

“十二五”期間老齡化趨勢下中國醫藥產業發展環境分析與投資戰略報告

醫藥是防治人類和牲畜疾病的物質。用于治療疾病的物質或製劑。醫藥行業是一個多學科先進技術和手段高度融合的高科技產業群體，涉及國民健康、社會穩定和經濟發展。在國民發展中占非常重要作用。醫藥行業在國內外被稱為永遠的朝陽產業，一直保持著較高的增長率。

目前，我國經濟結構正向消費時代轉型，爆發性增長機會將集中在消費相關行業。城鎮化的推進和政策的支持是醫藥行業發展的兩大有利因素。城鎮化的穩步推進，將成為醫藥市場擴容和行業快速成長的強大推動力量。眾多的支持政策和大筆投入，將為醫藥行業帶來新的發展良機。

新醫改政策給醫療市場帶來巨大擴容。據數據顯示，僅已經開始實施的新農村合作醫療、城鎮居民醫療保險等新醫改政策落實到位後政府增加的投入就有望拉動國內醫藥市場銷售額激增 1600 億元至 1700 億元，這對於全國醫藥生產、流通企業是大利好。

中國從 2011 年到 2015 年，開始迎來第一個老年人口增長高峰到來，我國人口老齡化進程將進一步加快。“十二五”時期，全國 60 歲以上老年人將由 1.78 億增加到 2.21 億，平均每年增加老年人 860 萬；老年人口比重將由 13.3% 增加到 16%，平均每年遞增 0.54 個百分點。老年用品需求將急劇增加。未來 20 年，我國人口老齡化日益加重，到 2030 年全國老年人口規模將會翻一番，這將直接刺激我國醫藥消費的飛速增長。老齡化社會的到來，將為醫藥市場發展帶來黃金十年的重大機遇。同時，慢性病發病率隨著老齡化提升而提高，醫藥市場格局也將發生重大變化，心血管、腫瘤等慢性病藥物將取代過去 10 年的抗生素，成為醫藥企業未來發展機遇。

另外，“十二五”期間，中國新藥創制重大專項將力爭自主創制 30 只創新藥物，完成 200 個左右藥物大品種的改造和技術再創新。另外，生物制藥產業是我國戰略性新興產業之一，國家將在“十二五”期間投入 400 億元專項資金扶持生物制藥行業，這將為我國醫藥市場帶來新的機遇。中國醫藥市場前景向好。

總之，基于消費升級、人口老齡化趨勢和醫療改革策面的有力支持，加上“十二五”規劃，我國醫藥行業在“十二五”期間將面臨著巨大的發展空間，未來發展前景廣闊。

本研究報告由北京國信博研信息中心撰寫，報告在重點采用了我中心數據的



基礎上，引用和參考了國家統計局、海關、國家發展改革委員會、中國人民共和國衛生部、勞動和社會保障部、世界衛生組織、國務院發展研究中心、中國生化制藥工業協會、中國醫藥協會、中國醫療衛生協會等其它國內外權威刊物，本報告是產、學、研等單位重點參考、收藏之精品。

本報告在形成的過程中，得到了各方的大力支持，在此一并表示感謝。

【注】為保障您的合法權益，請直接與北京國信博研信息中心聯絡
聯絡人：柳紅丹

電話:0086-10-84673114 傳真:0086-10-84672629 Email: service@gtreport.org

聲 明

最近發現很多小單位對本中心報告目錄進行細微的改動，甚至冒充北京國信博研信息中心，向企業進行銷售假版報告。經反應，內容系網上東拼西湊，與目錄嚴重不符，對廣大客戶造成了財產損失和精神傷害！

據資料部反應，一些不法單位，冒充客戶，向我中心索要部分報告內容，對客戶進行欺詐，嚴重損害了我中心的合法利益，嚴重的擾亂了市場秩序，給廣大的客戶帶來了煩惱。

為保護使用者的合法權益，防止不法小單位盜用本中心部分內容，客戶在於本中心合作之前，將不再提供部分內容，敬請見諒！

考慮到政策的變動性和產業市場發展的動態特點，保證報告的連續性，客戶與我中心合作後，將免費享受季度報告和月度報告。

為保護用戶的利益，保證使用者參閱到真實的數據和權威準確的研判分析，做到真正把握產經發展的情況和趨勢，請使用者和採購者直接與本中心聯絡。

目 錄

第一章 醫藥相關概述

第一節 醫藥的相關概念

- 一、醫藥的定義
- 二、醫藥的分類
- 三、醫藥在國民經濟發展中的地位

第二節 生物制藥基本介紹

- 一、生物制藥的定義



- 二、生物制藥的特性
- 三、生物制藥的原料來源
- 四、生物制藥的製備
- 五、生物制藥行業的重點發展領域

第三節 中藥相關概念

- 一、中藥概念
- 二、中藥與中藥材分類方法
- 三、品種發展
- 四、中藥的特點

第四節 非處方藥（OTC）相關概述

- 一、OTC 的定義
- 二、OTC 的特點
- 三、OTC 類藥品主要種類
- 四、非處方藥和處方藥的區別

第二章 2009-2011 年國際醫藥行業發展現狀分析

第一節 2009-2011 年國際醫藥行業發展現狀分析

- 一、全球醫藥行業發展回顧
- 二、全球醫藥行業的發展特點
- 三、全球醫藥行業市場規模
- 四、世界醫藥行業拉開大規模併購序幕
- 五、全球醫藥行業市場競爭格局分析
- 六、跨國藥企中國醫藥市場的發展
- 七、2011 年全球醫藥行業發展現狀分析

第二節 美國

- 一、美國醫藥行業發展現狀分析
- 二、美國醫藥進出口情況分析
- 三、美國醫藥市場供給需求情況
- 四、2012-2015 年美國醫藥市場發展預測

第三節 日本



- 一、日本醫藥行業發展現狀分析
- 二、日本醫藥進出口情況分析
- 三、日本醫藥行業最新動態分析
- 四、2012-2015 年日本醫藥市場發展預測

第四節 歐盟

- 一、歐盟醫藥行業發展現狀分析
- 二、歐盟醫藥市場供給需求情況
- 三、歐債危機對歐盟醫藥市場發展的影響
- 四、2012-2015 年歐盟醫藥市場發展預測

第五節 其他國家

- 一、韓國
- 二、德國
- 三、金磚五國

第三章 中國醫藥行業發展環境分析

第一節 宏觀經濟環境

- 一、2010 年中國經濟持續良好發展態勢
- 二、2011 年中國宏觀經濟發展形勢透析
- 三、中國經濟發展面臨的機遇與挑戰
- 四、“十二五”期間中國經濟走向分析

第二節 社會環境

- 一、行業發展社會環境概述
- 二、我國居民收入與保健意識變化趨勢
- 二、中國人口結構分析
- 三、城鎮化與老齡化進程對用藥需求影響分析
- 四、未來疾病發生和發展趨勢分析

第三節 政策環境

- 一、中國醫藥價格管理體制改革對醫藥行業發展影響分析
- 二、制藥企業面臨兩大政策考驗
- 三、國家大力整治藥品虛假廣告



四、創制新藥可獲快速審批

第四節 “十二五” 規劃對中國醫藥行業發展影響分析

第五節 遠程醫療照護行業發展對中國醫藥行業發展影響分析

第四章 新醫改背景下醫藥行業發展分析

第一節 新醫改分析

一、中國醫改基本思路和總體框架已確定

二、新醫改的基本路綫圖

三、新醫改方案的主要創新

四、新醫改四大體系的綜述

五、促進中國醫療體制改革的策略

第二節 醫療體制改革對醫藥行業發展的影響

一、醫改對醫藥行業發展影響分析

二、新醫改將促進醫藥需求變革

三、醫改基本藥物制度或致醫藥市場重新洗牌

四、新醫改方案對連鎖藥店的影響分析

五、公立醫院改革對醫藥工業的影響分析

六、新醫改將催化我國藥品市場大擴容

七、我國出臺政策加強藥品流通行業管理

第三節 後醫改時代的醫藥行業分析

一、體系建設漸趨成熟

二、機制轉換產生新格局

三、政府投入“缺失”得到扭轉

四、社區衛生服務大發展

第四節 促進中國醫療體制改革的策略

一、醫改體制改革的操作需細化

二、醫改需要醫院建立自我約束機制

三、醫療體制改革應根治資源不足與浪費并存矛盾

四、應用科學的藥學思想破解醫改的難題

五、促進新醫改實施的其他建議



第五節 新醫改下醫藥行業發展策略

- 一、新醫改對醫藥企業影響
- 二、新醫改對醫藥企業對策分析

第五章 2009-2011 年中國醫藥行業整體發展情況分析

第一節 2009-2011 年中國醫藥行業發展總結

- 一、中國醫藥行業發展歷程
- 二、中國醫藥產業處於調整升級關鍵期
- 三、中國醫藥行業發展特點分析
- 四、中國醫藥行業最新動態分析
- 五、人口老齡化加劇對中國醫藥產業的影響分析
- 六、2011 年中國醫藥行業發展現狀分析

第二節 中國醫藥行業市場發展情況數據分析

- 一、中國醫藥製造業發展情況分析
- 二、中國醫藥行業市場規模分析
- 三、中國醫藥產品進出口情況
- 四、中國醫藥產品消費情況分析
- 五、中國醫藥行業品牌發展情況分析

第三節 醫藥企業併購及盈利模式分析

- 一、國內外企業併購行為的差別比較
- 二、國內醫藥市場併購整合的主要趨勢
- 三、併購風險
- 四、併購模式

第四節 2009-2011 年中國醫藥行業重點區域發展分析

- 一、廣東
- 二、貴州
- 三、湖北
- 四、湖南
- 五、河北省

第五節 中國農村醫藥市場的發展



- 一、國內 4-6 級醫藥市場解析
- 二、中國農村醫藥市場特徵分析
- 三、農村醫藥市場企業營銷模式
- 四、農村患者藥品消費心理與習慣
- 五、新型農村合作醫療對農村醫藥市場的影響分析
- 六、農村醫藥市場發展面臨的問題及對策
- 七、“十二五”期間農村醫藥營銷將成爲醫藥市場新亮點

第六節 中國醫藥物流業發展現狀

- 一、中國藥品流通領域發展現狀分析
- 二、醫藥物流處于全面整合期
- 三、國內外醫藥物流市場特點分析
- 四、國內醫藥物流市場進入分銷商時代
- 五、信息化造就“金象”醫藥物流
- 六、中國醫藥物流存在問題及發展對策
- 七、醫藥物流發展模式的 SWOT 分析
- 八、“十二五”期間中國醫藥物流產業發展前景分析

第七節 中國醫藥營銷策略分析

- 一、中國醫藥營銷的困局
- 二、GMP 認證後時代的營銷格局
- 三、中國醫藥營銷模式分析
- 四、醫藥產品營銷模式創新探討
- 五、開發醫藥農村市場的五大難題
- 六、醫藥企業五大營銷難題急需解決
- 七、中國醫藥企業營銷對策分析
- 八、中國醫藥營銷的發展趨勢

第八節 中國醫藥行業發展存在的問題

- 一、我國醫藥行業發展存在的主要問題
- 二、中國醫藥產業發展面臨重大挑戰
- 三、制約我國醫藥行業發展的主要瓶頸

第九節 中國醫藥行業發展對策建議



- 一、推動我國醫藥行業發展的對策
- 二、政府應加強政策引導
- 三、不斷提高醫藥產業集中度
- 四、中國醫藥業探索國際化之路

第六章 生物制藥行業

第一節 2009-2011 年國際生物制藥行業總體發展概況

- 一、全球生物制藥業市場格局簡述
- 二、2008-2010 年全球生物制藥市場運行綜況
- 三、2011 年世界生物制藥業發展特點解析
- 四、世界生物制藥研發重心向中國轉移
- 五、2012-2015 年全球生物制藥行業發展前景分析

第二節 2009-2011 年中國生物制藥產業發展情況分析

- 一、我國生物制藥產業發展現狀分析
- 二、中國生物醫藥產業運行特徵
- 三、我國生物醫藥產業發展模式分析
- 四、我國生物制藥產業機遇與挑戰并存
- 五、我國生物醫藥產業基地初具規模
- 六、中國生物醫藥市場規模分析
- 七、中國生物醫藥市場競爭格局分析

第三節 中國生物制藥產業集群發展分析

- 一、生物制藥產業集群的內涵
- 二、生物制藥產業集群的發展規律解析
- 三、生物制藥產業集群的特徵
- 四、中國生物制藥產業集群發展模式的可行性
- 五、我國生物制藥產業集群發展亟待解決的問題

第四節 2010-2011 年生物制藥細分市場發展情況分析

- 一、血液製品
- 二、疫苗
- 三、基因工程藥物



四、抗體工程藥物

五、診斷試劑

第五節 中國生物制藥發展面臨的問題及對策

一、制約我國生物醫藥產業發展的瓶頸

二、中國生物制藥產業化面臨的挑戰

三、提升生物醫藥研發水平的對策

四、中國生物醫藥產業發展模式探索

五、中國生物制藥產業可持續發展戰略

第六節 “十二五”期間中國生物醫藥產業發展前景分析

第七章 化學藥行業

第一節 2009-2011年國際化學藥行業總體發展概況

一、全球化學藥業市場格局簡述

二、2008-2010年全球化學藥市場運行綜況

三、2011年世界化學藥業發展特點解析

四、2012-2015年全球化學藥行業發展前景分析

第二節 2009-2011年中國化學藥產業發展情況分析

一、我國化學藥產業發展現狀分析

二、中國化學藥產業發展特徵

三、中國化學藥市場規模分析

四、中國化學藥市場競爭格局分析

五、化學藥行業投資額度占全國投資總額比重變化分析

第三節 國內化學制藥企業分析

一、制藥企業競爭環境分析

二、化學制藥企業特點分析

三、內向國際化經營對化學制藥企業的影響

四、資源整合帶動後GMP時代制藥企業發展

五、化學制藥企業盈利模式分析

第四節 2010-2011年化學藥細分市場發展情況分析

一、國內化學原料藥行業分析



二、抗生素類原料藥分析

三、維生素類原料藥

第五節 中國化學藥行業發展思考

一、我國化學制藥產業走出自主創新道路

二、中國原料藥市場中低成本的優勢減弱

三、化學原料藥“中國定價”的道路還長

四、基本藥物制度推動化學原料藥市場升級擴容

五、中國化學藥品出口水平提升的策略

第六節 “十二五”期間中國化學藥產業發展前景分析

一、“十二五”期間中國原料藥行業前景分析

二、氟化學將成爲未來新原料藥的基礎

三、“十二五”期間化學製劑行業發展前景分析

四、“十二五”期間中國化學藥行業預測分析

第八章 中藥行業

第一節 2009-2011 年國際中藥行業總體發展概況

一、全球中藥業市場格局簡述

二、2008-2010 年全球中藥市場運行綜況

三、2011 年世界中藥業發展特點分析

四、2009-2011 年全球中藥市場規模分析

五、2012-2015 年全球中藥行業發展前景分析

第二節 2009-2011 年中國中藥產業發展情況分析

一、我國中藥產業發展現狀分析

二、中國中藥產業發展特徵

三、中國中藥市場規模分析

四、我國中藥行業成就卓越

五、我國中藥產業發展優勢分析

六、中醫藥成我國醫藥行業重點發展領域

七、中國中藥進出口分析

八、中藥產品國際化的發展分析



- 第三節 中國中藥飲片產業發展概況
 - 一、中國中藥飲片行業發展及經營回顧
 - 二、2011 年我國中藥飲片加工行業發展情況
 - 三、我國中藥飲片行業發展面臨的機遇
 - 四、影響我國中藥飲片行業發展的主要問題
- 第四節 中藥注射劑行業分析
 - 一、中藥注射劑行業發展脈絡
 - 二、中藥注射劑面臨安全困惑
 - 三、中藥注射劑產生安全問題的原因探究
 - 四、中藥注射劑行業發展建議
- 第五節 中國中藥現代化發展分析
 - 一、中藥現代化的發展回顧
 - 二、我國中藥現代化發展的解析
 - 三、中藥現代化科技產業基地建設的成效
 - 四、國內中藥現代化科技產業基地蓬勃發展
- 第六節 技術性貿易壁壘對中藥出口的影響探析
 - 一、我國中藥出口貿易中的問題
 - 二、技術性貿易壁壘對國內中藥出口的影響
 - 三、中國應對技術性貿易壁壘的策略
- 第七節 中國中藥市場競爭格局分析
 - 一、中國中藥行業的競爭結構
 - 二、中國中藥行業的競爭特點
 - 三、中國中藥產業市場集中度分析
 - 四、中國中藥行業進入與退出壁壘
- 第八節 中國中藥產業存在的問題及對策
 - 一、中藥產業現代化發展存在的問題
 - 二、我國中藥出口歐美的機遇與挑戰
 - 三、促進中藥行業健康發展的建議
 - 四、促進我國中藥產品出口的對策
 - 五、振興中國中藥材產業的根本途徑探索



第九節 “十二五”期間中國中藥產業市場前景分析

第九章 OTC 藥品市場分析

第一節 2009-2011 年國際 OTC 藥品業總體發展概況

- 一、全球 OTC 藥品業市場格局簡述
- 二、2008-2010 年全球 OTC 藥品市場運行綜況
- 三、2011 年世界 OTC 藥品業發展特點分析
- 四、2009-2011 年全球 OTC 藥品市場規模分析
- 五、2012-2015 年全球 OTC 藥品行業發展前景分析

第二節 2009-2011 年中國 OTC 藥品產業發展情況分析

- 一、我國 OTC 藥品產業發展現狀分析
- 二、中國 OTC 藥品產業發展特徵
- 三、中國 OTC 藥品市場規模分析
- 四、我國 OTC 市場銷售排名情況
- 五、中國 OTC 藥品市場競爭格局分析
- 六、新醫改為 OTC 藥品市場帶來利好
- 七、OTC 城鄉市場消費特徵的對比
- 八、非處方藥市場特點及與處方藥市場的比較

第三節 OTC 藥品市場的溝通組合

- 一、OTC 藥品市場溝通過程
- 二、OTC 藥品市場溝通組合
- 三、市場溝通的構成要素
- 四、OTC 藥品市場溝通的意義
- 五、確定溝通和促銷組合須考慮的因素
- 六、OTC 藥品有效市場溝通的任務及步驟

第四節 OTC 市場競爭分析

- 一、OTC 市場競爭格局
- 二、外資藥企欲搶灘中國 OTC 市場
- 三、外資企業進軍中國 OTC 市場策略分析
- 四、外資 OTC 醫藥招標狀況分析



五、我國 OTC 市場競爭策略分析

第五節 OTC 市場發展存在的問題

- 一、我國 OTC 市場存在的渠道問題
- 二、我國 OTC 市場的“潛規則”問題探析
- 三、我國 OTC 市場經營亟待規範
- 四、阻礙我國 OTC 藥品市場發展因素分析

第六節 中國 OTC 市場發展策略

- 一、我國 OTC 市場發展對策
- 二、OTC 產品醫院推廣策略分析
- 三、開拓 OTC 市場人才與資金的運用策略
- 四、新形勢下 OTC 企業經營發展之路

第七節 “十二五”期間中國 OTC 市場前景趨勢分析

第十章 重點企業

第一節 哈藥集團股份有限公司

- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析

第二節 華潤三九醫藥股份有限公司

- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析

第三節 華北制藥股份有限公司

- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析

第四節 華東醫藥股份有限公司

- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析

第五節 北京同仁堂股份有限公司

- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析

第六節 山東魯抗醫藥股份有限公司



- 一、公司簡介
- 二、公司經營狀況分析
- 第七節 南京醫藥股份有限公司
 - 一、公司簡介
 - 二、公司經營狀況分析
- 第八節 修正藥業集團
 - 一、公司簡介
 - 二、公司經營狀況分析
- 第九節 廣州醫藥集團有限公司
 - 一、公司簡介
 - 二、公司經營狀況分析
- 第十節 其他公司
 - 一、江中集團有限公司
 - 二、廣州白雲山制藥
 - 三、山東東阿阿膠股份有限公司
 - 四、新華制藥
 - 五、海正藥業

第十一章 中國醫藥行業競爭格局分析

- 第一節 中國醫藥行業競爭現狀分析
 - 一、我國醫藥市場邁入全面競爭階段
 - 二、競爭加劇推動我國醫藥業步入并購時代
 - 三、渠道攔截成爲醫藥市場競爭的主要手段
 - 四、中國醫藥行業競爭格局分析
 - 五、中國醫藥行業競爭力分析
- 第二節 中國醫藥企業合作競爭的市場戰略模式分析
 - 一、國內醫藥企業實施合作競爭市場戰略的必要性
 - 二、中國醫藥企業合作競爭市場戰略的意義
 - 三、中國醫藥企業合作競爭市場戰略實施的前提條件
 - 四、中國醫藥企業合作競爭市場戰略的模式



第三節 中國醫藥行業競爭趨勢

- 一、中國醫藥品牌國際市場未來競爭走向
- 二、廠家商家組合是未來醫藥行業市場競爭的主體
- 三、醫藥行業未來的競爭趨勢
- 四、醫藥市場從產品競爭到企業競爭是發展必然趨勢
- 五、中國醫藥企業未來競爭戰略重點

第四節 提升中國醫藥企業競爭力戰略分析

第十二章 中國醫藥企業發展戰略分析

第一節 中國醫藥企業市場發展戰略

- 一、中國醫藥企業新興市場發展建議
- 二、國內醫藥企業市場產品布局策略
- 三、新形勢下我國醫藥企業內部結構調整戰略
- 四、國內醫藥企業網絡營銷戰略解析
- 五、國內醫藥企業兼併重組後的戰略思考

第二節 中國醫藥企業國際化經營戰略

- 一、全球化對我國醫藥業的影響
- 二、我國醫藥企業開展國際化經營的困擾
- 三、醫藥企業國際化經營策略的實施
- 四、民族醫藥國際化的對策及風險規避

第三節 中國醫藥企業成本控制對策

- 一、我國醫藥企業成本控制中存在的主要問題
- 二、中國醫藥企業加強成本控制的對策
- 三、醫藥企業應從輔料入手控制企業成本

第四節 中國醫藥企業專利圍網戰略

- 一、我國醫藥企業制定和實施專利圍網戰略的必要性
- 二、專利網的概念及作用
- 三、中國醫藥企業實施專利圍網戰略分析

第十三章 “十二五” 期間中國醫藥行業發展預測分析



- 第一節 “十二五”期間中國醫藥行業發展前景趨勢分析
 - 一、“十二五”期間中國醫藥行業發展預測
 - 二、“十二五”中國生物制藥產業前景可期
 - 三、“十二五”期間我國中藥產業發展前景分析
 - 四、“十二五”期間我國化學制藥發展趨勢
 - 五、“十二五”期間人口老齡化對中國醫藥產業發展機遇分析
- 第二節 “十二五”期間中國醫藥行業市場發展預測分析
 - 一、“十二五”期間中國醫藥行業市場規模分析
 - 二、“十二五”期間中國醫藥行業消費規模預測
 - 三、“十二五”期間中國醫藥市場進出口預測分析
 - 四、“十二五”期間中國醫藥行業的發展重點

第十四章 醫藥行業投資分析

- 第一節 “十二五”期間中國醫藥行業投資機會分析
 - 一、“十二五”期間中國醫藥發展市場潛力巨大
 - 二、“十二五”期間中國人口老齡化提速為醫藥行業發展帶來機會
 - 三、醫藥行業結構調整新政帶來投資良機
 - 四、醫藥行業細分領域投資潛力分析
 - 五、“十二五”期間中國醫藥行業投資熱點分析
- 第二節 “十二五”期間中國醫藥行業投資風險分析
 - 一、運營管理風險
 - 二、成本風險
 - 三、競爭風險
 - 四、進入退出壁壘
- 第三節 “十二五”期間中國醫藥行業投資策略
 - 一、醫藥行業投資需關注六大要點
 - 二、醫藥行業應防範“三率三控”風險
 - 三、“十二五”期間中國醫藥企業投資策略分析

GXBY 權威專家觀點及建議

