

2013-2017年中国糖尿病药物市场供需预测与投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国糖尿病药物市场供需预测与投资方向研究报告》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/137477.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

进入新世纪后，国外一些降糖新药临床已近尾声，新药的上市推动了降糖药物销售指数，未来几年也充满了新的商机。在当前应用的口服降糖药中，二甲双胍、格列吡嗪、格列齐特、格列喹酮等占据了主导市场。随着新一代降糖药的上市，尤其是餐时血糖调节剂进入后，磺酰脲（SU）类药物在欧美市场将逐步缩减，而由餐时血糖调节剂所替代。

我国降糖药物市场西药品种所占的份额约为80%~85%，中药所占的市场为15%~20%左右，在临床治疗上采用西药为主、中药为辅的方法，取得较好的疗效，从而控制了病情的发展，在糖尿病的最初期，确切说是葡萄糖耐量减低期间，中药可以发挥较高的作用，对肾功能起到保护作用。

我国在向小康社会发展过程中，人们对脂肪与糖类的摄取量未能得到合理的控制，在老龄化及多方位应激因素影响下，糖尿病的发生率已逐年上升，与20世纪90年代中期相比，国内许多地区平均每年以千分之一的速度递增，北京地区糖尿病患病率已由4.6%上升到6.4%，全国糖尿病患者已经超过9000万人。而糖耐量低下者、糖调节功能受损者与糖尿病患者数量相仿，从而成为推动糖尿病药物市场一路攀升的动力。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国糖尿病药物市场供需预测与投资方向研究报告》根据对糖尿病药物产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国糖尿病药物产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以糖尿病药物行业作为切入点，通过对糖尿病药物行业特征和统计数据的全面分析，确定糖尿病药物行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确糖尿病药物行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

目 录

第一章 糖尿病药物行业发展概述 1

第一节 糖尿病 1

一、糖尿病症状 1

二、继发性糖尿病 1

三、糖尿病病理改变 2

四、糖尿病病理 4

五、糖尿病诊断 4

第二节 糖尿病药物定义及分类 5

一、糖尿病药物成份 5

二、糖尿病药物的种类 6

三、糖尿病药物的特性 7

第三节 糖尿病流行现状与趋势 10

一、世界糖尿病的现状与流行趋势	10
二、我国糖尿病现状与流行趋势	12
三、糖尿病在我国的发病相关因素	13
第四节 血糖调节药物分类和作用机制	13
一、血糖调节药物作用机理概述	13
二、国内上市血糖调节药物产品构成	17
三、血糖调节类药品进入基本医疗保险用药目录情况	17
第五节 糖尿病药物产业链分析	20
一、在医药行业中的地位	20
二、糖尿病药物发展史	21
三、我国糖尿病药物发展概况	23
第二章 2012年全球糖尿病药物市场发展状况分析	27
第一节 全球糖尿病的现状与流行趋势	27
一、全球糖尿病病患规模	27
二、全球糖尿病发病率	28
第二节 2012年全球糖尿病药用市场分析	28
一、世界糖尿病市场景气度分析	28
二、2012年全球糖尿病药物规模分析	29
三、全球畅销药物及其国产化现状透析	30
四、全球口服糖尿病药物市场分析	32
五、全球糖尿病新药研发及临床应用情况分析	36
第三节 2012年世界部分地区和国家糖尿病药物发展分析	38
一、美国糖尿病药物发展分析	38
二、欧洲糖尿病药物发展分析	41
三、韩国糖尿病药物发展分析	42
四、日本糖尿病药物发展分析	43
第四节 2013-2017年世界糖尿病药物市场前景预测分析	44
第三章 2012年中国糖尿病药市场运营环境分析（PEST分析法）	47
第一节 2012年中国宏观经济环境分析	47
一、国民经济运行情况GDP(季度更新)	47
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	48
三、全国居民收入情况（季度更新）	51
四、恩格尔系数（年度更新）	52
五、工业发展形势（季度更新）	52
六、固定资产投资情况（季度更新）	53

七、财政收支状况（年度更新）	55
八、中国汇率调整（人民币升值）	59
九、存贷款基准利率调整情况	59
十、存款准备金率调整情况	62
十一、社会消费品零售总额	63
十二、对外贸易—进出口	64
第二节 2012年中国糖尿病药行业政策环境分析	64
一、卫生部与世界糖尿病基金会签署合作项目	64
二、糖尿病药或入基本药物目录	65
三、糖尿病外用产品化糖贴获准上市	66
四、2012年药监局重修吡格列酮说明书	67
第三节 2012年中国糖尿病药行业社会环境分析	67
一、人口环境分析	67
二、中国居民医疗消费状况分析	69
三、城市化导致生活方式的改变	71
四、老龄化	72
五、亚裔人群的遗传易感性	76
第四章 2012年中国糖尿病药物行业发展现状	77
第一节 中国糖尿病的现状与流行趋势	77
一、中国糖尿病病患规模	77
二、中国糖尿病发病率	77
三、中国糖尿病发病人群	77
第二节 中国糖尿病药物市场分析	78
一、全国糖尿病药物市场规模及增长	78
二、2012年全国糖尿病药物市场变化趋势	79
三、中国糖尿病治疗药物市场容量	80
四、国内畅销糖尿病药物排名	80
第三节 糖尿病药物市场需求分析	81
一、糖尿病药物市场销量分析	81
二、2012年糖尿病药物市场用量分析	86
第四节 糖尿病药物市场价格分析	89
一、糖尿病药物市场价格影响因素	89
二、2011年糖尿病药物市场价格走势	90
三、2012年糖尿病药物市场价格走势	91
第五节 对中国糖尿病药物市场的分析及思考	91

- 一、糖尿病药物市场特点 91
- 二、糖尿病药物市场分析 92
- 三、糖尿病药物市场变化的方向 93
- 四、中国糖尿病药物产业发展的新思路 94
- 五、对中国糖尿病药物产业发展的思考 94
- 第五章 2012年中国糖尿病药物消费市场分析 97
- 第一节 糖尿病药物市场特征分析 97
- 一、糖尿病药物市场消费特征 97
- 二、糖尿病药物消费者行为分析 97
- 三、糖尿病药物市场特征分析 97
- 第二节 消费行为及心理分析 98
- 一、主要城市糖尿病药物市场调查 98
- 二、消费者治疗糖尿病的方法 98
- 三、消费者治疗糖尿病的花费 109
- 第三节 连锁药店市场分析 110
- 一、连锁药店市场分析 110
- 二、重庆和平药房连锁有限公司 113
- 三、天津中新药业连锁药店 113
- 四、重庆桐君阁大药房连锁 113
- 五、深圳一致 114
- 六、青岛国风大药房连锁 115
- 七、四川天诚大药房 116
- 八、中联大药房 117
- 九、辽宁成大方圆 118
- 十、黄庆仁栈药店 118
- 十一、海王星辰 119
- 第六章 2012年中国降糖药的市场新格局分析 121
- 第一节 促胰岛素分泌类药物 121
- 一、甲苯磺丁脲（D860） 121
- 二、格列本脲 121
- 三、格列喹酮 122
- 四、格列吡嗪 123
- 五、格列齐特 124
- 六、格列美脲 125
- 七、瑞格列奈 127

八、那格列奈 128

九、GLP-1 受体激动剂 129

十、DPP-4 抑制剂 130

第二节 双胍类 131

第三节 A-糖苷酶抑制剂类药物 132

一、阿卡波糖 132

二、伏格列波糖 133

第四节 胰岛素增敏剂类药物 134

一、罗格列酮 134

二、吡咯列酮 135

第五节 胰岛素市场被寡头垄断 136

一、胰岛素的分类 136

二、胰岛素研发进展 139

第六节 中药降糖药市场潜力 140

第七节 糖尿病相关医疗器械 141

一、血糖仪市场有望加速增长 141

二、胰岛素泵在国内仍是小众市场 142

第七章 中国糖尿病治疗药物商品名、价格及医保目录 144

第一节 中国糖尿病治疗药物商品名及价格 144

第二节 进入医保目录的中国糖尿病治疗药物 184

第八章 2012年中国糖尿病药物细分产业发展分析 192

第一节 磺酰脲类药物市场分析 192

一、2012年格列吡嗪（GLIPIZIDE）市场分析 192

二、2012年格列喹酮（GLIQUIDONE）市场分析 192

三、2012年格列齐特（GLICLAZIDE）市场分析 193

四、2012年格列美脲（GLIMEPIRIDE）市场分析 193

五、2012年格列本脲（GLIBENCLAMIDE）市场分析 194

六、2012年甲苯磺丁脲（TOLBUTAMIDE）市场分析 194

第二节 双胍类降糖药市场分析 195

一、2012年双胍类药物市场总额 195

二、2012年二甲双胍（METFORMIN）市场分析 195

第三节 A-葡萄糖苷酶抑制剂 195

一、2012年阿卡波糖（ACARBOSE）市场分析 195

二、2012年伏格列波糖（VOGLIBOSE）市场分析 196

第四节 胰岛素增敏剂 197

一、2012年罗格列酮市场分析 197

二、2012年吡格列酮市场分析 199

第五节 膳食葡萄糖调节剂（促胰岛素分泌剂） 200

一、2012年瑞格列奈（REPAGLINIDE）市场分析 200

二、2012年那格列奈（胺）（NATEGLINIDE/STARLIX）市场分析 201

第六节 胰岛素类 201

一、2012年胰岛素类药物市场分析 201

二、2013-2017年胰岛素类药物市场趋势 202

第七节 中成药类 202

一、2012年中成药类药物市场分析 202

二、2013-2017年中成药类药物市场趋势 203

第八节 口服降糖药 204

一、2012年口服降糖药市场分析 204

二、2013-2017年口服降糖药市场趋势 204

第九节 重点品种临床评价 205

一、格列齐特临床评价 205

二、格列吡嗪临床评价 205

三、格列喹酮临床评价 205

四、格列本脲临床评价 206

五、格列美脲临床评价 206

六、二甲双胍临床评价 207

七、阿卡波糖临床评价 208

八、伏格列波糖临床评价 208

九、罗格列酮临床评价 209

十、吡格列酮临床评价 210

十一、瑞格列奈临床评价 210

第九章 2012年中国糖尿病药物行业市场竞争格局分析 212

第一节 跨国药企在华糖尿病药物市场扩张分析 212

一、各大跨国药企扩张状况分析 212

二、跨国药企布局中国糖尿病药物研发市场分析 216

三、糖尿病中西用药市场竞争格局 217

四、新型糖尿病治疗药物百泌达在中国上市 219

五、2012年美国糖尿病新药冲击国内市场 219

第二节 2012年国内企业在胰岛素市场竞争分析 221

一、糖尿病高发率对胰岛素需求影响 221

- 二、国内企业突破洋货重围 221
- 三、国内企业在中东国家市场竞争分析 223
- 四、中国糖尿病药企业竞争动向分析 223
- 第十章 2012年中国糖尿病药物企业提升竞争力策略分析 226
 - 第一节 2012年中国糖尿病药物市场竞争策略分析 226
 - 一、领先者市场竞争策略 226
 - 二、挑战者市场竞争策略 226
 - 三、追随者的市场竞争策略 226
 - 四、补缺者的市场竞争策略 226
 - 第二节 糖尿病用药广告投放监测分析 227
 - 一、糖尿病用药广告投放整体分析 227
 - 二、糖尿病用药平面广告投放分析 227
 - 三、糖尿病用药网络广告投放分析 228
- 第十一章 2012年中国糖尿病药物重点企业运营财务指标分析 229
 - 第一节 华东医药集团公司 229
 - 一、企业概况 229
 - 二、企业主要经济指标分析 229
 - 三、企业盈利能力分析 231
 - 四、企业偿债能力分析 232
 - 五、企业运营能力分析 233
 - 六、企业成长能力分析 233
 - 第二节 北京双鹤药业股份有限公司 234
 - 一、企业概况 234
 - 二、企业主要经济指标分析 234
 - 三、企业盈利能力分析 236
 - 四、企业偿债能力分析 237
 - 五、企业运营能力分析 238
 - 六、企业成长能力分析 238
 - 第三节 通化东宝集团有限公司 239
 - 一、企业概况 239
 - 二、企业主要经济指标分析 240
 - 三、企业盈利能力分析 241
 - 四、企业偿债能力分析 242
 - 五、企业运营能力分析 243
 - 六、企业成长能力分析 244

第四节 徐州万邦生化制药有限公司 244

- 一、企业概况 244
- 二、企业主要经济指标分析 245
- 三、企业盈利能力分析 246
- 四、企业偿债能力分析 246
- 五、企业运营能力分析 247
- 六、企业成长能力分析 247

第五节 中美上海施贵宝制药有限公司 247

- 一、企业概况 247
- 二、企业主要经济指标分析 249
- 三、企业盈利能力分析 250
- 四、企业偿债能力分析 250
- 五、企业运营能力分析 251
- 六、企业成长能力分析 251

第六节 辉瑞制药有限公司 251

- 一、企业概况 251
- 二、企业主要经济指标分析 251
- 三、企业盈利能力分析 252
- 四、企业偿债能力分析 252
- 五、企业运营能力分析 253
- 六、企业成长能力分析 253

第七节 葛兰素史克制药（苏州）有限公司 254

- 一、企业概况 254
- 二、企业主要经济指标分析 254
- 三、企业盈利能力分析 255
- 四、企业偿债能力分析 255
- 五、企业运营能力分析 256
- 六、企业成长能力分析 256

第八节 诺和诺德(中国)制药有限公司 256

- 一、企业概况 256
- 二、企业主要经济指标分析 258
- 三、企业盈利能力分析 258
- 四、企业偿债能力分析 259
- 五、企业运营能力分析 259
- 六、企业成长能力分析 259

第十二章 2013-2017年中国糖尿病药物行业发展前景分析 261

第一节 2013-2017年中国糖尿病药物行业发展前景分析 261

一、全球糖尿病药物行业发展前景分析 261

二、我国糖尿病药物行业发展前景分析 261

第二节 2013-2017年中国主要产品发展前景分析 262

一、糖尿病药物市场前景分析 262

二、口服降糖药市场前景分析 262

三、糖尿病中成药市场前景分析 263

四、糖尿病化学药物市场前景分析 264

第十三章 2013-2017年中国医药行业发展趋势分析 265

第一节 2013-2017年中国医药行业发展趋势分析 265

一、2017年全球医药市场发展预测 265

二、2012年中国医药行业市场发展态势 266

三、中国医药市场竞争趋势 269

四、中国医药制造行业预测分析 270

五、2011-2020年全球医药业发展趋势 271

第二节 2013-2017年国际糖尿病药物市场发展趋势分析 272

一、国际糖尿病药消费市场趋势 272

二、2011年世界糖尿病治疗药市场预测 274

三、2011年全球胰岛素市场规模预测 274

四、2012年世界2型糖尿病药物市场规模预测 275

第三节 2013-2017年中国糖尿病药物市场发展趋势分析 276

一、中药降糖市场前景分析 276

二、糖尿病药物细分市场预测 276

三、糖尿病智能药研发预测 278

四、跨国药企布局中国糖尿病药物市场前景分析 279

第十四章 2012年中国糖尿病药物行业投资现状分析 280

第一节 医药行业的投资特征 280

一、医药行业前景 280

二、高技术性 280

三、高投入性 281

四、高风险性 281

五、高收益性 281

六、市场进入壁垒 282

七、集中程度高 282

第二节 2012年糖尿病药品行业投资机会与形势 282

- 一、8500亿元新医改带来的投资机会 282
- 二、2012年医药发展速度及其带来的投资机会 283
- 三、糖尿病市场的产品盈利模式 284

第十五章 2013-2017年中国糖尿病药物行业投资机会与风险分析 285

第一节 2013-2017年中国糖尿病药行业投资风险分析 285

- 一、移植干细胞有望让I型糖尿病摆脱胰岛素 285
- 二、新疗法研发进展状况 286
- 三、干细胞移植不适合群体 289

第二节 2013-2017年中国糖尿病药物市场投资机遇与挑战分析 290

- 一、生物活性对糖尿病药研发影响 290
- 二、糖尿病新药开发状况 291
- 三、投资机遇与挑战分析 292
- 四、糖尿病常用药格列酮类药物不增加心血管风险 292

第三节 2013-2017年中国医药行业投资策略分析 293

- 一、医药行业保持高速增长 293
- 二、医药卫生的市场需求分析 294
- 三、2013年医药行业投资策略 294

第四节 2013-2017年中国长效型糖尿病防治新药 295

- 一、项目概述 295
- 二、项目特点 296
- 三、项目优势 296

第十六章 糖尿病药物市场营销战略分析 297

第一节 产品策略分析 297

- 一、传统中成药发展策略分析 297
- 二、外用剂型药发展策略分析 297

第二节 市场策略分析 297

- 一、糖尿病药物价格策略分析 297
- 二、糖尿病药物渠道策略分析 298

第三节 销售策略分析 298

- 一、媒介选择策略分析 298
- 二、产品定位策略分析 298
- 三、企业宣传策略分析 299

第四节 对我国糖尿病药物品牌的战略思考 299

- 一、企业品牌的重要性 299

- 二、糖尿病药物实施品牌战略的意义 300
- 三、糖尿病药物企业品牌的现状分析 300
- 四、我国糖尿病药物企业的品牌战略 301
- 五、糖尿病药物品牌战略管理的策略 302
- 第五节 糖尿病药物企业经营管理策略 307
 - 一、成本控制策略 307
 - 二、定价策略 307
 - 三、竞争策略 308
 - 四、并购重组策略 308
 - 五、营销策略 309
 - 六、人力资源 309
 - 七、财务管理 309
 - 八、国际化策略 309

通过《2013-2017年中国糖尿病药物市场供需预测与投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/137477.html>