

# 2015-2019年中国达托霉素 市场态势分析与投资战略调研报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2019年中国达托霉素市场态势分析与投资战略调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/K24775Y6GQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

本达托霉素行业研究报告共十四章是博思数据咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。达托霉素行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

## 前言

达托霉素是继万古霉素之后第二代糖肽类抗生素药，是自链霉菌发酵液中提取得到的一个环酯肽类物质，它不仅具有新颖的化学结构，且其作用模式也与任一已获准上市的抗生素不同：本产品能在多个方面破坏细菌细胞膜功能，由此迅速杀死革兰阳性菌。它的作用机制与现已上市各类抗菌药物都不相同，这意味着达托霉素将不会受到来自其它抗生素所致交叉耐药性的影响。其次，达托霉素已经显现能在体外迅速抑制大多数临床重要革兰阳性球菌，包括耐甲氧西林金黄色葡萄球菌、耐万古霉素粪肠球菌和耐万古霉素金黄色葡萄球菌。这对其用于危重感染患者具有非常重要的临床意义。第三，与传统抗生素至少一日2次给药相比，达托霉素仅需一日1次用药，剂量方案明显简化并可有效降低医疗成本支出。最后，达托霉素也存在更少的不良反应表现，这使它能够用于治疗不能耐受其它抗生素治疗患者。

由于达托霉素具有数项独特性质，在临床上有着明显的优势，其前景还是非常可观的。首先，它的作用机制与现已上市各类抗菌药物都不相同，这意味着达托霉素将不会受到来自其他抗生素所致交叉耐药性的影响。其次，达托霉素能在体外迅速杀死大多数临床上重要的革兰氏阳性球菌、包括耐甲氧西林金黄色葡萄球菌、耐万古霉素粪肠球菌和耐西霉素金黄色葡萄球菌，因此，它用于危重感染患者的临床意义非常大。第三，与传统抗生素给药（至少1日2次）相比，达托霉素仅需1日1次用药，剂量方案明显简化，可有效降低医疗成本支出。最后，达托霉素也存在更优的副反应表现，这使它能用于治疗不能耐受其他抗生素治疗的患者。由于达托霉素将主要用于对现行疗法没有响应的革兰氏阳性菌感染，包括耐甲氧西林金黄色葡萄糖球菌、耐万古霉素金黄色葡萄糖球菌和耐万古霉素粪肠球菌所致的感染，故在市场方面会受到来自得奈唑烷、共杀菌素以及不久就能上市的万古霉素相关糖肽类抗生素dalbavancin和oritavancin的激烈竞争。尽管达托霉素面临着这种不可避免的竞争力分析，整体的市场份额也相对有限，但由于耐药性革兰氏阳性菌有日益流行的趋势，它在日后数年内仍具有的深厚潜力。

2014年国内达托霉素消费量为98460支，市场规模为16200万元，行业市场规模较上年同期增长10.20%。

2010-2014年中国达托霉素消费分析：万元 年度 达托霉素市场规模：万元 消费量：（0.5g）瓶/支 2010年 10200 48570 2012年 11700 61500 2013年 13200 73350 2014年 14700 86070 2014年 16200 98460

资料来源：博思数据中心整理

报告目录：

## 第一章 2014年中国达托霉素行业市场发展环境分析（PEST分析法） 1

### 第一节 2014年中国经济环境分析 1

#### 一、GDP历史变动轨迹分析 1

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 8

#### 三、2015年中国经济发展预测分析 11

### 第二节 2014年中国达托霉素行业政策环境分析 12

#### 一、我国达托霉素行业政策深度解读 12

#### 二、我国达托霉素行业标准研究 13

#### 三、行业法规研究 14

### 第三节 2014年中国达托霉素行业社会环境分析 15

#### 一、人口环境分析 15

#### 二、教育环境分析 16

#### 三、文化环境分析 20

#### 四、生态环境分析 22

#### 五、中国城镇化率 23

#### 六、居民的各种消费观念和习惯 24

### 第四节 2014年中国达托霉素行业技术环境分析 28

## 第二章 2014年中国达托霉素品牌市场整体运行态势剖析 31

### 第一节 2014年中国达托霉素行业市场供需状况 31

#### 一、我国达托霉素行业市场供给情况 31

#### 二、我国市场需求分析 31

#### 三、我国达托霉素市场需求特点研究 32

### 第二节 2014年中国达托霉素产品主要经销方式深度探讨 33

#### 一、2014年中国达托霉素产品市场批发分析 33

#### 二、2014年中国达托霉素产品加盟商（代理商） 33

#### 三、2014年中国达托霉素产品自主经营分析 34

### 第三节 2014年中国达托霉素发展存在问题及专家建议 36

## 第三章 2014年中国达托霉素产品市场品牌竞争力评估 39

### 第一节 2014年中国达托霉素品牌市场运行走势分析 39

#### 一、中国达托霉素品牌竞争对手商铺、商场监测数据 39

#### 二、中国达托霉素品牌排名实地调研结果 39

#### 三、中国达托霉素产品相关联行业或产品情况 42

### 第二节 2014年中国达托霉素产品主要品牌动态关注 42

#### 一、中国达托霉素品牌销售额排名情况 42

#### 二、中国达托霉素品牌竞争力排名情况 43

#### 三、中国达托霉素品牌市场份额排名情况 43

#### 四、中国达托霉素品牌发展潜力排名情况 44

&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

在过去四十多年中，抗感染药物领域代表全新结构类别进入临床应用的微生物药物，只有以达托霉素为代表的环脂肽类抗生素。达托霉素的上市，丰富了现有的抗生素结构类别。由于其化学结构和作用机制不同于现有类别的抗生素，使它对绝大多数耐药菌具备良好的抗菌效果，加之，用药方式便捷，毒副作用小，临床上已经成为了“病原菌最后一道防线——万古霉素”的最佳替代品。

目前中国以华北制药、华东医药、浙江医药、海正药业为代表的制药企业加大了对达托霉素的生产布局，预计未来一两年内国产品牌将陆续上市，成为达托霉素产品市场的有力竞争者。

|               |         |       |      |       |      |      |
|---------------|---------|-------|------|-------|------|------|
| 中国达托霉素品牌竞争力排名 | 品牌      | 品牌竞争力 | 海正药业 | ☆☆☆☆☆ | 华北制药 | ☆☆☆☆ |
|               | CUBICIN | ☆☆☆☆  | 浙江医药 | ☆☆☆   | 华东制药 | ☆☆☆  |

资料来源：博思数据中心整理

&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

### 第三节 2014年中国达托霉素产品市场销售策略探讨 45

## 第四章 2012-2014年中国达托霉素产品所属行业数据分析 46

### 一、2012年中国达托霉素产品所属行业总体数据分析 46

&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

2013年中国达托霉素产品所属行业（化学药品原料药制造）全部企业数据分析 经济指标

|            |          |      |                   |     |                   |     |                     |         |                     |         |             |
|------------|----------|------|-------------------|-----|-------------------|-----|---------------------|---------|---------------------|---------|-------------|
| 2013年1-12月 | 企业单位数（个） | 1150 | 本年本月止累计亏损企业单位数（个） | 150 | 去年同月止累计亏损企业单位数（个） | 160 | 本年本月止累计亏损企业亏损总额（千元） | 2085693 | 去年同月止累计亏损企业亏损总额（千元） | 1886245 | （本年本月止累计）应收 |
|------------|----------|------|-------------------|-----|-------------------|-----|---------------------|---------|---------------------|---------|-------------|

帐款净额（千元） 31515692 （去年同月止累计）应收帐款净额（千元） 26231903 本年  
 本月止累计存货（千元） 39141515 去年同月止累计存货（千元） 34745802 （本年本月  
 止累计）产成品（千元） 18619476 （去年同月止累计）产成品（千元） 16861171 （本  
 年本月止累计）流动资产平均余额（千元） 154087869 （去年同月止累计）流动资产平均  
 余额（千元） 135014124 （本年本月止累计）资产总计（千元） 310161902 （去年同月  
 止累计）资产总计（千元） 265911291 （本年本月止累计）负债合计（千元） 156332128  
 （去年同月止累计）负债合计（千元） 131705639 （本年本月止累计）主营业务收入（  
 千元） 328972099 （去年同月止累计）主营业务收入（千元） 288700030 （本年本月止  
 累计）主营业务成本（千元） 262386092 （去年同月止累计）主营业务成本（千元）  
 229976725 （本年本月止累计）主营业务税金及附加（千元） 1754833 （去年同月止累  
 计）主营业务税金及附加（千元） 1925187 （本年本月止累计）营业费用（千元）  
 15985595 （去年同月止累计）营业费用（千元） 12661486 （本年本月止累计）管理费  
 用（千元） 19003082 （去年同月止累计）管理费用（千元） 16184467 （本年本月止累  
 计）财务费用（千元） 4683717 （去年同月止累计）财务费用（千元） 3730452 （本年  
 本月止累计）利息支出（千元） 4548276 （去年同月止累计）利息支出（千元） 3460318  
 （本年本月止累计）利润总额（千元） 24301912 （去年同月止累计）利润总额（千元）  
 20966448 （本年本月止累计）应交增值税（千元） 10805427 （去年同月止累计）应交  
 增值税（千元） 8743235 （本年本月止累计）全部从业人员平均人数（个） 375761 （  
 去年同月止累计）全部从业人员平均人数（个） 359288

数据来源：博思数据整理

&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

二、2013年中国达托霉素产品所属行业总体数据分析 47

三、2014年中国达托霉素产品所属行业总体数据分析 49

第二节 2012-2014年中国达托霉素产品行业不同规模企业数据分析 51

一、2012年中国达托霉素产品所属行业不同规模企业数据分析 51

二、2013年中国达托霉素产品所属行业不同规模企业数据分析 52

三、2014年中国达托霉素产品所属行业不同规模企业数据分析 52

第三节 2012-2014年中国达托霉素产品行业不同所有制企业数据分析 53

一、2012年中国达托霉素产品所属行业不同所有制企业数据分析 53

二、2013年中国达托霉素产品所属行业不同所有制企业数据分析 53

三、2014年中国达托霉素产品所属行业不同所有制企业数据分析 54

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第五章 2014年中国达托霉素主要区域与重点城市市场监测 | 55 |
| 第一节 华北地区达托霉素发展状况分析           | 55 |
| 一、华北地区达托霉素市场容量分析             | 55 |
| 二、华北地区达托霉素供应与消费情况            | 55 |
| 三、华北地区重点城市剖析（天津、北京、石家庄、青岛）   | 56 |
| 1、重点城市市场现状分析                 | 56 |
| 2、重点城市市场竞争力研究                | 56 |
| 3、重点城市消费者调研情况                | 57 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析               | 57 |
| 四、华北地区达托霉素行业未来发展预测           | 57 |
| 第二节 华中地区达托霉素发展状况分析           | 58 |
| 一、华中地区达托霉素市场容量分析             | 58 |
| 二、华中地区达托霉素供应与消费              | 58 |
| 三、华中地区重点城市剖析（郑州、武汉、长沙）       | 59 |
| 1、重点城市市场现状分析                 | 59 |
| 2、重点城市市场竞争力研究                | 59 |
| 3、重点城市消费者调研                  | 60 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析               | 60 |
| 四、华中地区达托霉素行业发展趋势             | 61 |
| 第三节 华东地区达托霉素发展状况分析           | 61 |
| 一、华东地区达托霉素市场容量分析             | 61 |
| 二、华东地区达托霉素供应与消费              | 62 |
| 三、华东地区重点城市剖析（上海、杭州、南京）       | 62 |
| 1、重点城市市场现状分析                 | 62 |
| 2、重点城市市场竞争力研究                | 62 |
| 3、重点城市消费者调研                  | 63 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析               | 63 |
| 四、华东地区达托霉素行业趋势预测展望           | 64 |
| 第四节 华南地区达托霉素发展状况分析           | 64 |
| 一、华南地区达托霉素市场容量分析             | 64 |
| 二、华南地区达托霉素供应与消费              | 65 |
| 三、华南地区重点城市剖析（深圳、广州、南宁）       | 65 |

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 1、重点城市市场现状分析            | 65 |
| 2、重点城市市场竞争力研究           | 65 |
| 3、重点城市消费者调研             | 66 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析          | 66 |
| 四、华南地区达托霉素行业发展趋势分析      | 67 |
| 第五节 西南地区达托霉素发展状况分析      | 67 |
| 一、西南地区达托霉素市场容量分析        | 67 |
| 二、西南地区达托霉素供应与消费         | 68 |
| 三、西南地区重点城市剖析（成都、重庆、昆明）  | 68 |
| 1、重点城市市场现状分析            | 68 |
| 2、重点城市市场竞争力研究           | 68 |
| 3、重点城市消费者调研             | 69 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析          | 69 |
| 四、西南地区达托霉素行业未来发展预测      | 70 |
| 第六节 东北地区达托霉素发展状况分析      | 70 |
| 一、东北地区达托霉素市场容量分析        | 70 |
| 二、东北地区达托霉素供应与消费         | 71 |
| 三、东北地区重点城市剖析（沈阳、长春、哈尔滨） | 71 |
| 1、重点城市市场现状分析            | 71 |
| 2、重点城市市场竞争力研究           | 71 |
| 3、重点城市消费者调研             | 72 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析          | 72 |
| 四、东北地区达托霉素行业趋势预测剖析      | 73 |
| 第七节 西北地区达托霉素发展状况分析      | 73 |
| 一、西北地区达托霉素市场容量分析        | 73 |
| 二、西北地区达托霉素供应与消费         | 74 |
| 三、西北地区重点城市剖析（西安、银川、西宁）  | 74 |
| 1、重点城市市场现状分析            | 74 |
| 2、重点城市市场竞争力研究           | 74 |
| 3、重点城市消费者调研             | 75 |
| 4、重点城市未来发展潜力分析          | 75 |
| 四、西北地区达托霉素行业行业调研        | 76 |



|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 第六章 2014年中国达托霉素品牌消费者偏好深度调查        | 77 |
| 第一节 中国达托霉素产品目标客户群体调查              | 77 |
| 一、不同收入水平消费者偏好调查                   | 77 |
| 二、不同年龄的消费者偏好调查                    | 77 |
| 三、不同地区的消费者偏好调查                    | 78 |
| 第二节 中国达托霉素产品的品牌市场运营状况分析           | 79 |
| 一、消费者对达托霉素品牌认知度宏观调查               | 79 |
| 二、消费者对达托霉素产品的品牌偏好调查               | 79 |
| 三、消费者对达托霉素品牌的首要认知渠道               | 79 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查                    | 80 |
| 五、达托霉素品牌忠诚度调查                     | 80 |
| 六、达托霉素品牌市场占有率调查                   | 81 |
| 七、消费者的消费理念调研                      | 81 |
| 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析              | 81 |
| 一、价格敏感程度                          | 81 |
| 二、品牌的影响                           | 83 |
| 三、购买方便的影响                         | 84 |
| 四、广告的影响程度                         | 86 |
| 五、包装的影响程度                         | 87 |
| 第七章 消费者使用达托霉素品牌数据调查信息反馈           | 90 |
| 第一节 消费者使用达托霉素品牌产品基本情况调查           | 90 |
| 一、消费者使用达托霉素产品的比例分析                | 90 |
| 二、消费者使用的达托霉素产品的品牌排名分析             | 90 |
| 三、消费者对其使用的达托霉素产品的满意度分析            | 91 |
| 四、消费者对其使用的达托霉素产品的不满意的地方分析         | 91 |
| 第二节 消费者将来准备或者继续使用达托霉素产品的情况分析      | 92 |
| 一、没有或者曾经使用过达托霉素产品的消费者准备重新使用比例分析   | 92 |
| 二、现在正在使用的或者准备使用达托霉素产品的消费者继续使用比例分析 | 92 |
| 三、消费者认为可能成为购买达托霉素产品契机的广告形式分析      | 93 |
| 四、消费者在购买达托霉素产品时将会做为参考的信息来源分析      | 93 |
| 五、消费者在购买达托霉素产品时所重视的要素分析           | 94 |
| 六、消费者想要购买的达托霉素产品的品牌排名分析           | 94 |

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 七、消费者感兴趣的达托霉素产品品牌排名分析                | 94  |
| 第三节 达托霉素厂商的品牌推广情况研究                  | 95  |
| 一、消费者眼里各大达托霉素产品厂商的品牌形象情况             | 95  |
| 二、消费者认为最近强烈关注某达托霉素产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况 | 95  |
| 第八章 2014年中国品牌达托霉素市场价格监测结果            | 96  |
| 第一节 价格形成机制分析研究                       | 96  |
| 第二节 2014年中国达托霉素品牌市场价格调查结果            | 97  |
| 第三节 2015-2019年中国达托霉素品牌价格走势预测         | 97  |
| 第四节 2015-2019年中国达托霉素消费现状和未来消费发展趋势    | 98  |
| 第九章 2014年中国达托霉素市场营销分析                | 100 |
| 第一节 大众快消品营销的五大特征                     | 100 |
| 一、基本特征                               | 100 |
| 二、属性特征                               | 100 |
| 三、竞争特征                               | 101 |
| 四、品牌特征                               | 101 |
| 五、渠道特征                               | 102 |
| 第二节 达托霉素市场渠道分析                       | 102 |
| 一、达托霉素市场主要渠道类型分析                     | 102 |
| 二、达托霉素市场主要营销模式分析                     | 103 |
| 1、主要营销模式                             | 103 |
| 2、各营销模式特点比较                          | 104 |
| 三、达托霉素市场主要营销策略分析                     | 106 |
| 1、不同渠道策略分析                           | 106 |
| 2、不同产品类型策略分析                         | 107 |
| 3、不同消费群体策略分析                         | 107 |
| 4、不同区域策略分析                           | 107 |
| 四、我国达托霉素市场渠道主要存在的问题分析                | 107 |
| 第十章 2014年中国达托霉素市场营销策略剖析              | 109 |
| 第一节 中国达托霉素市场营销生动陈列的方法和意义             | 109 |
| 一、方法                                 | 109 |
| 二、产品陈列规范                             | 109 |
| 三、意义                                 | 110 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 1、货架占有率                      | 110 |
| 2、刺激冲动购买                     | 110 |
| 3、确保产品货架期的安全                 | 110 |
| 4、增加销量                       | 110 |
| 5、降低营销成本                     | 111 |
| 6、品牌形象                       | 111 |
| 第二节 中国达托霉素深度分销的方法与重点         | 112 |
| 一、深度分销                       | 112 |
| 二、深度分销的表现形式                  | 112 |
| 三、深度分销具体操作                   | 113 |
| 四、深度分销的优点                    | 114 |
| 五、全面实施双赢战略                   | 114 |
| 第三节 建立全面的渠道服务体系探讨            | 115 |
| 第四节 有效掌控产品在渠道流通过程中的各个环节重点    | 115 |
| 第五节 2014年中国达托霉素新产品营销策略研究     | 115 |
| 第十一章 2014年中国达托霉素品牌市场竞争格局调查研究 | 117 |
| 第一节 中国达托霉素行业历史竞争格局回顾         | 117 |
| 第二节 中国达托霉素行业集中度研究            | 117 |
| 一、市场集中度分析                    | 117 |
| 二、企业集中度分析                    | 117 |
| 三、区域集中度分析                    | 117 |
| 第三节 中国达托霉素行业竞争结构研究           | 118 |
| 一、现有企业间竞争调研                  | 118 |
| 二、潜在进入者调研                    | 118 |
| 三、替代品调研                      | 118 |
| 四、供应商议价能力调研                  | 119 |
| 五、客户议价能力调研                   | 119 |
| 第十二章 中国达托霉素市场品牌竞争力评价研究       | 120 |
| 第一节 中国达托霉素市场品牌竞争力评价          | 120 |
| 一、品牌竞争力评价指标体系                | 120 |
| 二、品牌竞争力评价                    | 120 |
| 第一节 中国达托霉素市场品牌竞争力提升策略        | 121 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 一、中国达托霉素品牌定位分析                   | 121 |
| 二、中国达托霉素企业品牌管理模式                 | 121 |
| 三、中国达托霉素企业品牌推广经验                 | 122 |
| 第十三章 2015-2019年中国达托霉素市场前景与盈利空间预测 | 124 |
| 第一节 2015-2019年中国达托霉素品牌行业趋势预测展望   | 124 |
| 一、国内市场趋势预测                       | 124 |
| 二、达托霉素品牌市场空间预测                   | 125 |
| 第二节 2015-2019年中国达托霉素品牌行业调研       | 125 |
| 第三节 2015-2019年中国达托霉素品牌行业市场盈利空间预测 | 125 |
| 第十四章 2015-2019年中国达托霉素行业投资价值与策略分析 | 127 |
| 第一节 中国达托霉素行业周期与波动性分析             | 127 |
| 第二节 2015-2019年中国达托霉素行业投资价值分析     | 128 |
| 一、中国达托霉素行业发展趋势                   | 128 |
| 二、中国达托霉素细分市场规规模预测                | 129 |
| 三、中国达托霉素市场潜力预测                   | 129 |
| 四、中国达托霉素行业投资价值分析                 | 130 |
| 1、主要细分领域投资价值                     | 130 |
| 2、综合投资价值                         | 130 |
| 第三节 2015-2019年中国达托霉素行业投资前景分析     | 130 |
| 一、主要投资前景因素分析                     | 130 |
| 二、投资前景控制与管理                      | 131 |
| 第四节 2015-2019年中国达托霉素行业投资前景研究分析   | 132 |
| 一、重点投资区域分析                       | 132 |
| 二、重点投资领域分析                       | 132 |
| 三、综合投资前景研究分析                     | 133 |
| 第五节 2015-2019年中国达托霉素行业投资建议       | 133 |

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了达托霉素行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国达托霉素行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国达托霉素行业趋势预测分析。为战略投资者选择恰当的投资

时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/K24775Y6GQ.html>