

# 2021-2026年中国肠内营养制剂行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国肠内营养制剂行业市场调研分析及投资战略咨询报告》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://www.huaon.com/channel/medicines/653369.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 中国肠内营养制剂产品概述

#### 第一节 肠内营养支持的相关概述

##### 一、临床营养支持的概念分析

##### 二、营养不良与营养风险筛查

##### 三、肠内营养支持的优点分析

##### 四、肠内营养适应证与禁忌证

##### 五、肠内营养常见并发症分析

#### 第二节 肠内营养制剂产品定义、特点

##### 一、肠内营养制剂定义及分类

##### 二、要素型肠内营养制剂特点

##### 三、非要素肠内营养制剂特点

##### 四、组件式营养制剂产品现状

##### 五、肠内营养制剂的应用选择

### 第二章 国外肠内营养制剂市场发展概况

#### 第一节 世界肠内营养制剂发展历史

#### 第二节 全球肠内营养制剂市场规模

#### 第三节 全球肠内营养制剂生产企业

#### 第四节 全球肠内营养制剂应用情况

### 第三章 中国肠内营养制剂行业发展环境分析

#### 第一节 2020年中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、全社会消费品零售总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

#### 第二节 肠内营养制剂行业相关政策法规

#### 第三节 肠内营养制剂行业社会环境分析

一、中国人口数量情况

二、中国的城镇化进程

三、居民消费观念习惯

四、居民食品消费支出

#### 第四章 中国肠内营养制剂行业发展特性分析

##### 第一节 肠内营养制剂行业发展周期

一、行业生命周期理论

二、本行业生命周期判断

##### 第二节 肠内营养制剂SWOT分析

一、肠内营养制剂行业的发展优势

二、肠内营养制剂行业存在的劣势

三、肠内营养制剂行业的发展机会

四、肠内营养制剂行业面临的威胁

##### 第三节 肠内营养制剂影响因素分析

一、行业有利因素分析

（一）慢性病和亚健康呈上升趋势

（二）中国住院人数呈现增长趋势

（三）中国人口老龄化的趋势增强

（四）居民医保覆盖范围逐年扩大

二、行业不利因素分析

（一）人们对肠内临床营养的意识淡薄

（二）临床营养诊断治疗技术研发能力弱

（三）药品流通政策或推高企业运营成本

#### 第五章 中国肠内营养制剂行业发展情况分析

##### 第一节 中国肠内营养制剂行业现状分析

一、中国临床营养治疗的发展现状

二、中国肠内外治疗比例严重倒置

三、中国肠内营养制剂的上市概况

四、肠内营养制剂的主要生产企业

五、肠内营养制剂产品的包装变革

##### 第二节 中国肠内营养制剂市场需求分析

一、中国肠内营养制剂消费人群

二、肠内营养制剂市场需求规模

三、肠内营养制剂产品需求结构

四、主要城市重点医院用药金额

### 第三节 中国肠内营养制剂市场价格分析

#### 一、肠内营养制剂产品最高零售限价

#### 二、肠内营养制剂产品单独定价情况

## 第六章 中国肠内营养制剂行业竞争现状分析

### 第一节 肠内营养制剂行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、新进入者的威胁

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、购买者议价能力

### 第二节 肠内营养制剂市场竞争手段分析

#### 一、价格竞争分析

#### 二、技术竞争分析

#### 三、品牌竞争分析

## 第七章 中国肠内营养制剂所属产品进出口情况分析

### 第一节 2016-2020年中国未列名混合或非混合产品构成的药品进口分析

#### 一、未列名混合或非混合产品构成的药品进口数量情况

#### 二、未列名混合或非混合产品构成的药品进口金额情况

#### 三、未列名混合或非混合产品构成的药品进口来源分析

#### 四、未列名混合或非混合产品构成的药品进口均价分析

### 第二节 2016-2020年中国未列名混合或非混合产品构成的药品出口分析

#### 一、未列名混合或非混合产品构成的药品出口数量情况

#### 二、未列名混合或非混合产品构成的药品出口金额情况

#### 三、未列名混合或非混合产品构成的药品出口流向分析

#### 四、未列名混合或非混合产品构成的药品出口均价分析

## 第八章 中国肠内营养制剂产品技术发展分析

### 第一节 当前中国肠内营养制剂技术发展现况分析

#### 一、中国肠内营养制剂的产品技术现状

#### 二、海洋生物肠内营养制剂将实现国产

#### 三、海洋生物型肠内营养制剂研究方向

### 第二节 肠内微生态营养制剂关键技术分析

#### 一、开展肠道微生态营养研究和临床治疗的意义

#### 二、开展肠内微生态营养制剂关键技术及产品研发是当务之急

#### 三、肠内微生态营养制剂关键技术及其产业化发展空间巨大

#### 四、开展微生态肠内营养制剂临床应用需要解决的问题

### 第三节 一种整蛋白型肠内营养制剂的研制技术

#### 一、配方设计

#### 二、材料与方法

### 第九章 国内主要肠内营养制剂企业竞争力分析

#### 第一节 纽迪希亚制药(无锡)有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第二节 华瑞制药有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第三节 上海雅培制药有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第四节 西安力邦临床营养有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第五节 广州力衡临床营养品有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

### 第十章 2021-2026年中国肠内营养制剂发展前景趋势分析

#### 第一节 未来肠内营养制剂行业发展趋势分析

##### 一、未来临床营养支持发展趋势分析

##### 二、肠内营养制剂产品发展趋势分析

##### 三、家庭肠内营养产品发展趋势分析

#### 第二节 2021-2026年肠内营养制剂行业前景预测

##### 一、肠内营养制剂市场发展前景展望

##### 二、中国肠内营养制剂潜在市场容量

##### 三、未来肠内营养制剂市场规模预测

### 第十一章 2021-2026年中国肠内营养制剂行业投资风险及投资建议

#### 第一节 中国肠内营养制剂行业投资环境

## 第二节 肠内营养制剂行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、市场竞争风险
- 三、技术风险分析
- 四、人才竞争风险

## 第三节 肠内营养制剂行业投资策略建议

- 一、坚持企业产品的创新战略
- 二、实施品牌建设的引导战略
- 三、对消费者的观念进行引导

## 第十二章 2021-2026年中国肠内营养制剂目标市场选择及产品推广策略「AK LT」

### 第一节 肠内营养制剂市场细分和目标市场选择

- 一、市场细分的概念及意义
- 二、肠内营养制剂市场细分
  - (一) 按地理因素划分市场
  - (二) 按医院等级划分市场
- 三、生产企业目标市场选择
  - (一) 目标市场的细分标准
  - (二) 目标市场的评价选择

### 第二节 肠内营养制剂产品进入目标市场的策略

- 一、无差别性市场策略
- 二、差别性的市场策略
- 三、集中性的市场策略

### 第三节 产品导入期的肠内营养制剂市场推广策略

- 一、导入期的产品策略
- 二、导入期的价格策略
- 三、导入期的渠道策略
- 四、导入期的促销策略

### 第四节 产品成长期的肠内营养制剂市场推广策略

- 一、维持价格体系的稳定
- 二、挖掘和完善产品功能
- 三、注重销售渠道的维护
- 四、采用有效的促销手段

### 第五节 产品成熟期的肠内营养制剂市场推广策略

- 一、新产品的市场导入策略
- 二、价格体系的调整与完善

三、对销售渠道的不断完善

四、有效、稳定的促销策略

图表目录：

图表1劳动和社会保障部2009年版肠内营养制剂分类

图表2临床常用肠内营养制剂及其特点

图表3百普素和维沃营养成分及特点(500mL)

图表4平衡型整蛋白肠内营养制剂(500mL)的营养成分

图表5疾病特异型肠内营养制剂营养成分(500mL)

图表6 2016-2020年全球肠内营养制剂市场规模变化趋势图

图表7 2016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表8 2016-2020年国内生产总值构成及增长速度统计

图表9 2019年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表10 2020年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicines/653369.html>