

# 2021-2027年中国抗感染药 市场深度分析与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国抗感染药市场深度分析与投资前景报告》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/202103/211967.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

抗感染药物是指用以治疗病原体(病毒、衣原体、支原体、立克次体、细菌、螺旋体、真菌、蠕虫等)所致感染的各种药物。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国抗感染药市场深度分析与投资前景报告》共十七章。首先介绍了抗感染药行业市场发展环境、抗感染药整体运行态势等，接着分析了抗感染药行业市场运行的现状，然后介绍了抗感染药市场竞争格局。随后，报告对抗感染药做了重点企业经营状况分析，最后分析了抗感染药行业发展趋势与投资预测。您若想对抗感染药产业有个系统的了解或者想投资抗感染药行业，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 抗感染类药相关概述

#### 第一节 抗感染药简述

##### 一、抗感染药药用机理

##### 二、抗感染药（口服、肌注、静注）应用形式

#### 第二节 常用抗感染药类型

##### 一、抗生素

##### 二、磺胺类

##### 三、喹诺酮类药

##### 四、其他化学合成药（异烟肼、甲硝唑、呋喃妥因、吡哌酸等）

#### 第三节 抗感染药的临床应用情况分析

##### 一、抗感染药临床应用原则

##### 二、抗生素分类、主要产品和临床应用

##### 三、抗生素真菌分类、主要产品和临床应用

##### 四、抗病毒分类、主要产品和临床应用

### 第二章 2019年全球抗感染类药物市场运行态势分析

#### 第一节 2019年全球抗感染类药运行环境分析

一、全球经济现状及影响分析

二、全球医药产业运行态势

第二节 2019年全球抗感染类药产业综述

一、抗药性——抗感染类药研发焦点

二、全球抗感染类药现有产品相对成熟

三、全球抗感染类药研发进入新阶段

1、感染类新药研发热点

2、资金投入情况

3、全球抗感染药物研发困局

第三节 2019年全球抗感染类药市场运行透析

一、全球抗感染类药市场规模及增长

二、全球抗感染药物市场销售情况

三、全球上市的抗感染新药动态分析

四、全球抗感染药市场结构分析

第四节 2019年世界各类抗感染类药物市场份额

一、世界抗生素市场分析

二、世界喹诺酮类抗菌药市场分析

三、抗病毒类药物分析

第五节 2015-2019年全球抗感染类药前景预测

第三章 2019年中国抗感染药行业发展环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

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、中国汇率调整

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

十三、医药产业在国民经济中的地位

第二节2019年中国抗感染药政策环境发展分析

一、消毒产品禁止使用抗感染

二、食药监局关于抗感染的规定

三、抗感染价格政策分析

四、将受限用影响的抗感染药物

五、各方政策对行业的影响分析

第三节 中国医药卫生体制改革分析

一、医药卫生体制改革意义

二、医药卫生体制改革思想及目标

三、医药卫生体系与制度改革分析

四、医药卫生体制改革重点工作分析

五、医药卫生体制改革步骤分析

六、新医改8500亿的投向分析

第四节 2019年中国抗感染药社会环境分析

一、人口环境分析

二、医疗环境分析

三、居民医疗消费情况

四、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2019年中国医药行业发展形势分析

第一节 近几年中国医药发展分析

一、近年来医药行业总体运行状况

二、2015-2019年中国中成药产量情况

三、2015-2019年中国化学原料药产量情况

四、2015-2019年医药行业经济主要指标运行分析

第二节 近几年中国医药所属行业进出口分析

一、2015-2019年中国药品所属行业进出口数据分析

二、2019年贸易战对医药出口的影响

三、医药外贸发展趋势分析

### 第三节 医院用药品种贡献率分析

- 一、抗生素用药金额情况分析
- 二、贡献率排行榜头孢分析
- 三、头孢类抗生素受企业青睐
- 四、医院用药品种贡献率总结

## 第五章 2019年中国抗感染药物市场运行形势分析

### 第一节 2019年中国抗感染药物市场亮点聚焦

- 一、中国抗感染类新药开发情况
- 二、中国抗感染药物与临床学术研究
- 三、加强医院抗感染类药物使用管理的探讨

### 第二节 2019年中国抗感染药物研发及注册情况

- 一、生产实现规模化
- 二、技术实现现代化
- 三、研发实现联盟化

### 第三节 2019年中国抗感染药物市场现状综述

- 一、国内市场规模很大
- 二、抗感染类药品占眼科用药的半壁江山
- 三、中国抗感染新药市场动态分析
- 四、医院是我国抗感染药物销售的主要市场

### 第四节 影响抗感染药物市场发展的因素分析

- 一、促进抗感染药物市场扩张的因素分析
  - 1、人口密度分析
  - 2、年龄结构分析
- 二、抑制抗感染药物市场扩张的因素分析

## 第六章 2019年中国抗生素类药市场结构分析

### 第一节 头孢类抗生素药药

- 一、应用原则及副作用
- 二、市场容量
- 三、产品构成

### 第二节 $\beta$ -内酰胺及青霉素类抗生素药

### 第三节 喹诺酮类合成抗菌素

### 第四节 碳青霉烯类抗生素

### 第五节 大环内酯类和林可胺类抗生素

### 第六节 硝基咪唑类合成抗菌素

### 第七节 氨基糖苷类抗生素

### 第八节 糖肽类抗生素

### 第九节 四环素类抗生素

### 第十节 氯霉素类抗生素

### 第十一节 磺氨类及甲氧苄啶合成抗菌素

### 第十二节 其它抗生素

## 第七章 2019年中国抗真菌类药市场结构分析

### 第一节 吡咯类抗真菌药

#### 一、应用原则及副作用

#### 二、市场容量

#### 三、产品构成

### 第二节 棘白素类抗真菌药

### 第三节 多烯类抗真菌药

### 第四节 其它抗真菌药

## 第八章 2019年中国抗病毒药结构分析

### 第一节 核苷类逆转录酶抑制剂抗病毒药物

#### 一、应用原则及副作用

#### 二、市场容量

#### 三、产品构成

### 第二节 非核苷类逆转录酶抑制剂抗病毒药物

### 第三节 蛋白酶抑制剂类抗病毒药物

### 第四节 其它抗病毒药物

## 第九章 2019年中国抗感染药物市场销售同比分析

### 第一节 2019年中国抗感染类药物销售状况

#### 一、化学类抗感染药物销售情况

二、中成药类抗感染药物销售情况

三、作为普药抗感染药物销售情况

## 第二节 2019年中国全身抗感染类药医院销售情况

一、头孢类

二、喹诺酮类

三、青霉素类

四、大环内酯类和林可胺类

五、氨基糖苷类

六、治疗结核药

七、四环素类

八、氯霉素类

九、治疗麻疯类

十、磺胺类

## 第十章 2019年中国医院用药领域抗感染药市场透析

### 第一节 青霉素类抗生素竞争分析

一、青霉素市场回暖竞争加剧

二、阿莫西林产销分析

### 第二节 2019年大环内酯类抗生素竞争分析

一、整体分析

二、红霉素及其衍生物产销分析

三、罗红霉素产销分析

四、克拉霉素产销分析

五、阿奇霉素产销分析

六、克林霉素产销分析

### 第三节 2019年头孢菌素类抗生素竞争分析

一、国外头孢菌素市场分析

二、国内头孢菌素发展现状

三、头孢类原料、制剂进口情况

四、我国人均占有头孢菌素量

五、医院用药分析

六、“十三五”期间头孢菌素生产线新建扩建情况



七、头孢菌素总需求预测

八、头孢菌素类重点品种分析

九、头孢菌素的发展趋势

第四节2019年多肽类抗生素

一、万古霉素十四城市典型医院用药情况分析

二、耐药菌泛滥糖肽类抗生素成市场新宠

第五节  $\beta$ -内酰胺酶抑制剂开发前景广阔

第六节 喹诺酮类抗感染药竞争分析

一、主要品种、分类及国内常用品种

二、国外喹诺酮类药物发展及现状

三、我国喹诺酮类产品开发现状

四、我国喹诺酮类抗生素市场规模

五、我国喹诺酮类抗生素发展趋势

第七节 2019年抗病毒药市场分析

一、我国主要地区抗病毒药物用药状况

二、重点抗病毒药物评价

三、治疗性疫苗等新型疫苗成为研发热点

四、抗病毒药物的发展前景

第八节2019年抗真菌药市场分析

第九节 2019年天然来源抗感染药

一、中药的抗感染特性

二、常用中药抗感染剂及作用

第十一章 2019年中国原料药品种竞争状况分析

第一节 总体分析

一、原料药市场转暖

二、低端产品有优势

第二节 2019年 $\beta$ -内酰胺类原料药

一、青霉素产销分析

二、半合抗原料药竞争加剧

三、头孢菌素类抗生素原料药与中间体现状及趋势分析

第三节2019年其他抗感染类原料药分析

## 第十二章 2019年中国抗感染类药市场运行透析

### 第一节 2019年中国抗感染类药市场竞争总况

一、抗感染药物市场质化竞争较为激烈

二、抗感染药物技术壁垒较低

三、抗感染类药物龙头快速成长

### 第二节 2019年中国抗感染类药市场集中度分析

### 第三节 2019年中国抗感染类药市场竞争力分析

一、抗生素以技术增强竞争力

二、抗生素市场竞争升级

三、高端抗生素市场竞争分析

### 第四节 2015-2019年中国抗感染类药竞争趋势分析

## 第十三章 2019年国际抗感染类药巨头企业运行分析

### 第一节 葛兰素史克

### 第二节 罗氏公司

### 第三节 诺华公司

## 第十四章 抗感染类药重点标杆企业运行关键性财务指标分析

### 第一节 华北制药股份有限公司

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

### 第二节 山东鲁抗医药股份有限公司

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

### 第三节 哈药集团股份有限公司

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

#### 第四节 上海市医药股份有限公司

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

#### 第五节 东北制药集团股份有限公司

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

#### 第六节 美罗药业股份有限公司

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

### 第十五章 2015-2019年中国抗生素产业市场前景预测分析

#### 第一节 2015-2019年中国医药行业预测分析

一、2015-2019年中国医药制造行业预测分析

二、药品所属行业进出口预测分析

三、医药行业竞争格局预测分析

#### 第二节 2015-2019年中国抗生素市场预测分析

一、市场供给预测分析

二、市场需求预测分析

三、进出口预测分析

#### 第三节 2015-2019年中国抗生素市场盈利预测分析

### 第十六章 2015-2019年中国抗感染类药行业投资价值研究

#### 第一节 2019年中国医药产业投资概况

一、投资环境分析

## 二、投资价值研究

### 第二节2015-2019年中国抗感染类药投资机会

### 第三节 2015-2019年中国抗感染类药投资风险预测

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、进退入风险

#### 四、市场运营机制风险

### 第四节 投资观点

## 第十七章 2015-2019年中国抗感染类药行业投资战略研究

### 第一节2015-2019年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

### 第二节2015-2019年抗感染类药企业的战略定位

#### 一、品牌定位

#### 二、持续发展的定位

#### 三、创新定位

### 第三节2015-2019年抗感染类药API创新策略分析

#### 一、高成本时代提出新要求

#### 二、“三化”加快与国际接轨

#### 三、抗感染类药“API”发展策略分析

### 第四节2015-2019年医改新政下抗感染类药品牌策略

#### 一、原研药发展策略分析

#### 二、仿制药发展策略分析

#### 三、抗感染类药品牌策略分析

#### 四、抗感染类药药品营销策略

### 第五节2015-2019年中国抗感染类药企业发展策略

#### 一、坚守核心主业

#### 二、构建优质渠道

#### 三、整合优质资源

#### 四、提升经营能力

五、明确品牌形象

六、调整市场策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/211967.html>