

2021-2027年中国新冠检测 试剂盒市场深度研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国新冠检测试剂盒市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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.chinairr.org/report/R10/R1005/202107/12-417437.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

截至2020年3月底，国内新冠检测数量（含核酸及抗体检测）在1500万人份以上，包含确诊患者、高危人群以及疑似病例的排除等，其中国内确诊患者从确诊到出院全流程至少需要检测5次。核酸检测收费国内基本上在150元-270元（各地区及检测机构有所差异，主要分为医院和第三方检测机构，第三方检测机构价格高于医院），抗体检测收费在100元左右，绝大多数医保承担，部分自费隔离患者自己承担。

4月24日，湖北省在全国范围内率先开始新冠病毒检测试剂集中采购。4月26日，湖北省药械集中采购服务平台发布《湖北省新型冠状病毒相关检测试剂集中采购拟中选企业公示》，本次湖北新冠病毒检测试剂集采共有19家企业申报竞价，其中14家申报核酸检测试剂组，5家申报抗体检测试剂组。结果共有4家企业中标核酸检测试剂盒（迈克生物、达安基因、武汉明德生物、华大生物），2家企业中标检测试剂盒（珠海丽珠、南京诺唯赞），采购执行周期原则上为1年。我们以中标公司报价的平均值作为检测试剂的平均出厂价，计算得出核酸检测产品平均出厂价为21.417元，抗体检测产品平均出厂价13.393元。我们预计后续其他省份也将陆续开展集采工作，新冠检测收费价格也将对应下降。湖北省新型冠状病毒相关检测试剂集中采购拟中选企业名单及报价

湖北省新型冠状病毒相关检测试剂集中采购拟中选企业名单及报价		类别	注册人名称
报价价格（元）		核酸检测试剂	迈克生物股份有限公司
16780			中山大学达安基因股份有限公司
19998			武汉明德生物科技股份有限公司
			23900
			华大生物科技（武汉）有限公司
			24990
			抗体检测试剂
			珠海丽珠试剂股份有限公司
			12900
			南京诺唯赞医疗科技有限公司
			13885

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国新冠检测试剂盒市场深度研究与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了新冠检测试剂盒行业市场发展环境、新冠检测试剂盒整体运行态势等，接着分析了新冠检测试剂盒行业市场运行的现状，然后介绍了新冠检测试剂盒市场竞争格局。随后，报告对新冠检测试剂盒做了重点企业经营状况分析，最后分析了新冠检测试剂盒行业发展趋势与投资预测。您若想对新冠检测试剂盒产业有个系统的了解或者想投资新冠检测试剂盒行业，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 新冠检测试剂盒行业发展综述

1.1 新冠检测试剂盒行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 新冠检测试剂盒行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 新冠检测试剂盒行业在国民经济中的地位

1.2.3 新冠检测试剂盒行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）新冠检测试剂盒行业生命周期

1.3 最近3-5年中国新冠检测试剂盒行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 新冠检测试剂盒行业运行环境分析

2.1 新冠检测试剂盒行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 新冠检测试剂盒行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 新冠检测试剂盒行业社会环境分析

2.3.1 新冠检测试剂盒产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 新冠检测试剂盒产业发展对社会发展的影响

2.4 新冠检测试剂盒行业技术环境分析

2.4.1 新冠检测试剂盒技术分析

2.4.2 新冠检测试剂盒技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国新冠检测试剂盒所属行业运行分析

3.1 我国新冠检测试剂盒行业发展状况分析

3.1.1 我国新冠检测试剂盒行业发展阶段

3.1.2 我国新冠检测试剂盒行业发展总体概况

3.1.3 我国新冠检测试剂盒行业发展特点分析

3.2 2015-2019年新冠检测试剂盒行业发展现状

2020年3月以来，国外疫情爆发，先是在欧美等发达国家迅速传播，近期第三世界国家如南美、非洲等地疫情日渐严重，同时暴露出新冠检测试剂盒供应不足的问题，我们选择一些典型的发达国家以及发展中国家对于未来几个月全球（除中国）新冠试剂盒的需求进行测算。根据现有各国新型冠状病毒确诊情况以及检测情况的数据，我们选取了目前确诊人数大于5000的国家，推算了整个疫情期间各国的检测试剂需求量。首先计算出“现已检测总次数/总确诊数”，对疫情发展做出“情景1”、“情景2”、“情景3”三种假设情况下的预测。在情景1下，我们假设发达国家未来新增患者数是现在确诊人数的2倍，发展中国家未来新增患者数是现在确诊人数的4倍；情景2按照发达国家3倍、发展中国家5倍；情景3按照发达国家4倍、发展中国家6倍进行假设，以此为基础推算出未来预计需要检测的次数。同时，对于未来疫情好转之后的常态化检测也进行预估，假设发达国家总人口的检测比率为5%，发展中国家相对低一些为3%。

由于发展中国家医疗服务能力较低，医疗物资非常匮乏，通常检测标准较低。假设：1）发达国家确诊患者治愈出院需要经过两次检测，而在发展中国家只需进行一次检测。2）发达国家核酸试剂盒平均出厂价32.2元，抗体试剂盒平均出厂价20.1元（按照比国内价格高50%计算）。所有检测试剂盒中70%为核酸试剂盒，30%为抗体试剂盒。3）发展中国家的试剂盒平均出

厂价要低于发达国家，假设核酸试剂盒平均出厂价27.9元，抗体试剂盒平均出厂价17.5元（按照比国内价格高30%计算）。使用的所有检测试剂盒中30%为核酸试剂盒，70%为抗体试剂盒。

最终预测得到，在情景1假设下，全球（除中国）新增市场规模将合计超过10.78亿美元；在情景2假设下，全球（除中国）新增市场规模将合计超过11.84亿美元；在情景3假设下，全球（除中国）新增市场规模将合计超过12.90亿美元。表11以情景2为例，测算疫情发展期间现存患者、预计新增患者需要检测的次数，以及疫情达到平稳状态后常态化检测的需求：疫情期间国外新型冠状病毒试剂盒市场规模测算（不含常态化检测）

发达国家		发展中国家		全球市场(亿美元)	
预计新增患者数/现总确诊数		检测试剂市场(亿美元)		疫情发展情况	
预计新增患者数/现总确诊数		检测试剂市场(亿美元)			
情景1	2	1.73	4	1.05	
2.78		情景2	3	2.54	
5	1.3	3.84	情景3		
4	3.34	6	1.56	4.91	

数据来源：公开资料整理国外新型冠状病毒试剂盒市场规模测算（情景2、含常态化检测）

发达国家		发展中国家	
检测次数（次）		市场规模（元）	
检测次数（次）		市场规模（元）	
核酸检测	80,459,107	2,590,783,258	核酸检测
74,229,391	2,070,999,998	抗体检测	
34,482,475	693,097,739	抗体检测	
173,201,911	3,031,033,450	总体	
114,941,582	3,283,880,998	总体	247,431,302
5,102,033,447	假设检测中核酸检测占比70%，抗体检测占比30%		

假设核酸检测出厂价32.2元，抗体检测出厂价20.1元（按照比国内价格高50%计算）

假设检测中核酸检测占比30%，抗体检测占比70%假设核酸检测出厂价27.9元，抗体检测出厂价17.5元（按照比国内价格高30%计算）

国外检测试剂市场规模>83.86亿人民币（11.84亿美元）

数据来源：公开资料整理

3.2.1 2015-2019年我国新冠检测试剂盒行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国新冠检测试剂盒行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国新冠检测试剂盒企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 新冠检测试剂盒细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 新冠检测试剂盒产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年新冠检测试剂盒价格走势

3.5.2 影响新冠检测试剂盒价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年新冠检测试剂盒产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要新冠检测试剂盒企业价位及价格策略

第四章 我国新冠检测试剂盒所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国新冠检测试剂盒所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国新冠检测试剂盒所属行业产销情况分析

4.2.1 我国新冠检测试剂盒所属行业工业总产值

4.2.2 我国新冠检测试剂盒所属行业工业销售产值

4.2.3 我国新冠检测试剂盒所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国新冠检测试剂盒所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国新冠检测试剂盒行业供需形势分析

5.1 新冠检测试剂盒行业供给分析

5.1.1 2015-2019年新冠检测试剂盒行业供给分析

5.1.2 2021-2027年新冠检测试剂盒行业供给变化趋势

5.1.3 新冠检测试剂盒行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国新冠检测试剂盒行业需求情况

5.2.1 新冠检测试剂盒行业需求市场

5.2.2 新冠检测试剂盒行业客户结构

5.2.3 新冠检测试剂盒行业需求的地区差异

5.3 新冠检测试剂盒市场应用及需求预测

5.3.1 新冠检测试剂盒应用市场总体需求分析

(1) 新冠检测试剂盒应用市场需求特征

(2) 新冠检测试剂盒应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年新冠检测试剂盒行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年新冠检测试剂盒行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年新冠检测试剂盒行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业新冠检测试剂盒产品/服务需求分析预测

第六章 新冠检测试剂盒行业产业结构分析

6.1 新冠检测试剂盒产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国新冠检测试剂盒行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国新冠检测试剂盒行业产业链分析

7.1 新冠检测试剂盒行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 新冠检测试剂盒上游行业分析

7.2.1 新冠检测试剂盒产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对新冠检测试剂盒行业的影响

7.3 新冠检测试剂盒下游行业分析

7.3.1 新冠检测试剂盒下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对新冠检测试剂盒行业的影响

第八章 我国新冠检测试剂盒行业渠道分析及策略

8.1 新冠检测试剂盒行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对新冠检测试剂盒行业的影响

8.1.3 主要新冠检测试剂盒企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 新冠检测试剂盒行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 新冠检测试剂盒行业营销策略分析

8.3.1 中国新冠检测试剂盒营销概况

8.3.2 新冠检测试剂盒营销策略探讨

8.3.3 新冠检测试剂盒营销发展趋势

第九章 我国新冠检测试剂盒行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 新冠检测试剂盒行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2 新冠检测试剂盒行业企业间竞争格局分析

9.1.3 新冠检测试剂盒行业集中度分析

9.1.4 新冠检测试剂盒行业SWOT分析

9.2 中国新冠检测试剂盒行业竞争格局综述

9.2.1 新冠检测试剂盒行业竞争概况

- (1) 中国新冠检测试剂盒行业竞争格局
- (2) 新冠检测试剂盒行业未来竞争格局和特点
- (3) 新冠检测试剂盒市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国新冠检测试剂盒行业竞争力分析

- (1) 我国新冠检测试剂盒行业竞争力剖析
- (2) 我国新冠检测试剂盒企业市场竞争的优势
- (3) 国内新冠检测试剂盒企业竞争能力提升途径

9.2.3 新冠检测试剂盒市场竞争策略分析

第十章 新冠检测试剂盒行业领先企业经营形势分析

10.1 迈克生物股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营现状

10.1.5 公司发展规划

10.2 中山大学达安基因股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 武汉明德生物科技股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 华大生物科技（武汉）有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 珠海丽珠试剂股份有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 南京诺唯赞医疗科技有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

第十一章 2021-2027年新冠检测试剂盒行业投资前景

11.1 2021-2027年新冠检测试剂盒市场发展前景

11.1.1 2021-2027年新冠检测试剂盒市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年新冠检测试剂盒市场发展前景展望

11.1.3 2021-2027年新冠检测试剂盒细分行业发展前景分析

11.2 2021-2027年新冠检测试剂盒市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年新冠检测试剂盒行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年新冠检测试剂盒市场规模预测

11.2.3 2021-2027年新冠检测试剂盒行业应用趋势预测

11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

11.3 2021-2027年中国新冠检测试剂盒行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国新冠检测试剂盒行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国新冠检测试剂盒行业需求预测

11.3.3 2021-2027年中国新冠检测试剂盒供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年新冠检测试剂盒行业投资机会与风险

12.1 新冠检测试剂盒行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2021-2027年新冠检测试剂盒行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年新冠检测试剂盒行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 新冠检测试剂盒行业投资战略研究

- 13.1 新冠检测试剂盒行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国新冠检测试剂盒品牌的战略思考
 - 13.2.1 新冠检测试剂盒品牌的重要性
 - 13.2.2 新冠检测试剂盒实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 新冠检测试剂盒企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国新冠检测试剂盒企业的品牌战略
 - 13.2.5 新冠检测试剂盒品牌战略管理的策略
- 13.3 新冠检测试剂盒经营策略分析
 - 13.3.1 新冠检测试剂盒市场细分策略
 - 13.3.2 新冠检测试剂盒市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 新冠检测试剂盒新产品差异化战略
- 13.4 新冠检测试剂盒行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年新冠检测试剂盒行业投资战略
 - 13.4.2 2021-2027年新冠检测试剂盒行业投资战略
 - 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 新冠检测试剂盒行业研究结论

14.2 新冠检测试剂盒行业投资价值评估

14.3 新冠检测试剂盒行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1005/202107/12-417437.html>