

2020-2026年中国糖尿病药物市场评估与未来发展趋势报告

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

《2020-2026年中国糖尿病药物市场评估与未来发展趋势报告》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/202005/165068.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

糖尿病是一组以高血糖为特征的代谢性疾病。高血糖则是由于胰岛素分泌缺陷或其生物作用受损，或两者兼有引起。糖尿病时长期存在的高血糖，导致各种组织，特别是眼、肾、心脏、血管、神经的慢性损害、功能障碍。 2017年糖尿病患者人数排名(百万人)2018-2022年全球糖尿病用药市场规模预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国糖尿病药物市场评估与未来发展趋势报告》共十六章。首先介绍了中国糖尿病药物行业市场发展环境、糖尿病药物整体运行态势等，接着分析了中国糖尿病药物行业市场运行的现状，然后介绍了糖尿病药物市场竞争格局。随后，报告对糖尿病药物做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国糖尿病药物行业发展趋势与投资预测。您若想对糖尿病药物产业有个系统的了解或者想投资中国糖尿病药物行业，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：

- 第一部分行业发展现状
- 第一章糖尿病药物行业发展概述
- 第一节糖尿病
 - 一、糖尿病症状
 - 二、继发性糖尿病
 - 三、糖尿病病理改变
 - 四、糖尿病病理
 - 五、糖尿病诊断
- 第二节糖尿病药物定义及分类
 - 一、糖尿病药物成份
 - 二、糖尿病药物的种类
 - 三、糖尿病药物的特性
- 第二节糖尿病流行现状与趋势
 - 一、世界糖尿病的现状与流行趋势

二、我国糖尿病现状与流行趋势

三、糖尿病在我国的发病相关因素

第三节血糖调节药物分类和作用机制

一、血糖调节药物作用机理概述

二、国内上市血糖调节药物产品构成

第四节糖尿病药物产业链分析

一、在医药行业中的地位

二、糖尿病药物发展史

三、我国糖尿病药物发展概况

第二章2019年全球糖尿病药物市场发展状况分析

第一节全球糖尿病的现状与流行趋势

一、全球糖尿病病患规模

二、全球糖尿病发病率

第二节2019年全球糖尿病药用市场分析

一、世界糖尿病市场景气度分析

二、2019年全球糖尿病药物规模分析

三、全球畅销药物及其国产化现状透析

四、全球口服糖尿病药物市场分析

五、全球糖尿病新药研发及临床应用情况分析

第三节2019年世界部分地区和国家糖尿病药物发展分析

一、美国糖尿病药物发展分析

二、欧洲糖尿病药物发展分析

三、韩国糖尿病药物发展分析

四、日本糖尿病药物发展分析

第四节2020-2026年世界糖尿病药物市场前景预测分析

第三章2019年中国糖尿病药市场运营环境分析（pest分析法）

第一节

一、国民经济运行情况gdp

二、消费价格指数cpi、ppi

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节2019年中国糖尿病药行业政策环境分析

一、卫生部与世界糖尿病基金会签署合作项目

二、糖尿病药或入基本药物目录

三、糖尿病外用产品化糖贴获准上市

四、药监局重修吡格列酮说明书

第三节2019年中国糖尿病药行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国居民医疗消费状况分析

三、城市化导致生活方式的改变

四、老龄化

五、亚裔人群的遗传易感性

第四章2019年中国糖尿病药物行业发展现状

第一节中国糖尿病的现状与流行趋势

一、中国糖尿病病患规模

二、中国糖尿病发病率

三、中国糖尿病发病人群

第二节中国糖尿病药物市场分析

一、全国糖尿病药物市场规模及增长目前中国是2型糖尿病患者最多的国家，2019年有1.2亿患者。预计到2028年该数字将增至1.6亿。2019年，中国2型糖尿病患者中的52.3%未被确诊。中国市场上的抗糖尿病药大多为传统药物，而DPP-4、GLP-1及SGLT-2抑制剂等创新药物的销售收入仍较少。随着糖尿病患者收入的不断增加、国家医疗保险制度的扩大及抗糖尿病创新药的不断推出，预计2019年中国糖尿病药物市场规模将达576亿元。2013-2019年中国糖尿病药物市场规模走势

二、2019年全国糖尿病药物市场变化趋势

三、中国糖尿病治疗药物市场容量

四、国内畅销糖尿病药物排名

第三节糖尿病药物市场需求分析

一、糖尿病药物市场销量分析

二、2019年糖尿病药物市场用量分析

第四节糖尿病药物市场价格分析

一、糖尿病药物市场价格影响因素

二、糖尿病药物市场价格走势

第五节对中国糖尿病药物市场的分析及思考

一、糖尿病药物市场特点

二、糖尿病药物市场分析

三、糖尿病药物市场变化的方向

四、中国糖尿病药物产业发展的新思路

五、对中国糖尿病药物产业发展的思考

第五章2019年中国糖尿病药物消费市场分析

第一节糖尿病药物市场特征分析

一、糖尿病药物市场消费特征

二、糖尿病药物消费者行为分析

三、糖尿病药物市场特征分析

第二节消费行为及心理分析

第三节连锁药店市场分析

一、连锁药店市场分析

二、重庆和平药房连锁有限公司

三、天津中新药业连锁药店

四、重庆桐君阁大药房连锁

五、深圳一致

六、青岛国风大药房连锁

七、四川天诚大药房

八、中联大药房

九、辽宁成大方圆

十、黄庆仁栈药店

十一、海王星辰

第六章2019年中国降糖药的市场新格局分析

第一节促胰岛素分泌类药物

一、磺丁脲（d860）

二、格列本脲

三、格列喹酮

四、格列吡

五、格列齐特

六、格列美脲

七、瑞格列奈

八、那格列奈

九、glp-1

十、dpp-4

第二节双胍类

第三节 α -糖苷酶抑制剂类药物

第四节胰岛素增敏剂类药物

第五节胰岛素市场被寡头垄断

一、胰岛素的分类

二、胰岛素研发进展

第六节中药降糖药市场潜力

第七节糖尿病相关医疗器械

一、血糖仪市场有望加速增长

二、胰岛素泵在国内仍是小众市场

第七章中国糖尿病治疗药物商品名、价格及医保目录

第一节中国糖尿病治疗药物商品名及价格

第二节进入医保目录的中国糖尿病治疗药物

第八章2019年中国糖尿病药物细分产业发展分析

第一节磺酰脲类药物市场分析

一、2019年格列吡（glipizide）市场分析

二、2019年格列喹酮（gliquidone）市场分析

- 三、2019年格列齐特 (gliclazide) 市场分析
- 四、2019年格列美脲 (glimepiride) 市场分析
- 五、2019年格列本脲 (glibenclamide) 市场分析
- 六、2019年磺丁脲 (tolbutamide) 市场分析

第二节双胍类降糖药市场分析

- 一、2019年双胍类药物市场总额
- 二、2019年二甲双胍 (metformin) 市场分析

第三节 α -葡萄糖苷酶抑制剂

- 一、2019年阿卡波糖 (acarbose) 市场分析
- 二、2019年伏格列波糖 (voglibose) 市场分析

第四节胰岛素增敏剂

- 一、2019年罗格列酮市场分析
- 二、2019年吡格列酮市场分析

第五节膳食葡萄糖调节剂 (促胰岛素分泌剂)

第六节胰岛素类

- 一、2019年胰岛素类药物市场分析
- 二、2020-2026年胰岛素类药物市场趋势

第七节中成药类

- 一、2019年中成药类药物市场分析
- 二、2020-2026年中成药类药物市场趋势

第八节口服降糖药

第二部分行业竞争格局

第九章2019年中国糖尿病药物行业市场竞争格局分析

第一节跨国药企在华糖尿病药物市场扩张分析

- 一、各大跨国药企扩张状况分析
- 二、跨国药企布局中国糖尿病药物研发市场分析
- 三、糖尿病中西用药市场竞争格局
- 四、新型糖尿病治疗药物百泌达在中国上市
- 五、2019年美国糖尿病新药冲击国内市场

第二节2019年国内企业在胰岛素市场竞争分析

- 一、糖尿病高发率对胰岛素需求影响

二、国内企业突破洋货重围

三、中国糖尿病药企业竞争动向分析

第十章2019年中国糖尿病药物企业提升竞争力策略分析

第一节2019年中国糖尿病药物市场竞争策略分析

一、领先者市场竞争策略

二、挑战者市场竞争策略

三、追随者的市场竞争策略

四、补缺者的市场竞争策略

第二节糖尿病用药广告投放监测分析

一、糖尿病用药广告投放整体分析

二、糖尿病用药平面广告投放分析

三、糖尿病用药网络广告投放分析

第十一章2019年中国糖尿病药物重点企业运营财务指标分析

第一节华东医药集团公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节北京双鹤药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节沈阳济世制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节徐州万邦生化制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节中美上海施贵宝制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节辉瑞制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节葛兰素史克制药（苏州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节诺和诺德(中国)制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三部分行业前景预测

第十二章2020-2026年中国糖尿病药物行业发展前景分析

第一节2020-2026年中国糖尿病药物行业发展前景分析

- 一、全球糖尿病药物行业发展前景分析
- 二、我国糖尿病药物行业发展前景分析

第二节2020-2026年中国主要产品发展前景分析

- 一、糖尿病药物市场前景分析
- 二、口服降糖药市场前景分析
- 三、糖尿病中成药市场前景分析
- 四、糖尿病化学药物市场前景分析

第十三章2020-2026年中国医药行业发展趋势分析

第一节2020-2026年中国医药行业发展趋势分析

- 一、全球医药市场发展预测
- 二、中国医药行业市场发展态势
- 三、中国医药市场竞争趋势
- 四、中国医药制造行业预测分析
- 五、全球医药业发展趋势

第二节2020-2026年国际糖尿病药物市场发展趋势分析

- 一、国际糖尿病药消费市场趋势
- 二、世界糖尿病治疗药市场预测
- 三、全球胰岛素市场规模预测
- 四、世界2型糖尿病药物市场规模预测

第三节2020-2026年中国糖尿病药物市场发展趋势分析

- 一、 中药降糖市场前景分析
- 二、 糖尿病药物细分市场预测
- 三、 糖尿病智能药研发预测
- 四、 跨国药企布局中国糖尿病药物市场前景分析

第十四章2019年中国糖尿病药物行业投资现状分析

第一节医药行业的投资特征

- 一、 医药行业前景
- 二、 高技术性
- 三、 高投入性
- 四、 高风险性
- 五、 高收益性
- 六、 市场进入壁垒
- 七、 集中程度

第二节2019年糖尿病药品行业投资机会与形势

- 一、 8500亿元新医改带来的投资机会
- 二、 医药发展速度及其带来的投资机会
- 三、 糖尿病市场的产品盈利模式

第十五章2020-2026年中国糖尿病药物行业投资机会与风险分析

第一节2020-2026年中国糖尿病药行业投资风险分析

- 一、 移植干细胞有望让 1 型糖尿病摆脱胰岛素
- 二、 新疗法研发进展状况
- 三、 干细胞移植不适合群体

第二节2020-2026年中国糖尿病药物市场投资机遇与挑战分析

- 一、 生物活性对糖尿病药研发影响
- 二、 糖尿病新药开发状况
- 三、 糖尿病常用药格列酮类药物不增加心血管风险

第三节2020-2026年中国医药行业投资策略分析

- 一、 医药行业保持高速增长
- 二、 医药卫生的市场需求分析
- 三、 医药行业投资策略

第四节2020-2026年中国长效型糖尿病防治新药

一、项目概述

二、项目特点

三、项目优势

第十六章糖尿病药物市场营销战略分析

第一节产品策略分析

一、传统中成药发展策略分析

二、外用剂型药发展策略分析

第二节市场策略分析

一、糖尿病药物价格策略分析

二、糖尿病药物渠道策略分析

第三节销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第四节对我国糖尿病药物品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、糖尿病药物实施品牌战略的意义

三、糖尿病药物企业品牌的现状分析

四、我国糖尿病药物企业的品牌战略

五、糖尿病药物品牌战略管理的策略

第五节糖尿病药物企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

图表目录：

图表120世纪90年代1型糖尿病发病率（1/10万）

图表2我国糖尿病流行病学调查结果（患病率%）

图表3中国糖尿病并发疾病（患病率%）

图表42019年中国医药业各子类别销售收入比例

图表52001-2019年我国中成药工业总产值占医药工业总产值的比重

图表6全球糖尿病用药市场规模（亿美元）

图表72010-2019年全球糖尿病流行趋势图（百万）

图表82004-2019年全球糖尿病药物市场规模

图表46糖尿病用药行业相关政策

图表472019年人口数及其构成

图表482006-2019年我国人口及其自然增长率变化情况

图表492002-2014年中国65岁以上人口占比变化：%

图表50中国是世界上糖尿病患者最多国家，占全球患者的25%

图表512014年中国糖尿病患者约9240万

图表52我国糖尿病发病率随年龄增长而迅速提升

图表532014年后，我国糖尿病发病率呈高速增长态势

图表54糖尿病患者分布情况（单位：百万人）

图表55糖尿病潜在患者分布情况（单位：百万人）

图表56国内畅销糖尿病药物排名

图表572019年国内畅销糖尿病药物排名

图表582003-2014年我国糖尿病用药样本医院市场规模及增速（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165068.html>