

2012-2016年中国糖尿病药物行业深度调研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

《2012-2016年中国糖尿病药物行业深度调研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/xiyao1112/F643827DHZ.html>

【报告价格】 纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2011-12-03

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国糖尿病药物行业深度调研与投资前景研究报告》详尽描述了中国糖尿病治疗药行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对糖尿病治疗药需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对糖尿病治疗药行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助糖尿病治疗药企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国医药行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。

通过《2012-2016年中国糖尿病药物行业深度调研与投资前景研究报告》，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。

随着人们的生活水平不断提高，在营养过剩及工作压力过大的交叉影响下，糖尿病的发生率在快速攀升。调查的结果显示，在我国20岁以上人群中，男性和女性糖尿病患病率分别为10.6%和8.8%，总体患病串已达9.7%。随着年龄的增长，糖尿病的发生几率逐渐增加，至60岁达到高峰。目前我国糖尿病患病人数已达9200万以上，其中，老年人群糖尿病患病率高达17.7%，而国内糖耐量低下人群高达1.48亿以上。我国糖尿病病人也在逐年递增，而且呈年轻化趋势。2005年全球糖尿病药物已达到了186亿美元的市场规模，比上一年增长了11.5%。2006年的全球糖尿病药物市场规模超过200亿美元大关，2008年为272亿美元，2016年这一数字可能达到500亿美元。

在已经开发的100多种抗高血糖药物中，活跃在我国市场上的品种占据了30%。目前常用的抗糖尿病化学药物按作用机理分类，主要有胰岛素及其类似物、磺酰脲类、双胍类、 α -葡萄糖苷酶抑制剂、噻唑烷二酮衍生物、促胰岛素分泌剂和中成药七大类品种。据不完全统计，至2006年3月，国家食品药品监督管理局（SFDA）已颁发的进口、国产注册文号已达到了1139个，可见这类药物吸引着国内外众多厂商的目光。从2006年上半年国内样本医院药品市场看，抗糖尿病类药物是一个平稳增长的类别，虽然属于内分泌及代谢调节用药的亚类，

但是却比其高出9个百分点，从而使抗糖尿病类药物市场的增长率达到了24.51%。2006年进入样本医院的抗糖尿病药物与胰岛素总共有25个品种，胰岛素占据了26%的市场份额，口服降糖类物质占据了74%。在口服糖尿病用药中，口服中成药和口服西药占据了绝对优势。增长最快的品种是非磺脲类结构的胰岛素分泌促进剂、噻唑烷二酮类、 α -葡萄糖苷酶抑制剂3大类品种。而双胍类、胰岛素类药物和第三代磺酰脲类增长呈现出中低速状态，第三代磺酰脲类的格列齐特、格列吡嗪和动物胰岛素处于低速增长和负增长状态。

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 2011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 2011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、2011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 2011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 2012-2016年世界糖尿病药物市场前景预测分析 44

第三章 2011年中国糖尿病药市场运营环境分析 47

第一节 2011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） 53

六、固定资产投资情况（季度更新） 54

七、财政收支状况（年度更新） 56

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 60

十、存款准备金率调整情况 63

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 2011年中国糖尿病药行业政策环境分析 65

一、卫生部与世界糖尿病基金会签署合作项目 65

- 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、2011年药监局重修吡格列酮说明书 67
- 第三节 2011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 2011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、2011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、2011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、2010年糖尿病药物市场价格走势 90
- 三、2011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 93

五、对中国糖尿病药物产业发展的思考 94

第五章 2011年中国糖尿病药物消费市场分析 96

第一节 糖尿病药物市场特征分析 96

一、糖尿病药物市场消费特征 96

二、糖尿病药物消费者行为分析 96

三、糖尿病药物市场特征分析 96

第二节 消费行为及心理分析 97

一、主要城市糖尿病药物市场调查 97

二、消费者治疗糖尿病的方法 97

三、消费者治疗糖尿病的花费 108

第三节 连锁药店市场分析 109

一、连锁药店市场分析 109

二、重庆和平药房连锁有限公司 112

三、天津中新药业连锁药店 112

四、重庆桐君阁大药房连锁 113

五、深圳一致 113

六、青岛国风大药房连锁 114

七、四川天诚大药房 115

八、中联大药房 116

九、辽宁成大方圆 117

十、黄庆仁栈药店 117

十一、海王星辰 118

第六章 2011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 120

三、格列喹酮 121

四、格列吡嗪 122

五、格列齐特 123

六、格列美脲 124

七、瑞格列奈 124

八、那格列奈 126

九、GLP-1 受体激动剂 127

十、DPP-4 抑制剂 128

第二节 双胍类 128

第三节 A-糖苷酶抑制剂类药物 130

一、阿卡波糖 130

二、伏格列波糖 131

第四节 胰岛素增敏剂类药物 131

一、罗格列酮 131

二、吡咯列酮 132

第五节 胰岛素市场被寡头垄断 133

一、胰岛素的分类 133

二、胰岛素研发进展 136

第六节 中药降糖药市场潜力 137

第七节 糖尿病相关医疗器械 138

一、血糖仪市场有望加速增长 138

二、胰岛素泵在国内仍是小众市场 139

第七章 中国糖尿病治疗药物商品名、价格及医保目录 141

第一节 中国糖尿病治疗药物商品名及价格 141

第二节 进入医保目录的中国糖尿病治疗药物 170

第八章 2011年中国糖尿病药物细分产业发展分析 176

第一节 磺酰脲类药物市场分析 176

一、2011年格列吡嗪（GLIPIZIDE）市场分析 176

二、2011年格列喹酮（GLIQUIDONE）市场分析 176

三、2011年格列齐特（GLICLAZIDE）市场分析 177

四、2011年格列美脲（GLIMEPIRIDE）市场分析 177

五、2011年格列本脲（GLIBENCLAMIDE）市场分析 178

六、2011年甲苯磺丁脲（TOLBUTAMIDE）市场分析 178

第二节 双胍类降糖药市场分析 179

一、2011年双胍类药物市场总额	179
二、2011年二甲双胍（METFORMIN）市场分析	179
第三节 α -葡萄糖苷酶抑制剂	179
一、2011年阿卡波糖（ACARBOSE）市场分析	179
二、2011年伏格列波糖（VOGLIBOSE）市场分析	180
第四节 胰岛素增敏剂	181
一、2011年罗格列酮市场分析	181
二、2011年吡格列酮市场分析	183
第五节 膳食葡萄糖调节剂（促胰岛素分泌剂）	184
一、2011年瑞格列奈（REPAGLINIDE）市场分析	184
二、2011年那格列奈（胺）（NATEGLINIDE/STARLIX）市场分析	185
第六节 胰岛素类	185
一、2011年胰岛素类药物市场分析	185
二、2012-2016年胰岛素类药物市场趋势	186
第七节 中成药类	186
一、2011年中成药类药物市场分析	186
二、2012-2016年中成药类药物市场趋势	187
第八节 口服降糖药	188
一、2011年口服降糖药市场分析	188
二、2012-2016年口服降糖药市场趋势	188
第九节 重点品种临床评价	188
一、格列齐特临床评价	188
二、格列吡嗪临床评价	189
三、格列喹酮临床评价	189
四、格列本脲临床评价	190
五、格列美脲临床评价	190
六、二甲双胍临床评价	190
七、阿卡波糖临床评价	192
八、伏格列波糖临床评价	192
九、罗格列酮临床评价	193
十、吡格列酮临床评价	193
十一、瑞格列奈临床评价	194

第九章 2011年中国糖尿病药物行业市场竞争格局分析 196

第一节 跨国药企在华糖尿病药物市场扩张分析 196

- 一、各大跨国药企扩张状况分析 196
 - 二、跨国药企布局中国糖尿病药物研发市场分析 200
 - 三、糖尿病中西用药市场竞争格局 201
 - 四、新型糖尿病治疗药物百泌达在中国上市 203
 - 五、2011年美国糖尿病新药冲击国内市场 203
- ### 第二节 2011年国内企业在胰岛素市场竞争分析 205
- 一、糖尿病高发率对胰岛素需求影响 205
 - 二、国内企业突破洋货重围 205
 - 三、国内企业在中东国家市场竞争分析 207
 - 四、中国糖尿病药企业竞争动向分析 207

第十章 2011年中国糖尿病药物企业提升竞争力策略分析 210

第一节 2011年中国糖尿病药物市场竞争策略分析 210

- 一、领先者市场竞争策略 210
- 二、挑战者市场竞争策略 210
- 三、追随者的市场竞争策略 210
- 四、补缺者的市场竞争策略 210

第二节 糖尿病用药广告投放监测分析 211

- 一、糖尿病用药广告投放整体分析 211
- 二、糖尿病用药平面广告投放分析 211
- 三、糖尿病用药网络广告投放分析 212

第十一章 2011年中国糖尿病药物重点企业运营财务指标分析 213

第一节 华东医药集团公司 213

- 一、企业概况 213
- 二、企业主要经济指标分析 213
- 三、企业盈利能力分析 215
- 四、企业偿债能力分析 216
- 五、企业运营能力分析 217
- 六、企业成长能力分析 217

第二节 北京双鹤药业股份有限公司 218

一、企业概况 218

二、企业主要经济指标分析 218

三、企业盈利能力分析 220

四、企业偿债能力分析 221

五、企业运营能力分析 222

六、企业成长能力分析 222

第三节 通化东宝集团有限公司 223

一、企业概况 223

二、企业主要经济指标分析 224

三、企业盈利能力分析 225

四、企业偿债能力分析 226

五、企业运营能力分析 227

六、企业成长能力分析 228

第四节 徐州万邦生化制药有限公司 228

一、企业概况 228

二、企业主要经济指标分析 229

三、企业盈利能力分析 230

四、企业偿债能力分析 230

五、企业运营能力分析 231

六、企业成长能力分析 231

第五节 中美上海施贵宝制药有限公司 231

一、企业概况 231

二、企业主要经济指标分析 233

三、企业盈利能力分析 234

四、企业偿债能力分析 234

五、企业运营能力分析 235

六、企业成长能力分析 235

第六节 辉瑞制药有限公司 235

一、企业概况 235

二、企业主要经济指标分析 235

三、企业盈利能力分析 236

四、企业偿债能力分析 236

五、企业运营能力分析 237

六、企业成长能力分析 237

第七节 葛兰素史克制药（苏州）有限公司 238

一、企业概况 238

二、企业主要经济指标分析 238

三、企业盈利能力分析 239

四、企业偿债能力分析 239

五、企业运营能力分析 240

六、企业成长能力分析 240

第八节 诺和诺德(中国)制药有限公司 240

一、企业概况 240

二、企业主要经济指标分析 242

三、企业盈利能力分析 242

四、企业偿债能力分析 243

五、企业运营能力分析 243

六、企业成长能力分析 243

第十二章 2012-2016年中国糖尿病药物行业发展前景分析 245

第一节 2012-2016年中国糖尿病药物行业发展前景分析 245

一、全球糖尿病药物行业发展前景分析 245

二、我国糖尿病药物行业发展前景分析 245

第二节 2012-2016年中国主要产品发展前景分析 246

一、糖尿病药物市场前景分析 246

二、口服降糖药市场前景分析 246

三、糖尿病中成药市场前景分析 247

四、糖尿病化学药物市场前景分析 248

第十三章 2012-2016年中国医药行业发展趋势分析 249

第一节 2012-2016年中国医药行业发展趋势分析 249

一、2015年全球医药市场发展预测 249

二、2011年中国医药行业市场发展态势 250

三、中国医药市场竞争趋势	253
四、中国医药制造行业预测分析	254
五、2011-2020年全球医药业发展趋势	255
第二节 2012-2016年国际糖尿病药物市场发展趋势分析	256
一、国际糖尿病药消费市场趋势	256
二、2011年世界糖尿病治疗药市场预测	258
三、2011年全球胰岛素市场规模预测	259
四、2012年世界Ⅱ型糖尿病药物市场规模预测	259
第三节 2012-2016年中国糖尿病药物市场发展趋势分析	260
一、中药降糖市场前景分析	260
二、糖尿病药物细分市场预测	260
三、糖尿病智能药研发预测	263
四、跨国药企布局中国糖尿病药物市场前景分析	263

第十四章 2011年中国糖尿病药物行业投资现状分析 264

第一节 医药行业的投资特征 264

- 一、医药行业前景 264
- 二、高技术性 264
- 三、高投入性 265
- 四、高风险性 265
- 五、高收益性 265
- 六、市场进入壁垒 266
- 七、集中程度高 266

第二节 2011年糖尿病药品行业投资机会与形势 266

- 一、8500亿元新医改带来的投资机会 266
- 二、2011年医药发展速度及其带来的投资机会 267
- 三、糖尿病市场的产品盈利模式 268

第十五章 2012-2016年中国糖尿病药物行业投资机会与风险分析 269

第一节 2012-2016年中国糖尿病药行业投资风险分析 269

- 一、移植干细胞有望让Ⅰ型糖尿病摆脱胰岛素 269
- 二、新疗法研发进展状况 270

三、干细胞移植不适合群体 273

第二节 2012-2016年中国糖尿病药物市场投资机遇与挑战分析 274

一、生物活性对糖尿病药研发影响 274

二、糖尿病新药开发状况 275

三、投资机遇与挑战分析 276

四、糖尿病常用药格列酮类药物不增加心血管风险 276

第三节 2012-2016年中国医药行业投资策略分析 277

一、医药行业保持高速增长 277

二、医药卫生的市场需求分析 278

三、2011年医药行业投资策略 278

第四节 2012-2016年中国长效型糖尿病防治新药 279

一、项目概述 279

二、项目特点 280

三、项目优势 280

第十六章 糖尿病药物市场营销战略分析 281

第一节 产品策略分析 281

一、传统中成药发展策略分析 281

二、外用剂型药发展策略分析 281

第二节 市场策略分析 281

一、糖尿病药物价格策略分析 281

二、糖尿病药物渠道策略分析 282

第三节 销售策略分析 282

一、媒介选择策略分析 282

二、产品定位策略分析 282

三、企业宣传策略分析 283

第四节 对我国糖尿病药物品牌的战略思考 283

一、企业品牌的重要性 283

二、糖尿病药物实施品牌战略的意义 284

三、糖尿病药物企业品牌的现状分析 284

四、我国糖尿病药物企业的品牌战略 285

五、糖尿病药物品牌战略管理的策略 286

第五节 糖尿病药物企业经营管理策略 291

一、成本控制策略 291

二、定价策略 291

三、竞争策略 292

四、并购重组策略 292

五、营销策略 293

六、人力资源 293

七、财务管理 293

八、国际化策略 293

本报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xiyao1112/F643827DHz.html>