

# 2022-2028年中国肠内营养 制剂行业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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国肠内营养制剂行业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/202207/310214.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

肠内营养制剂（enteral nutrition preparation）是2019年公布的肠外肠内营养学名词。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国肠内营养制剂行业分析与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了肠内营养制剂行业市场发展环境、肠内营养制剂整体运行态势等，接着分析了肠内营养制剂行业市场运行的现状，然后介绍了肠内营养制剂市场竞争格局。随后，报告对肠内营养制剂做了重点企业经营状况分析，最后分析了肠内营养制剂行业发展趋势与投资预测。您若想对肠内营养制剂产业有个系统的了解或者想投资肠内营养制剂行业，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 中国肠内营养制剂产品概述

#### 第一节 肠内营养支持的相关概述

一、临床营养支持的概念分析

二、营养不良与营养风险筛查

三、肠内营养支持的优点分析

四、肠内营养适应证与禁忌证

五、肠内营养常见并发症分析

#### 第二节 肠内营养制剂产品定义、特点

一、肠内营养制剂定义及分类

二、要素型肠内营养制剂特点

三、非要素肠内营养制剂特点

四、组件式营养制剂产品现状

五、肠内营养制剂的应用选择

### 第二章 国外肠内营养制剂市场发展概况

#### 第一节 世界肠内营养制剂发展历史

#### 第二节 全球肠内营养制剂市场规模

### 第三节 全球肠内营养制剂生产企业

### 第四节 全球肠内营养制剂应用情况

## 第三章 中国肠内营养制剂行业发展环境分析

### 第一节 2020年中国宏观经济环境分析

#### 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

### 第二节 肠内营养制剂行业相关政策法规

### 第三节 肠内营养制剂行业社会环境分析

#### 一、中国人口数量情况

#### 二、中国的城镇化进程

#### 三、居民消费观念习惯

#### 四、居民食品消费支出

## 第四章 中国肠内营养制剂行业发展特性分析

### 第一节 肠内营养制剂行业发展周期

#### 一、行业生命周期理论

#### 二、本行业生命周期判断

### 第二节 肠内营养制剂SWOT分析

#### 一、肠内营养制剂行业的发展优势

#### 二、肠内营养制剂行业存在的劣势

#### 三、肠内营养制剂行业的发展机会

#### 四、肠内营养制剂行业面临的威胁

### 第三节 肠内营养制剂影响因素分析

#### 一、行业有利因素分析

(一) 慢性病和亚健康呈上升趋势

(二) 中国住院人数呈现增长趋势

(三) 中国人口老龄化的趋势增强

(四) 居民医保覆盖范围逐年扩大

## 二、行业不利因素分析

(一) 人们对肠内临床营养的意识淡薄

(二) 临床营养诊断治疗技术研发能力弱

(三) 药品流通政策或推高企业运营成本

## 第五章 中国肠内营养制剂行业发展情况分析

### 第一节 中国肠内营养制剂行业现状分析

一、中国临床营养治疗的发展现状

二、中国肠内营养制剂的上市概况

三、肠内营养制剂的主要生产企业

四、肠内营养制剂产品的包装变革

### 第二节 中国肠内营养制剂市场需求分析

一、中国肠内营养制剂消费人群

二、肠内营养制剂市场需求规模

三、肠内营养制剂产品需求结构

### 第三节 中国肠内营养制剂市场价格分析

一、肠内营养制剂产品最高零售限价

二、肠内营养制剂产品单独定价情况

## 第六章 中国肠内营养制剂行业竞争现状分析

### 第一节 肠内营养制剂行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商议价能力

五、购买者议价能力

### 第二节 肠内营养制剂市场竞争手段分析

一、价格竞争分析

二、技术竞争分析

三、品牌竞争分析

## 第七章 中国肠内营养制剂所属产品进出口情况分析

### 第一节 中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口分析

- 一、未列名混合或非混合产品构成的药品进口数量情况
- 二、未列名混合或非混合产品构成的药品进口金额情况
- 三、未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源分析
- 四、未列名混合或非混合产品构成的药品进口均价分析

### 第二节 中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口分析

- 一、未列名混合或非混合产品构成的药品出口数量情况
- 二、未列名混合或非混合产品构成的药品出口金额情况
- 三、未列名混合或非混合产品构成的药品出口来源分析
- 四、未列名混合或非混合产品构成的药品出口均价分析

## 第八章 中国肠内营养制剂产品技术发展分析

### 第一节 当前中国肠内营养制剂技术发展现况分析

- 一、中国肠内营养制剂的产品技术现状
- 二、海洋生物肠内营养制剂将实现国产
- 三、海洋生物型肠内营养制剂研究方向

### 第二节 肠内微生态营养制剂关键技术分析

- 一、开展肠道微生态营养研究和临床治疗的意义
- 二、开展肠内微生态营养制剂关键技术及产品研发是当务之急
- 三、肠内微生态营养制剂关键技术及其产业化发展空间巨大
- 四、开展微生态肠内营养制剂临床应用需要解决的问题

### 第三节 一种整蛋白型肠内营养制剂的研制技术

- 一、配方设计
- 二、材料与方法

## 第九章 国内主要肠内营养制剂行业企业分析

### 第一节 纽迪希亚制药(无锡)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第二节 华瑞制药有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第三节 上海雅培制药有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第四节 西安力邦临床营养有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第五节 广州力衡临床营养品有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第十章 2022-2028年中国肠内营养制剂趋势预测趋势分析

### 第一节 未来肠内营养制剂行业发展趋势分析

#### 一、未来临床营养支持发展趋势分析

#### 二、肠内营养制剂产品发展趋势分析

#### 三、家庭肠内营养产品发展趋势分析

### 第二节 2022-2028年肠内营养制剂市场趋势调查

#### 一、肠内营养制剂市场趋势预测展望

#### 二、中国肠内营养制剂潜在市场容量

#### 三、未来肠内营养制剂市场规模预测

## 第十一章 2022-2028年中国肠内营养制剂行业投资前景及投资建议

## 第一节 中国肠内营养制剂行业投资环境

## 第二节 肠内营养制剂行业投资前景分析

### 一、产业政策分析

### 二、市场竞争风险

### 三、技术风险分析

### 四、人才竞争风险

## 第三节 肠内营养制剂行业投资前景研究建议

### 一、坚持企业产品的创新战略

### 二、实施品牌建设的引导战略

### 三、对消费者的观念进行引导

## 第十二章 2022-2028年中国肠内营养制剂目标市场选择及产品推广策略

### 第一节 肠内营养制剂市场细分和目标市场选择

#### 一、市场细分的概念及意义

#### 二、肠内营养制剂市场细分

##### （一）按地理因素划分市场

##### （二）按医院等级划分市场

#### 三、生产企业目标市场选择

##### （一）目标市场的细分标准

##### （二）目标市场的评价选择

### 第二节 肠内营养制剂产品进入目标市场的策略

#### 一、无差别性市场策略

#### 二、差别性的市场策略

#### 三、集中性的市场策略

### 第三节 产品导入期的肠内营养制剂市场推广策略

#### 一、导入期的产品策略

#### 二、导入期的价格策略

#### 三、导入期的渠道策略

#### 四、导入期的促销策略

### 第四节 产品成长期的肠内营养制剂市场推广策略

#### 一、维持价格体系的稳定

#### 二、挖掘和完善产品功能



三、注重销售渠道的维护

四、采用有效的促销手段

第五节 产品成熟期的肠内营养制剂市场推广策略

一、新产品的市场导入策略

二、价格体系的调整与完善

三、对销售渠道的不断完善

四、有效、稳定的促销策略

图表目录：

图表1 百普素和维沃营养成分及特点(500mL)

图表2 平衡型整蛋白肠内营养制剂(500mL)的营养成分(成人)

图表3 疾病特异型肠内营养制剂营养成分(500mL)

图表4 2016-2020年全球肠内营养制剂市场规模

图表5 2020年GDP初步核算数据

图表6 2016-2020年GDP环比增长速度

图表7 2020年GDP初步核算数据

图表8 GDP环比和同比增长速度

图表9 2016-2020年中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表10 2016-2020年中国各月累计主营业务收入与经营活动利润同比增速

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/310214.html>