

2023-2029年中国新冠肺炎 疫情下创新药市场前景研究与投资策略报告

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

《2023-2029年中国新冠肺炎疫情下创新药市场前景研究与投资策略报告》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/R1002/202210/09-510832.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

2014年-2018年期间，全球CRO销售额年复合增速为9.6%，2020年全球CRO行业规模预计达到687亿美元，CRO行业将占整体研发投入支出的58.3%。在国际制药企业研发外包往新兴国家转移，生物医药园区、人才以及创新药VC/PE井喷式发展，一致性评价落地、CRO行业全球化趋势进一步加强等因素影响下，我国CRO行业实现跨越式

发展。预测2016~2020年期间我国CRO行业年复合增长率为21%，至2020年末我国CRO行业市场规模或将超过600亿元。全球&中国CRO行业规模及增速 产业研究报告网发布的

《2023-2029年中国新冠肺炎疫情下创新药市场前景研究与投资策略报告》共八章。首先介绍了中国在新冠肺炎疫情下创新药行业市场发展环境、在新冠肺炎疫情下创新药整体运行态势等，接着分析了中国在新冠肺炎疫情下创新药行业市场运行的现状，然后介绍了在新冠肺炎疫情下创新药市场竞争格局。随后，报告对在新冠肺炎疫情下创新药做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在新冠肺炎疫情下创新药行业发展趋势与投资预测。您若想对在新冠肺炎疫情下创新药产业有个系统的了解或者想投资中国在新冠肺炎疫情下创新药行业，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 新型冠状病毒分析

第一节 新型冠状病毒的定义和危害

一、新型冠状病毒定义

二、新型冠状病毒危害

第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

一、全国疫情爆发情况

二、未来疫情发展变化趋势

第三节 针对新型冠状病毒疫情采取的措施

一、政策

二、经济

三、交通

四、金融

第二章 新型冠状病毒对宏观经济影响

第一节 全球宏观经济运行概况

一、全球宏观经济

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行概况

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第三节 社会环境

一、社会环境现状

二、新型冠状病毒对社会环境影响

第三章 新型冠状病毒对各行业的影响

第一节 新型冠状病毒对消费市场的影响

一、消费市场现状

二、新型冠状病毒对消费市场的影响

第二节 新型冠状病毒对服务行业的影响

一、服务行业现状

二、新型冠状病毒对服务行业的影响

第三节 新型冠状病毒对制造行业的影响

一、制造行业现状

二、新型冠状病毒对制造行业的影响

第四节 新型冠状病毒对其他行业的影响

一、工业

二、地产

三、基建

四、采矿业和周期类制造业

五、医药

六、食品制造、酒饮料精制茶、烟草制品

七、汽车

八、家具和家电

九、高新科技行业

第四章 新型冠状病毒对创新药行业的影响

第一节 我国创新药行业发展状况分析

一、我国创新药行业发展阶段

二、我国创新药行业发展总体概况

未来几年将迎来本土CRO的黄金发展期，逐渐占据更重要的地位，主要原因有以下几点：

1) 本土CRO熟悉国内市场，可提供大部分临床前或临床试验研究服务，研究成本更加低廉。考虑到临床CRO的成本高，周期长，是研发支出的重要组成部分，企业在选择CRO供应商方面更加注重性价比。CRO行业是人力资源密集型行业，中国的劳动力资源更加丰富，价格较美国而言更加低廉。

国内人工资源丰富，2014年后，医学类硕博研究生毕业生人数均在6万以上，为行业提供充足的人力基础。

2) 中国创新药崛起，科创板为医药创新助力。鼓励创新药相关政策的出台，使新药申报数量、IND批件数量增长迅速，药品临床试验开展增多以抗体为代表的国内生物创新药临床申报逐步迎来快速增长。主要由目前4+7带量采购影响，仿制药目前价格承压大，以恩替卡韦为例，价格降幅超过90%，而目前全球前十大销售药品中，抗体药物占据6位，其中阿达木单抗销售额达199亿美元，目前国内PD1、CD20、VEGFR、HER2的靶点药物研发开展如火如荼。

承接全球市场迁移和国内市场空间释放共同助力国内CDMO行业步入黄金发展期。成本优势是CDMO行业由欧美成熟市场向国内迁移的最初动因，近年来国内在医药技术研究、产权保护制度和管理体系等方面的进步明显、服务能力得到提升，使得国内CDMO企业受到众多跨国药企的青睐，并参与到全球新药创制的浪潮中。

全球CDMO市场已由西方成熟市场向亚洲等新兴市场转移，中国受益最为明显。欧美成熟市场劳动力及环保成本日趋昂贵，叠加以中国为代表的亚洲药品市场需求爆发，以及在药品专利保护制度建设上逐步完善，中国和印度等发展中国家在固有的成本效益优势的基础上，随着科研和制造实力的提升，全球CDMO市场已陆续开始从西方成熟市场向亚洲等新兴市场转移。预计2028年亚太地区CDMO市场份额将达到34%，接近北美。在国内市场，国内药企向创新药研发转型，及众多新兴创新型药企的涌现，为CDMO企业提供了新的业务增长。此外，近年来国内鼓励创新政策频出，特别是MAH制度的推行极大地激发了中国制药行业发展的内在驱动力。MAH制度的施行，改变了药品上市许可与生产许可的“捆绑式”管理模式，CDMO企业可为国内药企同时提供研发和生产服务，充分享受国内制药

行业需求增长的红利，开始步入快速发展的轨道。欧美、中国、印度CDMO企业竞争力比较分析

地区	欧美	中国	印度	优势	研发能力强	研发能力较弱
人力原材料成本低				客户渠道利用率高	产业链完善，制造业基础扎实	研发能力尚可
研发能力尚可				知识产权保护制度完善	知识产权保护制度日趋完善	语言优势，沟通能力强
语言优势，沟通能力强				管理体系完善	人力原材料成本低	市场需求大，成长速度快
市场需求大，成长速度快		-	管理体系尚可	-	-	人力资源储备丰富
人力资源储备丰富	-	-	研发能力较强	-	-	市场需求大，成长速度快
市场需求大，成长速度快	-	劣势	人力原材料成本高	客户渠道利用率低	知识产权保护制度不完善	沟通水平较弱
沟通水平较弱	-	-	市场成熟，成长缓慢	客户渠道利用率低	-	-
客户渠道利用率低	-	-	气候条件不利于合成化学	-	-	-

三、我国创新药行业发展特点分析

第二节 2022年创新药市场情况分析

一、2022年中国创新药市场总体概况

二、2022年中国创新药产品市场发展分析

第三节 新型冠状病毒对创新药行业的影响

一、对企业经营的影响

二、对生产的影响

三、对销售的影响

第四节 新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

一、行业竞争格局分析

二、新型冠状病毒改变行业竞争格局

三、疫情过后行业竞争格局展望

第五节 2022年中国创新药行业存在的问题与风险分析

一、创新药行业发展面临的困境

二、创新药行业发展面临的制约

三、创新药行业发展存在的问题

四、创新药行业发展存在的风险

第六节 新型冠状病毒对创新药的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

第五章 新型冠状病毒对创新药相关上下游行业的影响

第一节 行业上游运行分析

一、行业上游介绍

二、行业上游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业上游对影响分析

第二节 新型冠状病毒行业下游运行分析

一、行业下游介绍

二、行业下游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业下游影响分析

第六章 新型冠状病毒对创新药重点企业的影响

第一节 杰华生物

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第二节 正大天晴

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第三节 恒瑞医药

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第四节 前沿生物

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第五节 凯因科技

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第六节 豪森药业

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第七章 2022年中国创新药行业应对疫情采取的策略建议

第一节 新型冠状病毒防护

一、新型冠状病毒传染途径

二、新型冠状病毒防护措施

第二节 应对疫情采取的策略建议

一、成立疫情危机处理项目团队

二、开源节流，现金流第一位

三、企业文化是基石

四、围绕客户需求积极开拓新业务

五、2022年销售考核指标与奖惩标准

六、积极寻求外部资源支持--利用好各类金融工具

七、积极寻求外部资源支持--设立专项小组跟踪政策进度

八、链转型升级，由做大做强品牌

第八章 应对新冠肺炎疫情采取的市场战略

第一节 把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

第二节 终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

第三节 品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

第四节 供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动整体产能恢复

第五节 疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1002/202210/09-510832.html>