

2015-2022年中国恩替卡韦 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国恩替卡韦市场分析与投资前景研究报告》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/xiyao1508/W45043PEAE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-31

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国恩替卡韦市场分析与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了恩替卡韦行业相关概述、中国恩替卡韦产业运行环境、分析了中国恩替卡韦行业的现状、中国恩替卡韦行业竞争格局、对中国恩替卡韦行业做了重点企业经营状况分析及中国恩替卡韦产业发展前景与投资预测。您若想对恩替卡韦产业有个系统的了解或者想投资恩替卡韦行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

别名恩替卡韦水合物、恩替卡韦一水合物，最新抗乙肝病毒的一线药物。恩替卡韦是环戊酰鸟苷类似物。II/III期临床研究表明，成人每日口服0.5 mg 能有效抑制HBV-DNA 复制；III期临床研究表明，对发生YMDD 变异者将剂量提高至每日1mg 能抑制HBV DNA 复制。对初治患者治疗1年时的耐药发生率为0，但对已发生YMDD 变异患者治疗1年时的耐药发生率为5.8%。我国SFDA 也已批准用于治疗慢性乙型肝炎患者。

作用机制

该品为鸟嘌呤核苷类似物，对乙肝病毒（HBV）多聚酶具有抑制作用。它能够通过磷酸化成为具有活性的三磷酸盐，三磷酸盐在细胞内的半衰期为15小时。通过与HBV多聚酶的天然底物三磷酸脱氧鸟嘌呤核苷竞争，恩替卡韦三磷酸盐能抑制病毒多聚酶（逆转录酶）的所有三种活性：HBV多聚酶的启动；前基因组mRNA逆转录负链的形成；HBV DNA正链的合成。恩替卡韦三磷酸盐对HBV DNA多聚酶的抑制常数（ K_i ）为 $0.0012 \mu\text{M}$ 。恩替卡韦三磷酸盐对细胞的 α 、 β 、 δ DNA多聚酶和线粒体 γ DNA多聚酶抑制作用较弱， K_i 值为18 至于 $160 \mu\text{M}$ 。

抗病毒活性

在传染了野生型乙肝病毒的人类HepG2细胞中，恩替卡韦抑50%病毒DNA合成所需浓度（ EC_{50} ）为 $0.004 \mu\text{M}$ 。恩替卡韦对拉米夫定耐药病毒株（rtL180M,rtM204V）的 EC_{50} 的中位值是 $0.26 \mu\text{M}$ （范围0.01至 $0.059 \mu\text{M}$ ），而恩替卡韦对在细胞培养液中生长的1型人类免疫缺陷（HIV）无临床相关活性（ $EC_{50} > 10 \mu\text{M}$ ）。

每天或每周一次使用该品能降低北美土拨鼠的长期研究表明，每周口服0.5mg/kg恩替卡韦（相当于人体1.0mg的剂量）能将其中的3只土拨鼠的病毒DNA保持在不可测水平（病毒DNA水平 < 200 拷贝/ml，PCR法）长达3年之久。在任何使用该药治疗长达3年的动物中，未发现HBV多聚酶发生耐药相关性的变化。

药代动力学

吸收：健康人群口服用药后，该品被迅速吸收，0.5到1.5小时达到峰浓度（ C_{max} ）。每天给

药一次，6~10天后可达稳态，累积量约为两倍。

食物对口服吸收的影响：进食标准高脂餐或低脂餐的同时口服0.5mg该品会导致药物吸收的轻微延迟（从原来的0.75小时变为1.0~1.5小时），C_{max}降低44~46%，药时曲线下面积（AUC）降低18~20%。因此，该品应空腹服用（餐前或餐后至少2小时）。

药代动力学资料表明，其表观分布容积超过全身液体量，这说明该品分布于各组织。

体外实验表明该品与人血浆蛋白结合率为13%。

代谢和清除：在给人和大鼠服用¹⁴C标记的恩替卡韦后，未观察到该品的氧化或乙酰化代谢物，但观察到少量 期代谢产物葡萄糖醛酸甙结合物和硫酸结合物。恩替卡韦不是细胞色素P450（CYP450）酶系统的底物、抑制剂或诱导剂。

在达到血浆峰浓度后，血药浓度以双指数方式下降，达到终末清除半衰期约需128~149小时。药物累积指数约为每天一次给药剂量的2倍，这表明其累积半衰期约为24小时。

该品主要以原形通过肾脏清除，清除率为给药量的62~73%。肾清除率

为360~471mL/min，且不依赖于给药剂量，这表明恩替卡韦同时通过肾小球滤过和网状小管分泌。

报告目录：

第一章 恩替卡韦行业发展概述 13

第一节 恩替卡韦行业定义 13

一、抗乙肝病毒药物 13

二、恩替卡韦简介 15

三、恩替卡韦应用 18

第二节 恩替卡韦行业发展概况 27

一、全球恩替卡韦行业发展简述 27

二、国内恩替卡韦行业现状阐述 29

第三节 恩替卡韦行业产品特点分析 31

一、产品特性 31

二、产品优势 31

三、社会效益 34

第四节 恩替卡韦行业产品发展所处的阶段 34

一、产品生命周期模型 34

二、行业生命周期判定 35

第五节 恩替卡韦行业产业链分析 37

- 一、 行业产业链模型介绍 37
- 二、 产业价值链的构成 38

第二章 2012-2014年恩替卡韦行业环境分析 39

第一节 中国恩替卡韦行业经济发展环境分析 39

- 一、 中国GDP分析 39
- 二、 消费价格指数分析 41
- 三、 城乡居民收入分析 44
- 四、 社会消费品零售总额 46
- 五、 全社会固定资产投资分析 48
- 六、 进出口总额及增长率分析 50

第二节 中国恩替卡韦行业政策环境分析 51

- 一、 行业监管部门 51
- 二、 产业政策分析 53
- 三、 政策影响分析 55

第三节 中国恩替卡韦行业技术环境分析 56

- 一、 中国恩替卡韦行业技术专利情况 56
- 二、 中国恩替卡韦行业技术发展概况 58
- 三、 中国恩替卡韦产品工艺特点或流程 58

第四节 中国恩替卡韦行业社会环境分析 65

- 一、 工业发展水平 65
- 二、 人口环境分析 69
- 三、 科技投入状况 70

第三章 中国恩替卡韦行业区域市场营销策略分析 72

第一节 中国恩替卡韦营销策略分析 72

- 一、 市场发展分析 72
- 二、 营销环境分析 72
- 三、 市场定位分析 73
- 四、 目标市场分析 73
- 五、 营销方案分析 74

第二节 华北地区 75

一、 营销环境分析	75
二、 乙肝发病率分析	76
第三节 华东地区	78
一、 营销环境分析	78
二、 乙肝发病率分析	79
第四节 华南地区	81
一、 营销环境分析	81
二、 乙肝发病率分析	82
第五节 华中地区	83
一、 营销环境分析	83
二、 乙肝发病率分析	84
第六节 东北地区	85
一、 营销环境分析	85
二、 乙肝发病率分析	86
第七节 西部地区	87
一、 营销环境分析	87
二、 乙肝发病率分析	88

第四章 中国恩替卡韦上游行业发展状况与影响 91

第一节 医药原料药市场现状 91

- 一、 行业发展概况 91
- 二、 对恩替卡韦行业发展的影响 92

第二节 甲烷氯化物市场现状 93

- 一、 行业发展概况 93
- 二、 行业生产能力分析 94
- 三、 行业消费构成分析 95
- 四、 对恩替卡韦行业发展的影响 98

第五章 中国恩替卡韦下游行业发展状况与应用 100

第一节 下游行业应用现状 100

- 一、 乙肝疾病整体情况 100
- 二、 乙肝用药市场情况 101

第二节 下游行业发展趋势 102

第六章 中国恩替卡韦行业重点企业产品营销状况对比分析 104

第一节 正大天晴药业集团股份有限公司 104

- 一、企业基本介绍 104
- 二、产品结构分析 105
- 三、产品价格分析 105
- 四、市场营销区域分析 106
- 五、技术研发分析 106
- 六、经营情况分析 108
- 七、竞争优势分析 109
- 八、未来营销策略发展趋势 109

第二节 西藏海思科药业集团股份有限公司 110

- 一、企业基本介绍 110
- 二、产品结构分析 110
- 三、生产能力分析 112
- 四、市场营销区域分析 114
- 五、技术研发分析 115
- 六、经营情况分析 117
- 七、未来营销策略发展趋势 120

第三节 山东鲁抗医药股份有限公司 121

- 一、企业基本介绍 121
- 二、产品结构分析 122
- 三、市场营销区域分析 123
- 四、技术研发分析 123
- 五、竞争优势分析 124
- 六、经营情况分析 124
- 七、未来营销策略发展趋势 127

第四节 福建广生堂药业股份有限公司 128

- 一、企业基本介绍 128
- 二、产品结构分析 128
- 三、竞争优势分析 131

四、经营情况分析 134

五、销售模式分析 134

六、市场营销区域分析 136

七、主要客户分析 136

八、未来营销策略发展趋势 137

第五节 海南中和药业有限公司 138

一、企业基本介绍 138

二、产品结构分析 138

三、销售渠道分析 139

四、市场营销区域分析 139

第六节 中美上海施贵宝制药有限公司 140

一、企业基本介绍 140

二、产品结构分析 141

三、技术研发分析 141

第七章 中国恩替卡韦市场竞争力评价 144

第一节 恩替卡韦市场竞争结构分析 144

四、现有企业竞争分析 145

五、潜在进入者分析 145

六、替代品的威胁 146

七、供应方讨价还价能力 146

八、买方的讨价还价能力 147

第二节 恩替卡韦市场竞争分析 147

一、市场竞争现状 147

二、市场竞争格局 148

三、产品竞争优势 150

第三节 中国恩替卡韦市场竞争力评价 155

一、品牌竞争力评价指标体系 155

二、品牌竞争力评价 159

第四节 中国恩替卡韦市场品牌竞争力提升策略 161

一、中国恩替卡韦品牌定位研究分析 161

二、中国恩替卡韦企业品牌管理模式 162

三、中国恩替卡韦企业品牌推广经验 165

四、中国恩替卡韦企业品牌提升策略研究 167

第八章 2015-2022年中国恩替卡韦行业未来发展趋势 168

第一节 中国恩替卡韦行业外部环境走势及影响 168

一、全球经济发展趋势 168

二、中国经济发展态势 172

三、中国经济发展趋势 173

第二节 中国恩替卡韦行业上下游产业变化及影响 175

一、上游行业未来变化及其影响 175

二、下游行业未来变化及其影响 175

第三节 中国恩替卡韦行业发展趋势分析 176

一、产品及技术趋势 176

二、行业发展趋势 177

三、竞争格局趋势 177

四、进出口趋势 178

第九章 2015-2022年中国恩替卡韦企业发展策略建议 179

第一节 市场竞争及营销策略建议 179

一、快速撇脂策略 179

二、缓慢撇脂策略 179

三、迅速渗透策略 179

四、缓慢渗透策略 180

第二节 行业应对策略建议 180

一、市场竞争策略 180

二、市场发展策略 180

三、市场渠道策略 180

第三节 产品及技术策略建议 181

一、技术成果有效转化 181

二、打造技术研发队伍 181

第四节 市场价格策略建议 182

一、影响药品定价因素 183

二、药品的定价策略 185

第十章 博思数据关于中国恩替卡韦市场品牌消费前景及发展预测 187

第一节 2015-2022年中国恩替卡韦行业发展前景展望 187

一、中国恩替卡韦市场发展前景 187

二、中国恩替卡韦市场消费规模及增长 188

第二节 中国恩替卡韦行业市场盈利空间预测 189

第十一章 2015-2022年中国恩替卡韦行业投资战略指导 191

第一节 2015-2022年中国恩替卡韦投资环境分析 191

一、有利因素 191

二、不利因素 192

第二节 2015-2022年中国恩替卡韦投资风险预警 192

一、政策风险 192

二、市场风险 193

三、竞争风险 193

四、技术风险 193

五、进退风险 193

第三节 2015-2022年中国恩替卡韦投资机会剖析 194

一、投资商机 194

二、投资潜力 195

三、投资建议 197

图表目录:

图表 1 抗乙肝病毒药物 13

图表 2 恩替卡韦的特性 16

图表 3 恩替卡韦分子式结构 16

图表 4 肾功能不全患者ETV用药间隔调整的推荐方案 19

图表 5 百时美施贵宝公司恩替卡韦销售额 28

图表 6 2013年医院终端全身用抗感染药销售额Top10品种份额 30

图表 7 2012-2014年我国恩替卡韦销售额变化情况 31

图表 8 恩替卡韦与其他核苷(酸)类似物治疗中国慢乙肝患者的疗效对比 33

图表 9	生命周期示意图	36
图表 10	行业生命周期主要特征列表	36
图表 11	恩替卡韦行业产业链模型	38
图表 12	2014年1-4季度GDP初步核算数据	39
图表 13	GDP环比和同比增长速度	40
图表 14	2015年1-2季度GDP初步核算数据	40
图表 15	GDP环比和同比增长速度	41
图表 16	2014年居民消费价格比上年涨跌幅度	42
图表 17	2010-2014年全国一般公共财政收入	42
图表 18	2014-2015年6月年居民消费价格涨幅(月度同比)	43
图表 19	2014-2015年6月年居民消费价格涨幅对比	44
图表 20	2014年全国居民人均可支配收入指标	45
图表 21	2014年社会消费品零售总额名义增速(月度同比)	46
图表 22	2014-2015年6月社会消费品零售总额名义增速	47
图表 23	2014年6月-2015年6月社会消费品零售总额月度同比增长速度	48
图表 24	2014年固定资产投资(不含农户)名义增速(累计同比)	49
图表 25	2014-2015年6月固定资产投资名义增速(累计同比)	50
图表 26	2014年12月份及全年主要统计数据	51
图表 27	2015年6月份及上半年主要统计数据	51
图表 28	恩替卡韦行业相关法规政策汇总	53
图表 29	2005-2015年1月恩替卡韦行业专利申请量	56
图表 30	2005-2015年6月阀门电动装置专利公开量	57
图表 31	我国阀门专利申请结构	57
图表 32	欧洲恩替卡韦合成路线	59
图表 33	恩替卡韦合成路线优化	60
图表 34	韩美药品公司恩替卡韦合成路线	61
图表 35	施贵宝优化工艺合成路线	61
图表 36	中国新恩替卡韦的可行性工艺路线	62
图表 37	我国药企研发的恩替卡韦合成路线1	63
图表 38	我国药企研发的恩替卡韦合成路线2	64
图表 39	2014年全国规模以上工业增加值同比增速(月度同比)	66
图表 40	2014年规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速(月度同比)	66

图表 41	2014-2015年6月规模以上工业增加值同比增长速度	68
图表 42	2014-2015年5月个月累计主营业务收入与利润总额同比增速	69
图表 43	2006-2014年我国总人口和自然增长率	70
图表 44	2013年我国财政科学技术支出情况	71
图表 45	2010-2014年中国居民消费价格指数及医疗保健类居民消费价格指数走势图	73
图表 46	2010-2014年华北地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	75
图表 47	2010-2014年华北地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	76
图表 48	2010-2014年华东地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	78
图表 49	2010-2014年华东地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	79
图表 50	2010-2014年华南地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	81
图表 51	2010-2014年华南地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	82
图表 52	2010-2014年华中地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	83
图表 53	2010-2014年华中地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	84
图表 54	2010-2014年东北地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	85
图表 55	2010-2014年东北地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	86
图表 56	2010-2014年西部地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)	87
图表 57	2010-2014年西部地区医疗保健和个人用品类居民消费价格指数(上年=100)走势图	88
图表 58	2011-2015年3月化学原料药行业市场规模及增长情况	91
图表 59	2011-2015年3月化学原料药行业产量及增长情况	92
图表 60	甲烷氯化物生产企业产能与产业链配套一览表	95
图表 61	甲烷氯化物产业链图	96
图表 62	二氯甲烷消费结构图	97
图表 63	三氯甲烷消费结构图	98
图表 64	2010-2012年病毒性肝炎发病和死亡情况	100
图表 65	2013年甲乙类传染病报告发病和死亡情况	101
图表 66	2010-2014年抗病毒类乙肝用药前三品种市场地位	102
图表 67	正大天晴药业集团股份有限公司恩替卡韦分散片市场价格	105
图表 68	正大天晴药业集团股份有限公司营销网络图	106
图表 69	2014年西藏海思科药业集团股份有限公司分产品经营情况	111
图表 70	2014年西藏海思科药业集团股份有限公司产品产销存情况	113
图表 71	西藏海思科药业集团股份有限公司生产产品一览表	114
图表 72	2014年西藏海思科药业集团股份有限公司分地区经营情况	114

图表 73	2012-2015年03月末西藏海思科药业集团股份有限公司资产负债情况表	118
图表 74	2012-2015年03月西藏海思科药业集团股份有限公司利润情况表	119
图表 75	2014年山东鲁抗医药股份有限公司分产品经营情况	122
图表 76	2014年山东鲁抗医药股份有限公司分地区经营情况	123
图表 77	2012-2015年03月末山东鲁抗医药股份有限公司资产负债情况表	125
图表 78	2012-2015年03月山东鲁抗医药股份有限公司利润情况表	126
图表 79	福建广生堂药业股份有限公司产品结构	130
图表 80	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司分产品经营情况	130
图表 81	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司分产品产销情况	131
图表 82	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司资产负债情况表	134
图表 83	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司利润情况表	134
图表 84	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司销售模式情况	135
图表 85	2011-2013年福建广生堂药业股份有限公司经销商和配送商数量	135
图表 86	2013年福建广生堂药业股份有限公司分地区经营情况	136
图表 87	2013年福建广生堂药业股份有限公司前10名客户销售情况	137
图表 88	海南中和药业有限公司产品结构	138
图表 89	海南中和药业有限公司网络营销图	140
图表 90	中美上海施贵宝制药有限公司上市产品	141
图表 91	决定产业盈利能力的五种竞争作用力	144
图表 92	恩替卡韦生产企	145
图表 93	2013年恩替卡韦竞争格局	149
图表 94	2014年恩替卡韦竞争格局	149
图表 95	品牌竞争力评价指标体系表	156
图表 96	品牌竞争力解释性指标体系表	157
图表 97	品牌竞争力基础工作指标体系表	158
图表 98	品牌竞争力指标体系表	158
图表 99	恩替卡韦品牌竞争力	160
图表 100	直销、经销模式之间的区别	164
图表 101	我国肝病用药市场前景预测	187
图表 102	2007-2014年国内16城市样本医院恩替卡韦市场增长率	189
图表 103	2011-2013年抗病毒类乙肝用药市场规模	194
图表 104	2014年度病毒性肝炎发病和死亡的情况	196

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1508/W45043PEAE.html>