

2018-2024年中国肠内营养 制剂市场供需预测及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国肠内营养制剂市场供需预测及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/huaxue/T61651XM63.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

肠内营养制剂是指应用于临床肠内营养支持的各种产品的统称,其营养成分主要包括平衡的各种蛋白质、氨基酸、糖类、脂肪类、维生素、矿物质、膳食纤维等,其原材料主要来源于陆地动植物提取物。肠内营养(enteral nutrition, EN)是将一些只需化学性消化或不需消化就能吸收的营养液通过口服或管饲注入到患者的胃肠道内,从而提供患者所需要的营养素。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国肠内营养制剂市场供需预测及战略咨询报告》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 14

第一节 肠内营养支持的相关概述 14

一、临床营养支持的概念分析 14

二、营养不良与营养风险筛查 14

三、肠内营养支持的优点分析 16

四、肠内营养适应证与禁忌证 16

五、肠内营养常见并发症分析 17

第二节 肠内营养制剂产品定义、特点 18

一、肠内营养制剂定义及分类 18

二、要素型肠内营养制剂特点 18

三、非要素肠内营养制剂特点 19

四、组件式营养制剂产品现状 22

五、肠内营养制剂的应用选择 23

第二章 国外肠内营养制剂市场发展概况 24

一、世界肠内营养制剂发展历史 24

二、全球肠内营养制剂市场规模 24

三、全球肠内营养制剂生产企业 25

四、全球肠内营养制剂应用情况 25

第三章 中国肠内营养制剂行业发展环境分析 26

第一节 2017年中国宏观经济环境分析 26

一、中国GDP增长情况分析 26

二、工业经济发展形势分析 28

三、社会固定资产投资分析 34

四、全社会消费品零售总额 42

五、城乡居民收入增长分析 46

六、居民消费价格变化分析 47

第二节 肠内营养制剂行业相关政策法规 60

第三节 肠内营养制剂行业社会环境分析 61

一、中国人口数量情况 61

二、中国的城镇化进程 62

三、居民消费观念习惯 62

四、居民食品消费支出 63

第四章 中国肠内营养制剂行业发展特性分析 65

第一节 肠内营养制剂行业发展周期 65

一、行业生命周期理论 65

二、本行业生命周期判断 66

第二节 肠内营养制剂SWOT分析 68

一、肠内营养制剂行业的发展优势 68

二、肠内营养制剂行业存在的劣势 68

三、肠内营养制剂行业的发展机会 69

四、肠内营养制剂行业面临的威胁 69

第三节 肠内营养制剂影响因素分析 69

一、行业有利因素分析 69

- (一) 慢性病和亚健康呈上升趋势 69
- (二) 中国住院人数呈现增长趋势 70
- (三) 中国人口老龄化的趋势增强 70
- (四) 居民医保覆盖范围逐年扩大 71

二、行业不利因素分析 72

- (一) 人们对肠内临床营养的意识淡薄 72
- (二) 临床营养诊断治疗技术研发能力弱 72
- (三) 药品流通政策或推高企业运营成本 73

第五章 中国肠内营养制剂行业发展情况分析 76

第一节 中国肠内营养制剂行业现状分析 76

- 一、中国临床营养治疗的发展现状 76
- 三、中国肠内营养制剂的上市概况 76
- 四、肠内营养制剂的主要生产企业 77
- 五、肠内营养制剂产品的包装变革 78

第二节 中国肠内营养制剂市场需求分析 79

- 一、中国肠内营养制剂消费人群 79
- 二、肠内营养制剂市场需求规模 80
- 三、肠内营养制剂产品需求结构 80

第三节 中国肠内营养制剂市场价格分析 81

- 一、肠内营养制剂产品最高零售限价 81
- 二、肠内营养制剂产品单独定价情况 82

第六章 中国肠内营养制剂行业竞争现状分析 84

第一节 肠内营养制剂行业竞争结构分析 84

- 一、现有企业间竞争 84
- 二、新进入者的威胁 85
- 三、替代品的威胁 86
- 四、供应商议价能力 86
- 五、购买者议价能力 87

第二节 肠内营养制剂市场竞争手段分析 87

- 一、价格竞争分析 87

二、技术竞争分析 88

三、品牌竞争分析 89

第七章 中国肠内营养制剂所属产品进出口情况分析 90

第一节 2013-2017年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口分析 90

一、未列名混合或非混合产品构成的药品进口数量情况 90

二、未列名混合或非混合产品构成的药品进口金额情况 90

三、未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源分析 90

四、未列名混合或非混合产品构成的药品进口均价分析 91

第二节 2013-2017年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口分析 91

一、未列名混合或非混合产品构成的药品出口数量情况 91

二、未列名混合或非混合产品构成的药品出口金额情况 92

三、未列名混合或非混合产品构成的药品出口来源分析 92

四、未列名混合或非混合产品构成的药品出口均价分析 92

第八章 中国肠内营养制剂产品技术发展分析 94

第一节 当前中国肠内营养制剂技术发展现况分析 94

一、中国肠内营养制剂的产品技术现状 94

二、海洋生物肠内营养制剂将实现国产 95

三、海洋生物型肠内营养制剂研究方向 96

第二节 肠内微生态营养制剂关键技术分析 96

一、开展肠道微生态营养研究和临床治疗的意义 96

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 97

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 98

四、开展微生态肠内营养制剂临床应用需要解决的问题 102

第三节 一种整蛋白型肠内营养制剂的研制技术 103

一、配方设计 103

二、材料与方法 104

第九章 国内主要肠内营养制剂企业竞争力分析 106

第一节 纽迪希亚制药(无锡)有限公司 106

一、企业发展基本情况 106

二、企业主要产品分析	106
三、企业主要经济指标	108
四、企业经营效益分析	114
五、企业销售网络分析	115
第二节 华瑞制药有限公司	116
一、企业发展基本情况	116
二、企业主要产品分析	116
三、企业主要经济指标	117
四、企业经营效益分析	122
五、企业销售网络分析	123
六、企业竞争优势分析	123
第三节 上海雅培制药有限公司	124
一、企业发展基本情况	124
二、企业主要产品分析	124
三、企业主要经济指标	125
四、企业经营效益分析	129
五、企业销售网络分析	130
第四节 西安力邦临床营养有限公司	130
一、企业发展基本情况	130
二、企业主要产品分析	131
三、企业销售网络分析	132
四、企业竞争优势分析	132
第五节 广州力衡临床营养品有限公司	133
一、企业发展基本情况	133
二、企业主要产品分析	133
三、企业销售网络分析	135
四、企业竞争优势分析	135
第十章 2018-2024年中国肠内营养制剂发展前景趋势分析	136
第一节 未来肠内营养制剂行业发展趋势分析	136
一、未来临床营养支持发展趋势分析	136
二、肠内营养制剂产品发展趋势分析	142

三、家庭肠内营养产品发展趋势分析 143

第二节 2018-2024年肠内营养制剂行业前景预测 145

一、肠内营养制剂市场发展前景展望 145

二、中国肠内营养制剂潜在市场容量 145

三、未来肠内营养制剂市场规模预测 145

第十一章 2018-2024年中国肠内营养制剂行业投资风险及投资建议 147

第一节 中国肠内营养制剂行业投资环境 147

第二节 肠内营养制剂行业投资风险分析 147

一、产业政策分析 147

二、市场竞争风险 148

三、技术风险分析 148

四、人才竞争风险 149

第三节 肠内营养制剂行业投资策略建议 149

一、坚持企业产品的创新战略 149

二、实施品牌建设的引导战略 149

三、对消费者的观念进行引导 149

第十二章 2018-2024年中国肠内营养制剂目标市场选择及产品推广策略 151 (ZYLH)

第一节 肠内营养制剂市场细分和目标市场选择 151

一、市场细分的概念及意义 151

二、肠内营养制剂市场细分 152

(一) 按地理因素划分市场 152

(二) 按医院等级划分市场 152

三、生产企业目标市场选择 153

(一) 目标市场的细分标准 153

(二) 目标市场的评价选择 154

第二节 肠内营养制剂产品进入目标市场的策略 154

一、无差别性市场策略 154

二、差别性的市场策略 154

三、集中性的市场策略 155

第三节 产品导入期的肠内营养制剂市场推广策略 155

- 一、导入期的产品策略 155
- 二、导入期的价格策略 157
- 三、导入期的渠道策略 158
- 四、导入期的促销策略 159
- 第四节 产品成长期的肠内营养制剂市场推广策略 160
 - 一、维持价格体系的稳定 160
 - 二、挖掘和完善产品功能 160
 - 三、注重销售渠道的维护 161
 - 四、采用有效的促销手段 161
- 第五节 产品成熟期的肠内营养制剂市场推广策略 162
 - 一、新产品的市场导入策略 162
 - 二、价格体系的调整与完善 162
 - 三、对销售渠道的不断完善 162
 - 四、有效、稳定的促销策略 163

图表目录：

- 图表1 百普素和维沃营养成分及特点(500mL) 19
- 图表2 平衡型整蛋白肠内营养制剂(500mL)的营养成分(成人) 20
- 图表3 疾病特异型肠内营养制剂营养成分(500mL) 21
- 图表4 2013-2016年全球肠内营养制剂市场规模 24
- 图表5 2016年GDP初步核算数据 26
- 图表6 2013-2016年GDP环比增长速度 26
- 图表7 2017年1季度GDP初步核算数据 27
- 图表8 GDP环比和同比增长速度 27
- 图表9 2012-2016年中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 29
- 图表10 2012-2016年中国各月累计主营业务收入与主营活动利润同比增速 29
- 图表11 2012-2016年中国各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率 30
- 图表12 2016年分经济类型主营业务收入与主营活动利润同比增速 31
- 图表13 2016年规模以上工业企业主要财务指标 31
- 图表14 2011-2016年我国全社会固定资产投资及其增长率情况 34
- 图表15 2012-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 35
- 图表16 2012-2016年固定资产投资到位资金同比增速 36

- 图表17 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据 37
- 图表18 2012-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 40
- 图表19 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据 40
- 图表20 2011-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度 42
- 图表21 2012-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 43
- 图表22 2016年社会消费品零售总额主要数据 43
- 图表23 2013-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 45
- 图表24 2016年份社会消费品零售总额主要数据 45
- 图表25 2012-2016年全国居民消费价格涨跌幅度 47
- 图表26 2012-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 48
- 图表27 2012-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 49
- 图表28 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 51
- 图表29 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 52
- 图表30 2016年居民消费价格主要数据 52

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huaxue/T61651XM63.html>