

2022-2028年中国分子（核 酸）诊断行业发展态势与市场年度调研报告

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年中国分子（核酸）诊断行业发展态势与市场年度调研报告》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/202201/264562.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

核酸诊断是用分子生物学的理论和技术，通过直接探查核酸的存在状态或缺陷，从核酸结构、复制、转录或翻译水平分析核酸的功能，从而对人体状态与疾病做出诊断的方法。它的目标分子是DNA或RNA，反映核酸的结构和功能。检测的基因有内源性（即机体自身的基因）和外源性（如病毒、细菌等）两种，前者用于诊断基因有无病变，后者用于诊断有无病原体感染。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国分子（核酸）诊断行业发展态势与市场年度调研报告》共八章。首先介绍了分子（核酸）诊断行业市场发展环境、分子（核酸）诊断整体运行态势等，接着分析了分子（核酸）诊断行业市场运行的现状，然后介绍了分子（核酸）诊断市场竞争格局。随后，报告对分子（核酸）诊断做了重点企业经营状况分析，最后分析了分子（核酸）诊断行业发展趋势与投资预测。您若想对分子（核酸）诊断产业有个系统的了解或者想投资分子（核酸）诊断行业，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：

第一章中国分子（核酸）诊断行业相关概述

第一节中国分子（核酸）诊断行业相关概述

一、体外诊断概述

（一）临床诊断及其分类

（二）体外诊断定义及分类

二、分子诊断概述

（一）分子诊断的定义

（二）分子诊断的分类

（三）分子诊断适用范围

第二节分子诊断行业的发展历程

一、世界分子诊断行业发展历程

二、中国分子诊断行业发展历程

第三节中国分子（核酸）诊断行业特性

- 一、生命周期特征
- 二、周期性特征
- 三、区域性特征
- 四、季节性特征

第二章2015-2019年中国分子（核酸）诊断行业发展环境分析

第一节2019年中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、居民医疗保健消费支出

第二节中国分子（核酸）诊断行业政策环境分析

- 一、行业主管部门和监管体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、行业发展相关规划

- （一）《国家“十三五”科学和技术发展规划》
- （二）《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020)》
- （三）《国家重大科技基础设施建设中长期规划（2012—2030年）》
- （四）《“十三五”生物技术发展规划》
- （五）《中国妇女发展纲要（2011—2020年）》

四、进出口政策影响分析

第三节中国分子（核酸）诊断行业技术环境分析

- 一、行业技术发展概况
- 二、行业技术发展现状
 - （一）基于分子杂交的分子诊断技术
 - （二）核酸序列测定
 - （三）基于分子构象的分子诊断技术

第三章2015-2019年中国分子（核酸）诊断市场供需分析

第一节中国分子（核酸）诊断市场供给状况

一、分子（核酸）诊断产品主要供应商

二、分子（核酸）诊断市场竞争格局

第二节中国分子（核酸）诊断市场需求状况

一、2015-2019年中国分子（核酸）诊断需求规模

二、2022-2028年中国分子（核酸）诊断需求预测

第三节2019年中国分子（核酸）诊断市场价格分析

第四章中国分子（核酸）诊断所属行业产业链分析

第一节中国分子（核酸）诊断行业产业链概述

第二节中国分子（核酸）诊断上游产业发展状况分析

一、诊断酶

（一）产品概述

（二）供需状况

二、精细化学品

（一）产品概述

（二）供需状况

第三节中国分子（核酸）诊断下游应用需求市场分析

一、三级甲等医院

（一）三级甲等医院发展规模

（二）三级医院医疗服务情况

二、独立医学实验室

（一）独立医学实验室发展概况

（二）独立医学实验室现实意义

第五章2015-2019年中国分子（核酸）诊断所属行业进出口数据分析

第一节2015-2019年中国分子诊断产品进出口分析

一、2015-2019年中国分子诊断产品进口分析

（一）中国分子诊断产品进口数量情况

（二）中国分子诊断产品进口金额情况

（三）中国分子诊断产品进口来源分析

（四）中国分子诊断产品进口均价分析

二、2015-2019年中国分子诊断产品出口分析

- (一) 中国分子诊断产品出口数量情况
- (二) 中国分子诊断产品出口金额情况
- (三) 中国分子诊断产品出口流向分析
- (四) 中国分子诊断产品出口均价分析

第二节2015-2019年中国其他分子诊断产品进出口分析

一、2015-2019年中国其他分子诊断产品进口分析

- (一) 中国其他分子诊断产品进口数量情况
- (二) 中国其他分子诊断产品进口金额情况
- (三) 中国其他分子诊断产品进口来源分析
- (四) 中国其他分子诊断产品进口均价分析

二、2015-2019年中国其他分子诊断产品出口分析

- (一) 中国其他分子诊断产品出口数量情况
- (二) 中国其他分子诊断产品出口金额情况
- (三) 中国其他分子诊断产品出口流向分析
- (四) 中国其他分子诊断产品出口均价分析

第六章国内中国分子（核酸）诊断生产厂商竞争力分析

第一节中山大学达安基因股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业经营计划分析

第二节上海科华生物工程股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业发展战略分析

第三节亚能生物技术（深圳）有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业销售网络分析
- 六、企业竞争优势分析

第四节厦门艾德生物医药科技有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业研发实力分析
- 六、企业营销网络分析

第五节泰普生物科学（中国）有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业经营效益分析
- 五、企业研发实力分析
- 六、企业营销网络分析

第六节上海百傲科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业客户资源情况
- 六、企业未来经营计划

第七节博奥生物有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业研发实力分析

六、企业营销网络分析

第八节港龙生物技术(深圳)有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业研发实力分析

四、企业竞争优势分析

第七章2022-2028年中国分子（核酸）诊断行业发展趋势与前景分析

第一节2022-2028年中国分子（核酸）诊断行业投资前景分析

一、中国分子诊断商业环境需求推动因素

二、中国分子（核酸）诊断行业发展前景

三、影响行业发展的有利因素与不利因素

（一）行业发展有利因素分析

（二）行业发展不利因素分析

四、中国分子（核酸）诊断技术发展趋势

五、中国分子（核酸）诊断市场进入壁垒

第二节2022-2028年中国分子（核酸）诊断行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、质量控制风险

三、新产品研发和注册风险

四、市场竞争加剧的风险

五、人力资源风险

第三节2022-2028年中国分子（核酸）诊断行业投资策略及建议

第八章中国分子（核酸）诊断企业投资战略与客户策略分析()

第一节中国分子（核酸）诊断企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节中国分子（核酸）诊断企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节中国分子（核酸）诊断企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节中国分子（核酸）诊断企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表1体外诊断分类结构示意图

图表2分子诊断分类示意图

图表3中国分子诊断行业生命周期示意图

图表42015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表52015-2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表62019年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表72019年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表82015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表92015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表102015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表112019年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表122015-2019年中国城乡居民医疗保健支出统计

图表13中国分子（核酸）诊断行业相关政策情况

图表142019年中国分子（核酸）诊断产品税则

图表15分子诊断常规技术情况

图表16中国分子诊断市场主要供应商

图表172015-2019年中国分子（核酸）诊断市场规模增长趋势图

图表182015-2019年中国分子（核酸）诊断市场规模预测趋势图

图表192019年中国主要分子诊断试剂生产企业产品报价情况

图表202019年中国主要分子诊断仪器生产企业产品报价情况

图表21中国分子（核酸）诊断行业产业链结构示意图

图表22诊断酶生产工艺流程示意图

图表23国内部分诊断酶供应商情况统计

图表24国内部分医疗用精细化学品供应商情况统计

图表252015-2019年中国三级甲等医院数量统计

图表262015-2019年中国三级医院医疗设施及工作量情况统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264562.html>