

2011-2015年中国肝素钠产业市场调研及投资前景 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《2011-2015年中国肝素钠产业市场调研及投资前景评估报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/huaxueyaopin/121887121887.html>

报告价格：电子版：6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版：7500

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

肝素钠是由猪或牛的肠粘膜中提取的硫酸氨基葡聚糖的钠盐，属粘多糖类物质。医学上，经常讲其作为粘多糖硫酸酯类抗凝血药。肝素和大多数粘多糖一样，在动物体内多以肝素钠-蛋白质复合物的形式存在。近年来研究证明肝素钠还有降血脂作用。

2008年，我国肝素钠行业实现工业总产值18.94亿元，销售收入18.33亿元，利润总额3.74亿元。09年我国肝素钠行业实现工业总产值22.53亿元，同比增长19%。2010年，同样出现了22%的高增长率，达到27.48亿元。预计2011年我国肝素钠行业工业总产值仍将保持20%以上的速度增长，将会达到33.25亿元。

中国报告网发布的《2011-2015年中国肝素钠产业市场调研及投资前景评估报告》指出：随着国内外市场对肝素类药品需求的持续增长。国内外市场对肝素的需求规模将持续增长，年增长率在30-40%之间，调研预测显示，预计到2015年国内外市场对肝素粗品及原料药的需求规模将达到422.6吨。我国境内共计有24家经国家食品药品监督管理局正式注册备案的肝素钠原料药生产企业，而实际生产的不到10家，还有生产肝素粗品的企业估计有500-1000家。我国肝素钠原料药生产的集中度较高，从今后的肝素钠市场规模发展趋势上来看，肝素行业将呈现强者恒强，弱者更弱的局面，行业集中度将进一步提高，行业的利润水平将保持稳定。

目 录

第一章 肝素钠行业概述 1

第一节 肝素钠行业定义 1

第二节 肝素钠行业发展历程 1

第三节 肝素钠行业分类情况 3

第四节 肝素钠产业链分析 3

第二章 中国肝素钠行业发展环境分析 5

第一节 国内肝素钠经济环境分析 5

一、GDP历史变动轨迹分析 5

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 6

三、2011年中国肝素钠经济发展预测分析 8

第二节 中国肝素钠行业政策环境分析 14

第三章 2009-2011年中国肝素钠行业总体发展状况分析 19

第一节 2009-2011年中国肝素钠行业总体数据分析 19

一、2009年中国肝素钠行业全部企业数据分析 19

二、2010年中国肝素钠行业全部企业数据分析 21

三、2011年中国肝素钠行业全部企业数据分析 23

第二节 2009-2011年中国肝素钠行业不同规模企业数据分析 25

| | |
|----------------------------------|----|
| 一、2009年中国肝素钠行业不同规模企业数据分析 | 25 |
| 二、2010年中国肝素钠行业不同规模企业数据分析 | 25 |
| 三、2011年中国肝素钠行业不同规模企业数据分析 | 26 |
| 第三节 2009-2011年中国肝素钠行业不同所有制企业数据分析 | 26 |
| 一、2009年中国肝素钠行业不同所有制企业数据分析 | 26 |
| 二、2010年中国肝素钠行业不同所有制企业数据分析 | 27 |
| 三、2011年中国肝素钠行业不同所有制企业数据分析 | 28 |
| 第四章 中国肝素钠市场供需分析 | 29 |
| 第一节 肝素钠市场现状分析及预测 | 29 |
| 一、2008-2011年我国肝素钠行业总产值分析 | 29 |
| 二、2011-2015年我国肝素钠行业总产值预测 | 29 |
| 第二节 肝素钠产品产量分析及预测 | 30 |
| 一、2008-2011年我国肝素钠产量分析 | 30 |
| 二、2011-2015年我国肝素钠产量预测 | 30 |
| 第三节 肝素钠市场需求分析及预测 | 31 |
| 一、2008-2011年我国肝素钠市场需求分析 | 31 |
| 二、2011-2015年我国肝素钠市场需求预测 | 31 |
| 第五章 肝素钠行业发展现状分析 | 32 |
| 第一节 全球肝素钠行业发展分析 | 32 |
| 一、全球肝素钠行业发展历程 | 32 |
| 二、全球肝素钠行业发展现状 | 33 |
| 三、全球肝素钠行业发展预测 | 34 |
| 第二节 中国肝素钠行业发展分析 | 35 |
| 一、2009-2011年中国肝素钠行业发展态势分析 | 35 |
| 二、2009-2011年中国肝素钠行业发展特点分析 | 36 |
| 三、2009-2011年中国肝素钠行业市场供需分析 | 37 |
| 第三节 中国肝素钠产业特征与行业重要性 | 38 |
| 第四节 肝素钠行业特性分析 | 39 |
| 第六章 中国肝素钠市场规模分析 | 41 |
| 第一节 2010年中国肝素钠市场规模分析 | 41 |
| 第二节 2010年中国肝素钠区域市场规模分析 | 41 |
| 一、2010年东北地区市场规模分析 | 41 |
| 二、2010年华北地区市场规模分析 | 41 |
| 三、2010年华东地区市场规模分析 | 42 |
| 四、2010年华中地区市场规模分析 | 42 |

| | |
|------------------------------|----|
| 五、2010年华南地区市场规模分析 | 42 |
| 六、2010年西部地区市场规模分析 | 42 |
| 第三节 2011-2015年中国肝素钠市场规模预测分析 | 43 |
| 第七章 肝素钠国内产品价格走势及影响因素分析 | 44 |
| 第一节 国内产品2008-2011年价格回顾 | 44 |
| 第二节 国内产品当前市场价格及评述 | 45 |
| 第三节 国内产品价格影响因素分析 | 45 |
| 第四节 2011-2015年国内产品未来价格走势预测分析 | 47 |
| 第八章 肝素钠及其主要上下游产品 | 49 |
| 第一节 肝素钠上下游分析 | 49 |
| 一、与上下游行业之间的关联性 | 49 |
| 二、上游原材料供应形势分析 | 51 |
| 三、下游产品解析 | 52 |
| 第二节 肝素钠行业产业链分析 | 62 |
| 一、上游行业影响及风险分析 | 62 |
| 二、下游行业风险分析及提示 | 63 |
| 三、关联行业风险分析及提示 | 63 |
| 第九章 肝素钠产品竞争力优势分析 | 64 |
| 第一节 整体产品竞争力评价 | 64 |
| 第二节 产品竞争力评价结果分析 | 64 |
| 第三节 竞争优势评价及构建建议 | 66 |
| 第十章 肝素钠行业市场竞争策略分析 | 67 |
| 第一节 行业竞争结构分析 | 67 |
| 一、现有企业间竞争 | 67 |
| 二、潜在进入者分析 | 67 |
| 三、替代品威胁分析 | 68 |
| 四、供应商议价能力 | 68 |
| 五、客户议价能力 | 68 |
| 第二节 行业国际竞争力比较 | 69 |
| 一、生产要素 | 69 |
| 二、需求条件 | 69 |
| 三、相关和支持性产业 | 70 |
| 四、企业战略、结构与竞争状态 | 70 |
| 第二节 肝素钠企业竞争策略分析 | 71 |
| 一、提高肝素钠企业核心竞争力的对策 | 71 |

二、影响肝素钠企业核心竞争力的因素及提升途径 71

三、提高肝素钠企业竞争力的策略 72

第十一章 肝素钠行业重点企业竞争分析 77

第一节 深圳市海普瑞药业股份有限公司 77

一、企业概况 77

二、市场定位情况 78

三、企业优劣势分析 78

四、2009-2011年经营状况分析 81

五、2009-2011年主要经营数据指标 82

六、2011-2015年公司发展战略分析 84

第二节 常州千红生化制药股份有限公司 85

一、企业概况 85

二、市场定位情况 86

三、企业优劣势分析 87

四、2009-2011年经营状况分析 89

五、2009-2011年主要经营数据指标 90

六、2011-2015年公司发展战略分析 91

第三节 河北常山生化药业股份有限公司 94

一、企业概况 94

二、市场定位情况 95

三、企业优劣势分析 95

四、2009-2011年经营状况分析 96

五、2009-2011年主要经营数据指标 97

六、2011-2015年公司发展战略分析 98

第四节 上海第一生化药业有限公司 99

一、企业概况 99

二、市场定位情况 99

三、企业优劣势分析 100

四、2009-2010年经营状况分析 100

五、2009-2010年主要经营数据指标 102

六、2011-2015年公司发展战略分析 103

第五节 烟台东诚生化有限公司 103

一、企业概况 103

二、市场定位情况 103

三、企业优劣势分析 104

- 四、2009-2010年经营状况分析 104
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 106
- 六、2011-2015年公司发展战略分析 106
- 第六节 烟台新利生化制品有限公司 107
 - 一、企业概况 107
 - 二、市场定位情况 107
 - 三、企业优劣势分析 107
- 四、2009-2010年经营状况分析 108
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 109
- 六、2011-2015年公司发展战略分析 110
- 第七节 东营天东生化工业有限公司 110
 - 一、企业概况 110
 - 二、市场定位情况 111
 - 三、企业优劣势分析 111
- 四、2009-2010年经营状况分析 111
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 113
- 六、2011-2015年公司发展战略分析 114
- 第八节 枣庄海德生化制品有限公司 114
 - 一、企业概况 114
 - 二、市场定位情况 115
 - 三、企业优劣势分析 115
- 四、2009-2010年经营状况分析 115
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 117
- 六、2011-2015年公司发展战略分析 118
- 第九节 安徽金鑫生物科技有限公司 118
 - 一、企业概况 118
 - 二、市场定位情况 118
 - 三、企业优劣势分析 119
- 四、2009-2010年经营状况分析 119
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 121
- 六、2011-2015年公司发展战略分析 121
- 第十节 枣庄赛诺康生化有限公司 122
 - 一、企业概况 122
 - 二、市场定位情况 122
 - 三、企业优劣势分析 122

| | |
|---------------------------------|-----|
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 122 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 124 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析 | 125 |
| 第十二章 肝素钠行业投资与发展前景分析 | 126 |
| 第一节 肝素钠行业投资机会分析 | 126 |
| 一、肝素钠投资项目分析 | 126 |
| 二、可以投资的肝素钠模式 | 128 |
| 三、2011年肝素钠投资机会 | 129 |
| 第二节 2011-2015年中国肝素钠行业发展预测分析 | 129 |
| 一、未来肝素钠发展分析 | 129 |
| 二、未来肝素钠行业技术开发方向 | 130 |
| 三、总体行业“十二五”整体规划及预测 | 130 |
| 第三节 未来市场发展趋势 | 130 |
| 一、产业集中度趋势分析 | 130 |
| 二、十二五行业发展趋势 | 131 |
| 第十三章 2011-2015年中国肝素钠原料药市场前景预测 | 132 |
| 第一节 2011-2015年中国肝素钠市场前景展望 | 132 |
| 一、全球肝素钠需求旺盛 | 132 |
| 二、肝素钠生产开发前景看好 | 132 |
| 三、肝素产业练好内功很重要 | 133 |
| 第二节 2011-2015年中国肝素钠技术发展趋势 | 133 |
| 一、肠衣工艺 | 133 |
| 二、肝素钠的生产工艺 | 134 |
| 第三节 肝素钠产业用户关注因素 | 136 |
| 第十四章 2011-2015年肝素钠行业发展趋势及投资风险分析 | 137 |
| 第一节 当前肝素钠存在的问题 | 137 |
| 第二节 肝素钠未来发展预测分析 | 138 |
| 一、中国肝素钠发展方向分析 | 138 |
| 二、2011-2015年中国肝素钠行业发展规模预测 | 138 |
| 三、2011-2015年中国肝素钠行业发展趋势预测 | 138 |
| 第三节 2011-2015年中国肝素钠行业投资风险分析 | 139 |
| 一、出口风险分析 | 139 |
| 二、市场风险分析 | 139 |
| 三、管理风险分析 | 140 |
| 四、产品投资风险 | 140 |

第十五章 肝素钠行业投资建议及发展战略分析 141

第一节 肝素钠行业营销策略分析及建议 141

一、肝素钠行业营销模式 141

二、肝素钠行业营销策略 142

第二节 肝素钠行业企业经营发展分析及建议 143

一、肝素钠行业经营模式 143

二、肝素钠行业生产模式 144

第三节 行业应对策略 144

一、把握国家投资的契机 144

二、竞争性战略联盟的实施 144

三、企业自身应对策略 144

第四节 市场的重点客户战略实施 145

一、实施重点客户战略的必要性 145

二、合理确立重点客户 145

三、重点客户战略管理 146

四、重点客户管理功能 147

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/huaxueyaopin/121887121887.html>