

2017-2022年中国抗肿瘤药物行业发展现状分析及 市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国抗肿瘤药物行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/295506.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

肿瘤（Tumor）是机体在各种致癌因素作用下，局部组织的某一个细胞在基因水平上失去对其生长的正常调控，导致其克隆性异常增生而形成的新生物。根据肿瘤对人体的危害程度，可以将其分成良性肿瘤和恶性肿瘤两大类。恶性肿瘤是危害人类健康的最危险的疾病之一，肿瘤的治疗强调综合治疗的原则，化疗是其中的一个重要手段。

随着肿瘤患者的不断增多、科学对于肿瘤理解的不断加深，肿瘤制药领域正在快速变革。许多医疗卫生部门都在努力适应这一变化，尤其是药品监管部门、诊疗机构和医疗保险机构，都需要不断调整策略，以满足越来越多的肿瘤患者的实际需要。过去五年里，70个肿瘤新药在20多种不同的肿瘤类型中获批，然而其中大多数药物仅在有限的几个国家中有售，抑或是获得了药品监管部门的认可，但是无法被医疗成本控制机构接受，例如一些重磅抗癌新药已经被欧盟委员会批准，但却无法获得NICE首肯，因此患者也无法获得新药治疗。2015年，全球用于癌症治疗以及辅助治疗的总花费为1070亿美元，比2014年上涨了11.5%。

在中国，医院用药市场中抗肿瘤药物的销售规模近几年一直稳步增长，据国内22个城市样本医院数据，国内肿瘤药和免疫调节剂市场规模从2005年的48.7亿元增长到2014年的248.4亿元。随着癌症发病率不断提高，抗肿瘤药物和免疫调节剂已经成为样本医院购药金额排名第一的药物。2015年3月，全球知名药企百时美施贵宝和再鼎医药有限公司宣布双方达成战略联盟，在中国共同开发治疗肝细胞癌制剂—布立尼布。礼来公司也不甘落后，宣布和德国生物技术公司BioNTech公司达成了合作协议，共同开发新型肿瘤疗法。2015年4月，日本的医药巨头安斯泰来宣布已经和位于美国麻省坎布里奇市的Potenza医疗公司达成协议，共同进行多种肿瘤免疫疗法的研发。中国、印度、巴西和俄罗斯“金砖四国”将成为全球增长最快的抗肿瘤药物市场。

在中国，由于肿瘤的发病率快速上升，抗肿瘤药物市场发展前景十分广阔，同时因为目前药物疗效的局限性，新的抗肿瘤药物市场亟待大力开发，抗肿瘤药物开发已成为制药行业的一大热门。我国是全球新发癌症最多的国家，在如此大的刚性需求下，国内抗肿瘤药物市场发展迅猛，PDB显示市场规模从2005年23.81亿元增加到2015年152.67亿元（CAGR高达18.4%），而放大到全国，抗肿瘤药物市场规模2015年已超过800亿，预计2-3年内就将突破千亿。

国内抗肿瘤药物市场发展迅猛

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 抗肿瘤药的相关概述

1.1 肿瘤的介绍

1.1.1 肿瘤的概念

1.1.2 肿瘤的分类

1.1.3 肿瘤的类型

1.1.4 常见肿瘤的治疗方式

1.2 抗肿瘤药物的分类

1.2.1 抗肿瘤药物分类方法

1.2.2 细胞毒药物

1.2.3 影响激素平衡的药物

1.2.4 其他抗肿瘤药物

1.2.5 抗肿瘤辅助用药

1.3 抗肿瘤药物的发展演变

1.3.1 抗肿瘤药物发展历程

1.3.2 化疗与分子靶向治疗

第二章 2014-2016年国际抗肿瘤药物市场发展分析

2.1 2014-2016年全球抗肿瘤药物市场规模与结构

2.1.1 市场规模分析

2.1.2 区域市场格局

2.1.3 市场结构分析

2.2 2014-2016年全球抗肿瘤药物产品竞争与价格

2.2.1 产品竞争格局

2.2.2 热门药品分析

2.2.3 药品市场价格

第三章 2014-2016年国际抗肿瘤疗法及药物研发动态

3.1 2014-2016年国际抗肿瘤疗法研究进展

3.1.1 肿瘤细胞免疫治疗法

3.1.2 肿瘤免疫疗法新突破

3.1.3 新型治疗机制进展

3.2 2014-2016年国际肿瘤疫苗研究进展

3.2.1 肿瘤疫苗的概述

3.2.2 肿瘤疫苗发展进程

3.2.3 主要代表性癌症疫苗

3.2.4 新型抗肾细胞癌疫苗

3.2.5 新型靶向性癌症疫苗

3.3 2014-2016年国际抗肿瘤药物研发动态

3.3.1 FDA审批情况

3.3.2 研发创新特征

3.3.3 靶向治疗药物

3.3.4 新型抗癌药物

第四章 2014-2016年中国抗肿瘤药物市场发展概况

4.1 我国抗肿瘤药物市场发展环境

4.1.1 经济环境分析

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

4.1.2 政策环境分析

4.1.3 需求环境分析

4.1.4 技术环境分析

4.2 我国抗肿瘤药物市场的发展现状

4.2.1 市场主体现状

4.2.2 发展特征分析

4.2.3 细分品类分析

4.2.4 重要新品盘点

4.3 我国抗肿瘤药物市场的发展特点

4.3.1 规模变化特征

4.3.2 市场增长特点

4.3.3 未来趋势特征

4.4 我国抗肿瘤药物市场存在的不足

4.4.1 企业营销模式

4.4.2 专利发展不足

4.4.3 市场竞争问题

4.5 我国抗肿瘤药物市场的发展对策

4.5.1 产品研发策略

4.5.2 营销推广策略

4.5.3 品牌塑造策略

第五章 2014-2016年中国抗肿瘤药物市场规模及份额分析

5.1 2014-2016年抗肿瘤药物总体市场发展分析

5.1.1 总体市场规模

5.1.2 生产厂商市场份额

5.1.3 产品销售规模排行

5.1.4 产品市场增长率排行

5.2 2014-2016年抗肿瘤药物样本医院市场发展分析

5.2.1 样本医院市场规模

5.2.2 样本医院产品市场份额

5.2.3 样本医院产品市场结构

5.2.4 样本医院产品市场增速

5.2.5 样本医院企业市场份额

第六章 2014-2016年中国抗肿瘤疗法及药物研发动态

6.1 2014-2016年中国抗肿瘤疗法及药物研发动态

6.1.1 我国抗肿瘤药品研发现状

6.1.2 抗肿瘤药物FDA审批情况

6.1.3 实体肿瘤治疗方法新进展

6.1.4 天然产物生物合成研究进展

6.1.5 海王生物新型抗肿瘤药物

6.1.6 齐鲁制药新型抗肿瘤药物

6.1.7 福建省抗肿瘤新药获准上市

6.2 2014-2016年中国抗肿瘤药物研发生产计划及方向

6.2.1 广药集团研发计划

6.2.2 嘉应制药研发计划

6.2.3 双成药业研发计划

6.2.4 辅仁药业研发计划

6.2.5 单抗药物研发方向

6.2.6 抗肿瘤蛋白质药物研究方向

第七章 2014-2016年抗肿瘤药物主要细分品种市场分析

7.1 植物碱类抗肿瘤药物

7.1.1 市场基本情况

7.1.2 发展现状分析

7.1.3 市场格局分析

7.2 抗代谢类抗肿瘤药物

7.2.1 市场基本情况

7.2.2 总体发展分析

7.2.3 主要产品分析

7.3 烷化剂类抗肿瘤药物

7.3.1 市场基本情况

7.3.2 市场规模现状

7.3.3 主要产品分析

7.4 金属铂类抗肿瘤药物

7.4.1 市场基本情况

7.4.2 主要产品分析

7.5 抗生素类抗肿瘤药物

7.6 激素类抗肿瘤药物

7.7 小分子靶向药物

7.7.1 市场基本情况

7.7.2 总体发展概况

7.7.3 主要产品分析

7.8 单抗类抗肿瘤药物

7.8.1 市场基本情况

7.8.2 全球市场规模

7.8.3 全球市场格局

7.9 中药抗肿瘤药物

7.9.1 总体市场规模

7.9.2 主要产品分析

7.9.3 市场格局分析

第八章 2014-2016年国际抗肿瘤药重点生产企业竞争力分析

8.1 罗氏集团 (Roche Group)

8.1.1 公司简介

8.1.2 2014年罗氏经营状况

8.1.3 2015年罗氏经营状况

8.1.4 2016年罗氏经营状况

8.2 诺华公司 (Novartis AG)

8.2.1 公司简介

8.2.2 2014年诺华经营状况

8.2.3 2015年诺华经营状况

8.2.4 2016年诺华经营状况

8.3 赛诺菲-安万特集团 (Sanofi-aventis)

8.3.1 公司简介

8.3.2 2014年赛诺菲-安万特经营状况

8.3.3 2015年赛诺菲-安万特经营状况

8.3.4 2016年赛诺菲-安万特经营状况

8.4 阿斯利康 (Astra Zeneca)

8.4.1 公司简介

8.4.2 2014年阿斯利康经营状况

8.4.3 2015年阿斯利康经营状况

8.4.4 2016年阿斯利康经营状况

8.5 礼来公司 (Eli Lilly and Company)

8.5.1 公司简介

8.5.2 2014年礼来公司经营状况

8.5.3 2015年礼来公司经营状况

8.5.4 2016年礼来公司经营状况

第九章 2014-2016年国内抗肿瘤药物重点生产企业竞争力分析

9.1 江苏恒瑞医药股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 财务状况分析

9.1.5 未来前景展望

9.2 浙江海正药业股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 未来前景展望

9.3 海南海药股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 未来前景展望

9.4 贵州益佰制药股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 未来前景展望

9.5 上市公司财务比较分析

9.5.1 盈利能力分析

9.5.2 成长能力分析

9.5.3 营运能力分析

9.5.4 偿债能力分析

第十章 抗肿瘤药物市场发展趋势与前景预测

10.1 抗肿瘤药物市场未来发展趋势

10.1.1 全球产品进化趋势

10.1.2 全球市场竞争趋势

10.1.3 全球产品竞争趋势

10.2 抗肿瘤药物市场未来发展前景

10.2.1 全球市场发展前景

10.2.2 胃癌及食道癌单抗市场

10.2.3 靶向抗肿瘤药物市场

10.3 2017-2022年中国抗肿瘤药物行业预测分析

10.3.1 行业影响因素分析

10.3.2 全球市场规模预测

10.3.3 中国市场规模预测

图表目录：

图表：良性肿瘤与恶性肿瘤的比较

图表：《新编药理学》（第17版）收编的抗肿瘤药物

图表：2016年版国家基药抗肿瘤药物目录

图表：肿瘤治疗常用药物

图表：抗肿瘤药物发展历程

图表：传统化疗药物与分子靶向药物比较

图表：传统化疗药物作用机理

图表：靶向药物作用机理

图表：全球肿瘤药物市场发展

图表：全球肿瘤药物市场分区域情况

图表：肿瘤治疗药物市场结构

图表：全球抗肿瘤药物销售前二十强

图表：美国抗肿瘤品牌药月均花费情况

图表：肿瘤细胞免疫治疗示意图

图表：细胞治疗在肿瘤治疗中的六大优势特性

图表：肿瘤细胞免疫治疗的四种主要类型

图表：过继细胞免疫治疗的几种主要类型

图表：TIL疗法抗肿瘤机制

图表：TCRs识别肿瘤细胞

图表：CAR细胞治疗的流程和原理

图表：NK细胞作用机制

图表：肿瘤疫苗发展进程

图表：DC疫苗的制备过程

图表：非特异性免疫刺激作用原理

图表：单克隆抗体

图表：免疫检验点共信号机制

图表：免疫检验点抗体作用机理

图表：全球在研新产品统计情况

图表：全球抗肿瘤领域上市的新分子实体

图表：FDA批准新药及抗肿瘤药数

图表：FDA批准抗肿瘤药构成

图表：不同医疗保障方式下的住院率

图表：肿瘤的早期诊断技术

图表：创新药物的目标患者

图表：新世纪恶性肿瘤的治疗趋势

图表：我国常用抗肿瘤药主要生产厂家

图表：22个城市样本医院抗肿瘤药物市场变化

图表：各类别抗肿瘤药物市场份额及其变化

图表：我国主要抗肿瘤药新品

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295506.html>