

2017-2022年中国糖尿病药物市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国糖尿病药物市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/V35043TR1W.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-10-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国糖尿病药物市场分析与投资前景研究报告》共十六章。报告介绍了糖尿病药物行业相关概述、中国糖尿病药物产业运行环境、分析了中国糖尿病药物行业的现状、中国糖尿病药物行业竞争格局、对中国糖尿病药物行业做了重点企业经营状况分析及中国糖尿病药物产业发展前景与投资预测。您若想对糖尿病药物产业有个系统的了解或者想投资糖尿病药物行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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

糖尿病是一组以高血糖为特征的代谢性疾病。高血糖是由于胰岛素分泌缺陷或其生物作用受损，或两者兼有引起。糖尿病时长期存在的高血糖，导致各种组织，特别是眼、肾、心脏、血管、神经的慢性损害、功能障碍。

糖尿病（diabetsmellitus）是因体内胰岛素分泌不足，以及靶组织细胞对胰岛素敏感性降低而引起的代谢紊乱。根据体内胰岛素的缺失、及受损情况将糖尿病分为：I型糖尿病、II型糖尿病、妊娠期糖尿病及其他类型糖尿病。其中，I型糖尿病占比5%，II型糖尿病占比90%，妊娠糖尿病占比4%，其他糖尿病占比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 5

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 7

三、糖尿病药物的特性 7

第三节 糖尿病流行现状与趋势 9

一、世界糖尿病的现状与流行趋势 9

二、我国糖尿病现状与流行趋势 10

三、糖尿病在我国的发病相关因素 12

第四节 血糖调节药物分类和作用机制 12

一、血糖调节药物作用机理概述 12

| | |
|----------------------------------|----|
| 二、国内上市血糖调节药物产品构成 | 16 |
| 三、血糖调节类药品进入基本医疗保险用药目录情况 | 16 |
| 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 | 22 |
| 第二章 2015年全球糖尿病药物市场发展状况分析 | 26 |
| 第一节 全球糖尿病的现状与流行趋势 | 26 |
| 一、全球糖尿病病患规模 | 26 |
| 二、全球糖尿病发病率 | 27 |
| 第二节 2015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、2015年全球糖尿病药物规模分析 | 28 |
| 三、全球畅销药物及其国产化现状透析 | 29 |
| 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 | 35 |
| 第三节 2015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 | 39 |
| 三、韩国糖尿病药物发展分析 | 41 |
| 四、日本糖尿病药物发展分析 | 41 |
| 第四节 2016-2022年世界糖尿病药物市场前景预测分析 | 43 |
| 第三章 2015年中国糖尿病药市场运营环境分析（PEST分析法） | 44 |
| 第一节 2015年中国宏观经济环境分析 | 44 |
| 一、国民经济运行情况GDP（季度更新） | 44 |
| 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） | 45 |
| 三、全国居民收入情况（季度更新） | 49 |
| 四、恩格尔系数（年度更新） | 50 |
| 五、工业发展形势（季度更新） | 51 |
| 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） | 54 |
| 八、中国汇率调整（人民币升值） | 55 |

| | |
|--|----|
| 九、存贷款基准利率调整情况 | 58 |
| 十、存款准备金率调整情况 | 60 |
| 十一、社会消费品零售总额 | 64 |
| 十二、对外贸易—进出口 | 65 |
| 第二节 2015年中国糖尿病药行业政策环境分析 | 67 |
| 一、卫生部与世界糖尿病基金会签署合作项目 | 67 |
| 二、糖尿病药或入基本药物目录 | 67 |
| 三、糖尿病外用产品化糖贴获准上市 | 68 |
| 四、药监局重修吡格列酮说明书 | 69 |
| 第三节 2015年中国糖尿病药行业社会环境分析 | 70 |
| 一、人口环境分析 | 70 |
| 二、中国居民医疗消费状况分析 | 72 |
| 三、城市化导致生活方式的改变 | 73 |
| 四、老龄化 | 74 |
| 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 |
| 我国糖尿病控制状况不容乐观，5年糖尿病患者人增长近20%。我国糖尿病呈爆发式增长，主要由于潜在糖尿病患者体量大、新增糖尿病患者的增长，及糖尿病患者的生存期延长。2010-2015年我国患糖尿病患者人数 | |
| 资料来源：资料整理 | |
| 二、中国糖尿病发病率 | 78 |
| 三、中国糖尿病发病人群 | 78 |
| 第二节 中国糖尿病药物市场分析 | 79 |
| 一、全国糖尿病药物市场规模及增长 | 79 |
| 二、2015年全国糖尿病药物市场变化趋势 | 80 |
| 三、中国糖尿病治疗药物市场容量 | 81 |
| 四、国内畅销糖尿病药物排名 | 81 |
| 第三节 糖尿病药物市场需求分析 | 82 |
| 一、糖尿病药物市场销量分析 | 82 |
| 二、2015年糖尿病药物市场用量分析 | 85 |

| | |
|------------------------|-----|
| 第四节 糖尿病药物市场价格分析 | 88 |
| 一、糖尿病药物市场价格影响因素 | 88 |
| 二、2015年糖尿病药物市场价格走势 | 89 |
| 第五节 对中国糖尿病药物市场的分析及思考 | 90 |
| 一、糖尿病药物市场特点 | 90 |
| 二、糖尿病药物市场分析 | 93 |
| 三、糖尿病药物市场变化的方向 | 95 |
| 四、中国糖尿病药物产业发展的新思路 | 95 |
| 五、对中国糖尿病药物产业发展的思考 | 96 |
| 第五章 2015年中国糖尿病药物消费市场分析 | 98 |
| 第一节 糖尿病药物市场特征分析 | 98 |
| 一、糖尿病药物市场消费特征 | 98 |
| 二、糖尿病药物消费者行为分析 | 98 |
| 三、糖尿病药物市场特征分析 | 99 |
| 第二节 消费行为及心理分析 | 99 |
| 一、主要城市糖尿病药物市场调查 | 99 |
| 二、消费者治疗糖尿病的方法 | 99 |
| 三、消费者治疗糖尿病的花费 | 111 |
| 第三节 连锁药店市场分析 | 111 |
| 一、连锁药店市场分析 | 111 |
| 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 | 116 |
| 九、辽宁成大方圆 | 117 |
| 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 | 120 |
| 第一节 促胰岛素分泌类药物 | 120 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 一、 甲苯磺丁脲 (D860) | 120 |
| 二、 格列本脲 | 125 |
| 三、 格列喹酮 | 130 |
| 四、 格列吡嗪 | 132 |
| 五、 格列齐特 | 136 |
| 六、 格列美脲 | 138 |
| 七、 瑞格列奈 | 141 |
| 八、 那格列奈 | 144 |
| 九、 GLP-1 受体激动剂 | 148 |
| 十、 DPP-4 抑制剂 | 149 |
| 第二节 双胍类 | 150 |
| 第三节 A-糖苷酶抑制剂类药物 | 151 |
| 一、 阿卡波糖 | 151 |
| 二、 伏格列波糖 | 152 |
| 第四节 胰岛素增敏剂类药物 | 154 |
| 一、 罗格列酮 | 154 |
| 二、 吡咯列酮 | 155 |
| 第五节 胰岛素市场被寡头垄断 | 156 |
| 一、 胰岛素的分类 | 156 |
| 二、 胰岛素研发进展 | 159 |
| 第六节 中药降糖药市场潜力 | 162 |
| 第七节 糖尿病相关医疗器械 | 163 |
| 一、 血糖仪市场有望加速增长 | 163 |
| 二、 胰岛素泵在国内仍是小众市场 | 164 |
| 第七章 中国糖尿病治疗药物商品名、价格及医保目录 | 169 |
| 第一节 中国糖尿病治疗药物商品名及价格 | 169 |
| 第二节 进入医保目录的中国糖尿病治疗药物 | 209 |
| 第八章 2015年中国糖尿病药物细分产业发展分析 | 217 |
| 第一节 磺酰脲类药物市场分析 | 217 |
| 一、 2015年格列吡嗪 (GLIPIZIDE) 市场分析 | 217 |
| 二、 2015年格列喹酮 (GLIQUIDONE) 市场分析 | 218 |
| 三、 2015年格列齐特 (GLICLAZIDE) 市场分析 | 219 |

| | |
|--|-----|
| 四、2015年格列美脲 (GLIMEPIRIDE) 市场分析 | 220 |
| 五、2015年格列本脲 (GLIBENCLAMIDE) 市场分析 | 221 |
| 六、2015年甲苯磺丁脲 (TOLBUTAMIDE) 市场分析 | 222 |
| 第二节 双胍类降糖药市场分析 | 223 |
| 一、2015年双胍类药物市场总额 | 223 |
| 二、2015年二甲双胍 (METFORMIN) 市场分析 | 225 |
| 第三节 α -葡萄糖苷酶抑制剂 | 226 |
| 一、2015年阿卡波糖 (ACARBOSE) 市场分析 | 226 |
| 二、2015年伏格列波糖 (VOGLIBOSE) 市场分析 | 227 |
| 第四节 胰岛素增敏剂 | 228 |
| 一、2015年罗格列酮市场分析 | 228 |
| 二、2015年吡格列酮市场分析 | 229 |
| 第五节 膳食葡萄糖调节剂 (促胰岛素分泌剂) | 230 |
| 一、2015年瑞格列奈 (REPAGLINIDE) 市场分析 | 230 |
| 二、2015年那格列奈 (胺) (NATEGLINIDE/STARLIX) 市场分析 | 232 |
| 第六节 胰岛素类 | 232 |
| 一、2015年胰岛素类药物市场分析 | 232 |
| 二、2015-2022年胰岛素类药物市场趋势 | 233 |
| 第七节 中成药类 | 234 |
| 一、2015年中成药类药物市场分析 | 234 |
| 二、2016-2022年中成药类药物市场趋势 | 235 |
| 第八节 口服降糖药 | 236 |
| 一、2015年口服降糖药市场分析 | 236 |
| 二、2016-2022年口服降糖药市场趋势 | 237 |
| 第九节 重点品种临床评价 | 237 |
| 一、格列齐特临床评价 | 237 |
| 二、格列吡嗪临床评价 | 238 |
| 三、格列喹酮临床评价 | 239 |
| 四、格列本脲临床评价 | 239 |
| 五、格列美脲临床评价 | 239 |
| 六、二甲双胍临床评价 | 240 |
| 七、阿卡波糖临床评价 | 240 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 八、伏格列波糖临床评价 | 241 |
| 九、罗格列酮临床评价 | 241 |
| 十、吡格列酮临床评价 | 242 |
| 十一、瑞格列奈临床评价 | 242 |
| 第九章 2015年中国糖尿病药物行业市场竞争格局分析 | 244 |
| 第一节 跨国药企在华糖尿病药物市场扩张分析 | 244 |
| 一、各大跨国药企扩张状况分析 | 244 |
| 二、跨国药企布局中国糖尿病药物研发市场分析 | 246 |
| 三、糖尿病中西用药市场竞争格局 | 247 |
| 四、新型糖尿病治疗药物百泌达在中国上市 | 249 |
| 五、2012年美国糖尿病新药冲击国内市场 | 249 |
| 第二节 2015年国内企业在胰岛素市场竞争分析 | 250 |
| 一、糖尿病高发率对胰岛素需求影响 | 250 |
| 二、国内企业突破洋货重围 | 250 |
| 三、国内企业在中东国家市场竞争分析 | 252 |
| 四、中国糖尿病药企业竞争动向分析 | 253 |
| 第十章 中国糖尿病药物企业提升竞争力策略分析 | 255 |
| 第一节 2014-2015年中国糖尿病药物市场竞争策略分析 | 255 |
| 一、领先者市场竞争策略 | 255 |
| 二、挑战者市场竞争策略 | 255 |
| 三、追随者的市场竞争策略 | 255 |
| 四、补缺者的市场竞争策略 | 255 |
| 第二节 糖尿病用药广告投放监测分析 | 256 |
| 一、糖尿病用药广告投放整体分析 | 256 |
| 二、糖尿病用药平面广告投放分析 | 256 |
| 三、糖尿病用药网络广告投放分析 | 257 |
| 第十一章 2015年中国糖尿病药物重点企业运营财务指标分析 | 258 |
| 第一节 华东医药股份有限公司 | 258 |
| 一、企业概况 | 258 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 259 |
| 三、企业盈利能力分析 | 259 |
| 四、企业偿债能力分析 | 260 |

| | |
|--------------------|-----|
| 五、企业运营能力分析 | 261 |
| 六、企业成长能力分析 | 262 |
| 第二节 华润双鹤药业股份有限公司 | 262 |
| 一、企业概况 | 262 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 263 |
| 三、企业盈利能力分析 | 264 |
| 四、企业偿债能力分析 | 265 |
| 五、企业运营能力分析 | 266 |
| 六、企业成长能力分析 | 266 |
| 第三节 通化东宝集团有限公司 | 267 |
| 一、企业概况 | 267 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 268 |
| 三、企业盈利能力分析 | 268 |
| 四、企业偿债能力分析 | 269 |
| 五、企业运营能力分析 | 270 |
| 六、企业成长能力分析 | 271 |
| 第四节 江苏万邦生化医药股份有限公司 | 271 |
| 一、企业概况 | 271 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 273 |
| 三、企业盈利能力分析 | 273 |
| 四、企业偿债能力分析 | 273 |
| 五、企业运营能力分析 | 274 |
| 六、企业成长能力分析 | 274 |
| 第五节 中美上海施贵宝制药有限公司 | 274 |
| 一、企业概况 | 274 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 275 |
| 三、企业盈利能力分析 | 275 |
| 四、企业偿债能力分析 | 275 |
| 五、企业运营能力分析 | 276 |
| 六、企业成长能力分析 | 276 |
| 第六节 辉瑞制药有限公司 | 276 |
| 一、企业概况 | 276 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、企业主要经济指标分析 | 277 |
| 三、企业盈利能力分析 | 278 |
| 四、企业偿债能力分析 | 279 |
| 五、企业运营能力分析 | 281 |
| 六、企业成长能力分析 | 283 |
| 第七节 葛兰素史克制药（苏州）有限公司 | 283 |
| 一、企业概况 | 283 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 284 |
| 三、企业盈利能力分析 | 284 |
| 四、企业偿债能力分析 | 284 |
| 五、企业运营能力分析 | 285 |
| 六、企业成长能力分析 | 285 |
| 第八节 诺和诺德（中国）制药有限公司 | 285 |
| 一、企业概况 | 285 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 287 |
| 三、企业盈利能力分析 | 287 |
| 四、企业偿债能力分析 | 287 |
| 五、企业运营能力分析 | 288 |
| 六、企业成长能力分析 | 288 |
| 第十二章 2016-2022年中国糖尿病药物行业发展前景分析 | 289 |
| 第一节 2016-2022年中国糖尿病药物行业发展前景分析 | 289 |
| 一、全球糖尿病药物行业发展前景分析 | 289 |
| 二、我国糖尿病药物行业发展前景分析 | 290 |
| 第二节 2016-2022年中国主要产品发展前景分析 | 290 |
| 一、糖尿病药物市场前景分析 | 290 |
| 二、口服降糖药市场前景分析 | 291 |
| 三、糖尿病中成药市场前景分析 | 292 |
| 四、糖尿病化学药物市场前景分析 | 294 |
| 第十三章 2016-2022年中国医药行业发展趋势分析 | 295 |
| 第一节 2016-2022年中国医药行业发展趋势分析 | 295 |
| 一、2017年全球医药市场发展预测 | 295 |
| 二、2015年中国医药行业市场发展态势 | 295 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 三、中国医药市场竞争趋势 | 297 |
| 四、中国医药制造行业预测分析 | 297 |
| 五、2016-2022年全球医药业发展趋势 | 298 |
| 第二节 2016-2022年国际糖尿病药物市场发展趋势分析 | 299 |
| 一、国际糖尿病药消费市场趋势 | 299 |
| 二、2016年世界糖尿病治疗药市场预测 | 301 |
| 三、2016年全球胰岛素市场规模预测 | 302 |
| 四、2016年世界2型糖尿病药物市场规模预测 | 303 |
| 第三节 2016-2022年中国糖尿病药物市场发展趋势分析 | 303 |
| 一、中药降糖市场前景分析 | 303 |
| 二、糖尿病药物细分市场预测 | 304 |
| 三、糖尿病智能药研发预测 | 306 |
| 四、跨国药企布局中国糖尿病药物市场前景分析 | 306 |
| 第十四章 2016年中国糖尿病药物行业投资现状分析 | 307 |
| 第一节 医药行业的投资特征 | 307 |
| 一、医药行业前景 | 307 |
| 二、高技术性 | 307 |
| 三、高投入性 | 307 |
| 四、高风险性 | 308 |
| 五、高收益性 | 308 |
| 六、市场进入壁垒 | 309 |
| 七、集中程度高 | 309 |
| 第二节 2016年糖尿病药品行业投资机会与形势 | 310 |
| 一、8500亿元新医改带来的投资机会 | 310 |
| 二、2016年医药发展速度及其带来的投资机会 | 310 |
| 三、糖尿病市场的产品盈利模式 | 311 |
| 第十五章 2016-2022年中国糖尿病药物行业投资机会与风险分析 | 312 |
| 第一节 2016-2022年中国糖尿病药物行业投资风险分析 | 312 |
| 一、新型药品面市的替代风险 | 312 |
| 二、糖尿病药物并发症风险 | 313 |
| 第二节 2016-2022年中国糖尿病药物市场投资机遇与挑战分析 | 315 |
| 一、生物活性对糖尿病药研发影响 | 315 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 二、糖尿病新药开发状况 | 316 |
| 三、投资机遇与挑战分析 | 317 |
| 四、糖尿病常用药格列酮类药物不增加心血管风险 | 317 |
| 第三节 2016-2022年中国医药行业投资策略分析 | 318 |
| 一、医药行业保持高速增长 | 318 |
| 二、医药卫生的市场需求分析 | 318 |
| 三、2015年医药行业投资策略 | 319 |
| 第四节 2016-2022年中国长效型糖尿病防治新药 | 320 |
| 一、项目概述 | 320 |
| 二、项目特点 | 320 |
| 三、项目优势 | 320 |
| 第十六章 糖尿病药物市场营销战略分析 | 321 |
| 第一节 产品策略分析 | 321 |
| 一、传统中成药发展策略分析 | 321 |
| 二、外用剂型药发展策略分析 | 321 |
| 第二节 市场策略分析 | 321 |
| 一、糖尿病药物价格策略分析 | 321 |
| 二、糖尿病药物渠道策略分析 | 322 |
| 第三节 销售策略分析 | 322 |
| 一、媒介选择策略分析 | 322 |
| 二、产品定位策略分析 | 322 |
| 三、企业宣传策略分析 | 323 |
| 第四节 对我国糖尿病药物品牌的战略思考 | 323 |
| 一、企业品牌的重要性 | 323 |
| 二、糖尿病药物实施品牌战略的意义 | 324 |
| 三、糖尿病药物企业品牌的现状分析 | 324 |
| 四、我国糖尿病药物企业的品牌战略 | 325 |
| 五、糖尿病药物品牌战略管理的策略 | 326 |
| 第五节 糖尿病药物企业经营管理策略 | 331 |
| 一、成本控制策略 | 331 |
| 二、定价策略 | 334 |
| 三、竞争策略 | 335 |

四、并购重组策略 335

五、营销策略 335

六、人力资源 336

七、财务管理 336

八、国际化策略 336

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V35043TR1W.html>