剂行业市场供需预测80

一、2015-2020年中国药品制剂行业供给预测80

二、2015-2020年中国药品制剂行业现状分析81

第三节 2015-2020年中国药品制剂行业盈利走势预测81

第九章 2015-2020年中国药品制剂行业投资前景与营销分析82

第一节 2015-2020年药品制剂行业进入壁垒分析82

第二节 2015-2020年中国药品制剂行业投资环境分析82

第三节 中国药品制剂行业投资前景82

一、政策风险82

二、技术风险83

三、竞争风险83

四、原材料风险83

五、其他风险84

第四节 中国药品制剂行业营销分析84

一、渠道构成84

二、销售贡献比率84

三、覆盖率84

四、销售渠道效果85

五、价值流程结构85

第十章 2015-2020年中国药品制剂行业投资策略及投资建议86

第一节 药品制剂行业市场的重点客户战略实施86

一、实施重点客户战略的必要性86

二、合理确立重点客户86

三、对重点客户的营销策略87

四、强化重点客户的管理87

五、实施重点客户战略要重点解决的问题88

第三节 投资建议89

一、重点投资区域建议89

二、重点投资产品建议89

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1502/4932710D37.html>