

2022-2028年中国新药市场 深度分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国新药市场深度分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202203/275484.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

新药（New Drugs）是指化学结构、药品组分和药理作用不同于现有药品的药物。根据《药品管理法》以及2007年10月1日开始执行的新《药品注册管理办法》，新药系指未曾在中国境内上市销售的药品。对已上市药品改变剂型、改变给药途径、增加新适应症的药品，不属于新药，但药品注册按照新药申请的程序申报。2015年对新药的概念进行了更改，新药系指未曾在中国境内外上市销售的药品。

随着经济发展、人口老龄化加剧以及卫生健康意识增强等多因素影响，全球药物研发投入也逐渐升温预计2024年全球研发投入达到2040亿美元。2010-2024年全球药物研发费用（十亿美元）

受益于全球研发支出稳步增长、外包渗透率提升和CRO/CDMO行业自身技术模式升级，行业整体保持高景气度。龙头公司在人员和产能上均处于扩充周期。产能持续释放叠加需求周期共振，推动CRO/CDMO行业进入黄金发展期。弗若斯特沙利文预测，中国CRO市场规模2023年可达214亿美元，2018-2023年复合增长率29.6%；中国CDMO/CMO市场规模2023年可达85亿美元，2018-2023年复合增长率28.9%；全球外包服务渗透率持续提升，研发外包服务市场规模占医药研发支出的比例由2014年的32.6%增至2018年的37.2%，2023年预期将增至48.0%。国内CRO/CDMO龙头企业将受益于旺盛需求，商业模式升级以及长期来看，有望打造以自身平台为中心的创融生态圈。

研发成本与回报率背离，制药企业倾向外包药品开发。新药上市研发成本已由2010年11.88亿美元增加到2018年的21.8亿美元，而同时回报率却在持续走低，由2010年的10.1%下滑至2018年的1.9%，降幅超8成，迫使跨国制药公司进行战略调整，聚焦前期研发等具有优势环节，将药品开发等环节外包。中企顾问网发布的《2022-2028年中国新药市场深度分析与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了中国新药行业市场发展环境、新药整体运行态势等，接着分析了中国新药行业市场运行的现状，然后介绍了新药市场竞争格局。随后，报告对新药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国新药行业发展趋势与投资预测。您若想对新药产业有个系统的了解或者想投资中国新药行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。

报告目录：

第一章 新药行业发展综述

1.1 新药行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 新药行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 新药行业在国民经济中的地位

1.2.3 新药行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 新药行业生命周期

1.3 最近3-5年中国新药行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 新药行业运行环境分析

2.1 新药行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 新药行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 新药行业社会环境分析

2.3.1 新药产业社会环境

- 2.3.2 社会环境对行业的影响
- 2.3.3 新药产业发展对社会发展的影响
- 2.4 新药行业技术环境分析
 - 2.4.1 新药技术分析
 - 2.4.2 新药技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国新药所属行业运行分析

- 3.1 我国新药行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国新药行业发展阶段
 - 3.1.2 我国新药行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国新药行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年新药行业发展现状

在各因素驱动下，全球CDMO市场持续增长，预计全球CDMO市场规模将从2019年的730亿美金提升到2021年的920亿美金，复合增速达到12.3%。2013-2021年全球CDMO市场规模（十亿美元）

- 3.2.1 2015-2019年我国新药行业市场规模
- 3.2.2 2015-2019年我国新药行业发展分析
- 3.2.3 2015-2019年中国新药企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 新药细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 新药产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年新药价格走势
 - 3.5.2 影响新药价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年新药产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要新药企业价位及价格策略

第四章 我国新药所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国新药所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国新药所属行业产销情况分析

4.2.1 我国新药所属行业工业总产值

4.2.2 我国新药所属行业工业销售产值

4.2.3 我国新药所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国新药所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国新药所属行业供需形势分析

5.1 新药行业供给分析

5.1.1 2015-2019年新药行业供给分析

5.1.2 2022-2028年新药行业供给变化趋势

5.1.3 新药行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国新药行业需求情况

5.2.1 新药行业需求市场

5.2.2 新药行业客户结构

5.2.3 新药行业需求的地区差异

5.3 新药市场应用及需求预测

5.3.1 新药应用市场总体需求分析

(1) 新药应用市场需求特征

(2) 新药应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年新药行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年新药行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年新药行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业新药产品/服务需求分析预测

第六章 新药行业产业结构分析

6.1 新药产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链条的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国新药行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国新药行业产业链分析

7.1 新药行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 新药上游行业分析

7.2.1 新药产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对新药行业的影响

7.3 新药下游行业分析

7.3.1 新药下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对新药行业的影响

第八章 我国新药行业渠道分析及策略

8.1 新药行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对新药行业的影响

8.1.3 主要新药企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 新药行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 新药行业营销策略分析

8.3.1 中国新药营销概况

8.3.2 新药营销策略探讨

8.3.3 新药营销发展趋势

第九章 我国新药行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 新药行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 新药行业企业间竞争格局分析

9.1.3 新药行业集中度分析

9.1.4 新药行业SWOT分析

9.2 中国新药行业竞争格局综述

9.2.1 新药行业竞争概况

- (1) 中国新药行业竞争格局
- (2) 新药行业未来竞争格局和特点
- (3) 新药市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国新药行业竞争力分析

- (1) 我国新药行业竞争力剖析
- (2) 我国新药企业市场竞争的优势
- (3) 国内新药企业竞争能力提升途径

9.2.3 新药市场竞争策略分析

第十章 新药行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 E公司
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 F公司
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业优势分析
- 10.6.3 产品/服务特色
- 10.6.4 公司经营状况
- 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年新药行业投资前景

- 11.1 2022-2028年新药市场前景
 - 11.1.1 2022-2028年新药市场发展潜力
 - 11.1.2 2022-2028年新药市场前景展望
 - 11.1.3 2022-2028年新药细分行业发展前景分析
- 11.2 2022-2028年新药市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2022-2028年新药行业发展趋势
 - 11.2.2 2022-2028年新药市场规模预测
 - 11.2.3 2022-2028年新药行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国新药行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国新药行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国新药行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国新药供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

- 11.4.1 市场整合成长趋势
- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年新药行业投资机会与风险

- 12.1 新药行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年新药行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年新药行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 新药行业投资战略研究

- 13.1 新药行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略

- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国新药品牌的战略思考
 - 13.2.1 新药品牌的重要性
 - 13.2.2 新药实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 新药企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国新药企业的品牌战略
 - 13.2.5 新药品牌战略管理的策略
- 13.3 新药经营策略分析
 - 13.3.1 新药市场细分策略
 - 13.3.2 新药市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 新药新产品差异化战略
- 13.4 新药行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年新药行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年新药行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()

- 14.1 新药行业研究结论
- 14.2 新药行业投资价值评估
- 14.3 新药行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275484.html>