

2016-2022年中国体外诊断市场专项调研及十三五 产业投资评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国体外诊断市场专项调研及十三五产业投资评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/239569239569.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

全球体外诊断产业发展始于 20 世纪 70 年代，目前已经进入稳定增长期，并涌现出包括 Roche（罗氏）、Abbott（雅培）、Siemens（西门子）、bioMerieux（生物梅里埃）、Becton Dickinson（BD）等一批著名跨国企业集团，这些集团依靠其产品质量稳定、技术含量高及设备制造精密的优势，在全球高端体外诊断市场占据大部分市场份额，2013 年前 10 家企业市场份额占全球市场的 75.63%¹⁷。

2013 年全球体外诊断行业市场格局

当前，国内体外诊断技术水平与国际相比还存在较大差距。一方面，由于对新技术、新产品研发投入不足，生化、免疫、微生物学等领域的体外诊断产品自主创新少，或者由于国内缺乏研发经验积累，即使研发出新产品也存在着稳定性差、可靠性不高的情况。另外，自动化仪器一直是国内体外诊断行业的短板，与发达国家相比，本土诊断仪器制造厂家在大型医疗仪器、检验前自动化处理系统等产品上的自主研发及创新经验尚待提高。国内体外诊断产品的整体应用研发能力还处于相对中等偏下水平，多数高端产品市场均被国外企业占据。

2016 年我国体外诊断行业发展趋势分析

1、自动化、床边化和分子化的发展趋势

从体外诊断技术的发展趋势来看，重点方向是检测系统化、自动化、快速化、信息化，开发高度集成、自动化的体外诊断仪器制造技术以及简单、精确又便于普及的快速诊断技术已成为全球体外诊断产业的研发主题。近年来全球生命科学的飞速进步正成为行业技术发展创新的强劲推动力，如基因扩增技术、测序技术等均已应用于体外诊断产品的最新开发中。随着分子生物学、材料科学、信息科学和计算机技术的新成果和新技术的应用，同时与其他学科的不断融合和创新，临床实验室自动化、床边检测以及分子诊断技术得以不断发展，使体外诊断能更好地在疾病发生的相对危险性评价、疾病的诊断、病情监测、疗效判断和预后评价中为病人服务。特异、敏感和快速的疾病体外检测和诊断方法是预防和治疗疾病的重要手段和前提，一些新的检测技术和平台正逐渐应用于疾病的检测和诊断，引起了越来越多的关注。

2、新技术与新材料的发展和应用

新技术和新材料的发展及应用是推动疾病检测方法发展的动力，也是新一代疾病检测方法发展的方向。新技术应用的结果就是进一步改善了检测方法的敏感性和特异性，使体外诊断仪器进一步小型化、自动化。

随着纳米技术和材料的兴起与蓬勃发展，依赖纳米材料和技术的疾病诊断方法的研究正在成为疾病检测和诊断的热点，基于纳米材料和技术的疾病诊断方法可能成为新一代疾病体外检测和诊断方法而受到世界各国的广泛重视。其他像芯片技术、微流控技术和生物

传感器等也开始应用于疾病的体外诊断，这些新技术相互结合为新的疾病检测方法研发提供了更多的选择。此外，这些新技术的相互结合、整合，也是今后疾病检测方法发展的趋势和方向。

3、免疫诊断技术的发展趋势

免疫检验中的放射免疫、酶联免疫、胶体金标记、时间分辨荧光、化学发光等检测方法的发展，促进了免疫诊断的自动化及便捷化，新技术的建立与应用使检测方法的灵敏度不断提高，特异性越来越好，检测结果更加准确可靠。未来各类的自动化仪器在临床实验室的应用将极大地提高临床检验的水平；模块、组合式检验设备将极大提高工作效率；而应用荧光偏振技术及磁微粒化学发光技术的各类仪器，将使免疫诊断进入新水平。

4、微生物检测技术的发展趋势

由于培养方法成本低廉，培养基成为了常规检测中广泛使用的基本工具，是非常重要的且广泛使用的微生物检测产品。而且，为适应不断提高了检测要求，全球微生物检测行业已逐渐发展出各类新型培养基。新型的培养基在传统培养基基础上，加入了特异性的酶反应底物、荧光反应底物、生化反应底物等，使目标微生物的选择、分离、鉴定能够一次性完成，如显色培养基，与传统培养基相比，显色培养基克服了传统培养基在细菌分离、鉴别、计数等过程中操作复杂、周期长的缺点。显色培养基主要有念珠菌、沙门氏、金黄色葡萄球菌、弧菌尿道菌等各类显色培养基。

药敏检测作为微生物检测不可或缺的一个环节，其检测试剂和系统也都有了多方面发展与提升，药敏试剂能够检测的病菌种类更多，还出现了更加快速的直接药敏试剂。并且药敏试剂也已与仪器相结合，全自动药敏仪使检测更加准确便捷，自动化检测成为该领域未来发展的又一重要方向。

另外，快速微生物检测技术的发展及自动化仪器的应用明显加快了微生物检测的速度，由于DNA探针、PCR等分子生物学技术不断应用于开发诊断试剂，除了增加试剂的敏感度及特异性外，也使得过去不可能或旷日费时的传染病诊断成为可能或快速的诊断。此外，与自动化分析仪器或电子技术的结合，不仅使这些精确的诊断由研究阶段进入了临床应用阶段，而且缩短了医疗与诊断之间的距离。

中国报告网发布的《2016-2022年中国体外诊断市场专项调研及十三五产业投资评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研。它是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分 体外诊断市场发展现状

第一章 全球体外诊断行业发展分析

第一节 全球体外诊断行业发展轨迹综述

- 一、全球体外诊断行业发展历程
- 二、全球体外诊断行业发展面临的问题
- 三、全球体外诊断行业技术发展现状及趋势

第二节 全球体外诊断行业市场情况

第三节 部分国家地区体外诊断行业发展状况

- 一、2010-2015年美国体外诊断行业发展分析
- 二、2010-2015年欧洲体外诊断行业发展分析
- 三、2010-2015年日本体外诊断行业发展分析
- 四、2010-2015年韩国体外诊断行业发展分析

第二章 2015年中国体外诊断产业运行环境解析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三章 2010-2015年中国体外诊断行业发展形势

第一节 体外诊断行业发展概况

- 一、体外诊断行业发展特点分析
- 二、体外诊断行业投资现状分析
- 三、体外诊断行业总产值分析
- 四、体外诊断行业技术发展分析

第二节 2010-2015年体外诊断行业市场情况分析

- 一、体外诊断行业市场发展分析

二、体外诊断市场存在的问题

三、体外诊断市场规模分析

第三节 2010-2015年体外诊断产销状况分析

一、体外诊断产量分析

二、体外诊断产能分析

三、体外诊断市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第四章 中国体外诊断行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第二节 2015年东北地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第三节 2015年华东地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第四节 2015年华南地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第五节 2015年华中地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第六节 2015年西南地区体外诊断行业分析

一、2010-2015年行业发展现状分析

二、2010-2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

第七节 2015年西北地区体外诊断行业分析

- 一、2010-2015年行业发展现状分析
- 二、2010-2015年市场规模情况分析
- 三、2016-2022年市场需求情况分析

第五章中国体外诊断品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

- 一、整体的消费行为特征
- 二、消费信心与消费模式
- 三、消费者的品牌认知度
- 四、消费者的品牌忠诚度
- 五、消费特征对企业的启示

第二节 中国体外诊断消费群体分析

- 一、体外诊断消费者消费动机
- 二、体外诊断消费者群体特征
- 三、体外诊断消费者议价能力

第二节 消费者体外诊断品牌忠诚度

- 一、体外诊断品牌忠诚度
- 二、体外诊断品牌转移趋势

第二部分 公司对体外诊断市场竞争格局分析

第六章 体外诊断行业竞争格局分析

第一节 体外诊断行业集中度分析

- 一、体外诊断市场集中度分析
- 二、体外诊断企业集中度分析
- 三、体外诊断区域集中度分析

第二节 体外诊断行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 体外诊断行业竞争格局分析

- 一、2015年体外诊断行业竞争分析
- 二、2015年中外体外诊断产品竞争分析
- 三、2010-2015年我国体外诊断市场竞争分析
- 四、2016-2022年国内主要体外诊断企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 中国体外诊断行业整体运行指标分析

第一节 中国体外诊断试剂制造所属行业数据监测

第一节 中国所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国所属行业产值分析

第三节 中国所属行业成本费用分析

第四节 中国所属行业运营效益分析

第八章 体外诊断重点企业发展分析

第一节 公司A

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

五、生产布局与产能扩张

六、市场营销区域分析

七、主要客户分析

九、成长性分析

十、公司战略规划分析

第二节 公司B

第三节 公司C

第四节 公司D

章 公司对体外诊断产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内专家观点与结论

第十章 公司对体外诊断行业投资前景研究分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2015年体外诊断行业投资效益分析

第四节 2015年体外诊断行业投资前景研究

第十一章 2016-2022年体外诊断行业投资前景预警

第一节 影响体外诊断行业发展的主要因素

一、2015年影响体外诊断行业运行的有利因素

二、2015年影响体外诊断行业运行的稳定因素

三、2015年影响体外诊断行业运行的不利因素

四、2015年我国体外诊断行业发展面临的挑战

五、2015年我国体外诊断行业发展面临的机遇

第二节 体外诊断行业投资前景预警

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议

第十二章 2016-2022年体外诊断行业发展趋势分析

第一节 2016-2022年中国体外诊断市场趋势分析

第二节 2016-2022年体外诊断产品发展趋势分析

一、2016-2022年体外诊断产品技术趋势分析

二、2016-2022年体外诊断产品价格趋势分析

第三节 2016-2022年中国体外诊断行业供需预测

一、2016-2022年中国体外诊断供给预测

二、2016-2022年中国体外诊断需求预测

第四节 2016-2022年体外诊断行业盈利能力分析

第十三章 体外诊断企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、体外诊断价格策略分析

二、体外诊断渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高体外诊断企业竞争力的策略

- 一、提高中国体外诊断企业核心竞争力的对策
- 二、体外诊断企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响体外诊断企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高体外诊断企业竞争力的策略

第四节 对我国体外诊断品牌的战略思考

- 一、体外诊断实施品牌战略的意义
- 二、体外诊断企业品牌的现状分析
- 三、我国体外诊断企业的品牌战略
- 四、体外诊断品牌战略管理的策略

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqxie/239569239569.html>