

2018年中国CMO行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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《2018年中国CMO行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/370529370529.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

CMO 又称药品委托生产，其基本业务模式为CMO 企业接受药企委托，为药品生产涉及的工艺开发、配方开发提供支持，主要涉及临床用药、中间体制造、原料药生产、制剂生产（如粉剂、针剂）以及包装等定制生产制造业务，按照合同的约定获取委托服务收入。

相比CMO 企业，CDMO 企业可为药企提供创新药生产时所需要的工艺流程研发及优化、配方开发及试生产服务，并在上述研发、开发等服务基础上进一步提供从公斤级到吨级的定制生产服务。CDMO 企业将自有高技术附加值工艺研发能力及规模生产能力深度结合，并可通过临床试生产、商业化生产的供应模式深度对接药企的研发、采购、生产等整个供应链体系，以附加值较高的技术输出取代单纯的产能输出，推动CMO 行业向CDMO 行业全面升级。

为了加快药品上市速度，许多跨国制药公司进行了战略调整，不断增加研发支出占比，将内部资源集中于前期研发等具有比较优势的产业链环节，而将后期的生产等进行外包。根据药明康德招股说明书的数据，2011 年全球CMO/CDMO 行业市场规模319 亿美元，2015 年上升至501 亿美元，2011-2015 年4 年的CAGR 为11.95%。

药企在未来一段时间内会继续向专业CMO/CDMO 公司寻求外部订单服务，全球CMO/CDMO 行业有望进一步快速增长。根据公司招股说明书数据，2016 年全球CMO/CDMO 市场预计达到563 亿美元，并维持12.66%的年复合增长率，预计于2020 年达到907 亿美元。

图表：2011-2015 年全球CMO/CDMO 行业规模（单位：亿美元，%）

资料来源：观研天下整理

图表：2016-2020 年全球CMO/CDMO 行业规模预测（单位：亿美元，%）

资料来源：观研天下整理 我国进入CMO/CDMO 领域时间较晚，但凭借多方优势，我国CMO/CDMO 企业已成为跨国制药公司的战略供应商并起到日益重要的作用。根据南方所的数据，2011 年我国CMO/CDMO 行业市场规模129 亿元，到2015 年已经达到了226 亿元，2011-2015 年4 年的CAGR 为15.05%。

未来五年，我国CMO/CDMO 行业仍将继续受益于全球CMO/CDMO 行业增长以及区域性转移等趋势，会继续维持较高的增长速度。预计2016 年我国CMO/CDMO 行业规模达到270 亿元，并保持18.25%的年复合增长率，预计2020 年可达到528 亿元。

图表：2011-2015 年中国CMO/CDMO 行业规模（单位：亿元，%）

资料来源：观研天下整理

图表：2016-2020 年中国CMO/CDMO 行业规模预测（单位：亿元，%） 注：此处统计的销售额为中国本土企业的销售额，其中包括本土企业在国外的销售额

资料来源：观研天下整理

CMO/CDMO 行业市场化程度较高，CMO/CDMO 企业的客户主要为欧美和日本等发达地区的制药公司。目前全世界的CMO/CDMO企业主要集中于欧美和亚洲，其中亚洲市场中的CMO/CDMO企业主要集中在中国和印度。欧美的CMO/CDMO企业历史悠久，生产工艺、设备先进性及管理能力和处于世界领先水平；而中国和印度的CMO/CDMO企业由于发展时间较短，可以直接采用最先进的生产工艺从事业务，在研发创新方面具备灵活、高效等竞争优势，发展潜力巨大。

图表：CMO/CDMO 行业主要参与者 资料来源：观研天下整理

药明康德是中国规模最大、全球排名前列的小分子医药研发服务企业，2015年12月美股退市后，今年5月成功登陆A股，主要业务包括临床前CRO和CMO/CDMO两块。在CRO行业（CMO/CDMO行业）中，公司处于国内绝对龙头的地位，营收和净利润均远超同行业的其他上市公司，我们认为，未来，公司的规模优势会进一步显现，龙头地位难以撼动。公司拥有全面的业务覆盖领域，构建了开放式、全方位、一体化的研发服务平台，可提供研发全产业链的服务支持。同时，公司客户众多，数量超过3,000家，主要客户覆盖全球排名前20位的大型药企及各类新药研发机构，从公司历年的前十大客户看，公司主要客户基本稳定，均为跨国药企巨头，公司也不存在对单一客户的重大依赖，公司业务能力强。

我们认为，医药外包行业受益于药品研发提速、药品外包趋势明显和全球研发外包转移的大趋势，CRO行业（CMO/CDMO行业）将维持较快的发展速度，行业龙头药明康德有望首先受益。

图表：公司有用全产业链业务布局 资料来源：观研天下整理（TC）

观研天下发布的《2018年中国CMO行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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分析。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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来

已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国CMO行业发展概述

第一节 CMO行业发展情况概述

一、CMO行业相关定义

二、CMO行业基本情况介绍

三、CMO行业发展特点分析

第二节 中国CMO行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、CMO行业产业链条分析

三、中国CMO行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国CMO行业生命周期分析

一、CMO行业生命周期理论概述

二、CMO行业所属的生命周期分析

第四节 CMO行业经济指标分析

一、CMO行业的赢利性分析

二、CMO行业的经济周期分析

三、CMO行业附加值的提升空间分析

第五节 国中CMO行业进入壁垒分析

一、CMO行业资金壁垒分析

二、CMO行业技术壁垒分析

- 三、CMO行业人才壁垒分析
- 四、CMO行业品牌壁垒分析
- 五、CMO行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球CMO行业市场发展现状分析

- 第一节 全球CMO行业发展历程回顾
- 第二节 全球CMO行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲CMO行业地区市场分析
 - 一、亚洲CMO行业市场现状分析
 - 二、亚洲CMO行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲CMO行业市场前景分析
- 第四节 北美CMO行业地区市场分析
 - 一、北美CMO行业市场现状分析
 - 二、北美CMO行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美CMO行业市场前景分析
- 第五节 欧盟CMO行业地区市场分析
 - 一、欧盟CMO行业市场现状分析
 - 二、欧盟CMO行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟CMO行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界CMO行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球CMO行业市场规模预测

第三章 中国CMO产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品CMO总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国CMO行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国CMO产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国CMO行业运行情况

第一节 中国CMO行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国CMO行业市场规模分析

第三节 中国CMO行业供应情况分析

第四节 中国CMO行业需求情况分析

第五节 中国CMO行业供需平衡分析

第六节 中国CMO行业发展趋势分析

第五章 中国CMO所属行业运行数据监测

第一节 中国CMO所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国CMO所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国CMO所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国CMO市场格局分析

第一节 中国CMO行业竞争现状分析

- 一、中国CMO行业竞争情况分析
- 二、中国CMO行业主要品牌分析
- 第二节 中国CMO行业集中度分析
 - 一、中国CMO行业市场集中度分析
 - 二、中国CMO行业企业集中度分析
- 第三节 中国CMO行业存在的问题
- 第四节 中国CMO行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国CMO行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国CMO行业需求特点与价格走势分析

- 第一节 中国CMO行业消费特点
- 第二节 中国CMO行业消费偏好分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
- 第三节 CMO行业成本分析
- 第四节 CMO行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
- 第五节 中国CMO行业价格现状分析
- 第六节 中国CMO行业平均价格走势预测
 - 一、中国CMO行业价格影响因素
 - 二、中国CMO行业平均价格走势预测
 - 三、中国CMO行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国CMO行业区域市场现状分析

- 第一节 中国CMO行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区CMO市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区CMO市场规模分析
- 四、华东地区CMO市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区CMO市场规模分析
- 四、华中地区CMO市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区CMO市场规模分析

第九章 2016-2018年中国CMO行业竞争情况

第一节 中国CMO行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国CMO行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国CMO行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 CMO行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国CMO行业发展前景分析与预测

第一节 中国CMO行业未来发展前景分析

一、CMO行业国内投资环境分析

二、中国CMO行业市场机会分析

三、中国CMO行业投资增速预测

第二节 中国CMO行业未来发展趋势预测

第三节 中国CMO行业市场发展预测

一、中国CMO行业市场规模预测

二、中国CMO行业市场规模增速预测

三、中国CMO行业产值规模预测

四、中国CMO行业产值增速预测

五、中国CMO行业供需情况预测

第四节 中国CMO行业盈利走势预测

一、中国CMO行业毛利润同比增速预测

二、中国CMO行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国CMO行业投资风险与营销分析

第一节 CMO行业投资风险分析

一、CMO行业政策风险分析

二、CMO行业技术风险分析

三、CMO行业竞争风险分析

四、CMO行业其他风险分析

第二节 CMO行业企业经营发展分析及建议

一、CMO行业经营模式

二、CMO行业销售模式

三、CMO行业创新方向

第三节 CMO行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国CMO行业发展策略及投资建议

第一节 中国CMO行业品牌战略分析

一、CMO企业品牌的重要性

二、CMO企业实施品牌战略的意义

三、CMO企业品牌的现状分析

四、CMO企业的品牌战略

五、CMO品牌战略管理的策略

第二节中国CMO行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国CMO行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国CMO行业发展策略及投资建议

第一节中国CMO行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国CMO行业定价策略分析

第三节 中国CMO行业营销渠道策略

一、CMO行业渠道选择策略

二、CMO行业营销策略

第四节 中国CMO行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国CMO行业重点投资区域分析

二、中国CMO行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/370529370529.html>