

2018年中国特立帕肽市场分析报告- 行业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年中国特立帕肽市场分析报告-行业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/yaopinzhiji/340944340944.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

一、适应人群数量决定特立帕肽等骨质疏松药物的绝对增长

根据我们的估计，未来患有骨质疏松的人数将达到1.67了乙人。

我们在不同情况下对特立帕肽市场空间进行估计。特立帕肽单支注射笔规格2.4ml (20支) : 80回)，可使用28天，价格为5500元左右，年费用达到66000元。特立帕肽最多可使用2年，且价格昂贵，我们以年销售金额来估计未来的市场空间。乐观情况下，特立帕肽在临床中获得认可且进入医保，假设价格经过国家谈判下降50%，综合考虑价格、辅助用药替代等因素，对标美国的渗透率(大约1.6%)，由于医保严苛的适应症限制(重度骨质疏松，15%的患者)可计算得到3.8万人左右的治疗人次。而悲观情况下，特立帕肽在骨质疏松领域对其他药物的替代作用并不明显，维持当下的渗透率(十万分之一)，市场空间仅能达到1.2亿元。

短期原研称霸，中期三足鼎立。由于原研礼来的学术推广能力较强，联合赛尔的产品上市对礼来的威胁近期不大；随着信立泰2018年预计获批之后，特立帕肽市场将在合理扩容的背景下进口替代，形成三足鼎立之势，价格有望降低。翰宇药业预计2019年能够报产。

图表：特立帕肽国内市场空间估计

图表来源：公开资料整理

二、特立帕肽：国内增长可期，国外警惕竞争

特立帕肽可有效改善骨质疏松，未来有望在国内增加适应症。根据特立帕肽的临床数据，其可显著增加绝经后女性全身多处骨骼的骨密度，在男性中也可增加腰椎和股骨颈骨密度，并可大幅降低骨折风险，因此在各类指南被推荐使用。此外在需要联合用药的严重骨质疏松患者，作为仅有的促进骨形成作用机制药物，特立帕肽一般会被推荐和抑制骨吸收剂一起使用。FDA还批准特立帕肽用于持久性、全身性糖皮质激素治疗有关的骨质疏松，未来国内也有望拓宽适应症，扩大适应人群。

人口老龄化推动骨质疏松绝对增长，治疗理念改善拓宽特立帕肽相对空间。目前全球骨质疏松患病人数超过2亿，到2020年中国骨质疏松和低骨量人群将达到2.8亿。根据全球骨质疏松基金会(IOF)的数据，1/3超过50岁的女性和1/5的男性会发生骨质疏松骨折。因此骨质疏松药物市场的绝对增长有适应人群的基础。另一方面，对于骨质疏松治疗的观念正经历转变，钙补充剂和维生素D等保健品的使用受到质疑，临床中辅助用药如骨肽类正被限制运用，而特立帕肽作用机制明确、疗效显著的药物未来将能够产生替代作用，扩大市场份额，国内骨质疏松市场将迎来一次升级。

全球面临激烈竞争，销售额将于2020年见顶。特立帕肽在美国的专利将于2019年8月到期，届时仿制药的进入将压低售价。其他PTH类似物如Radius Health的Abaloparatide已于17年4月获批上市，其疗效证实优于特立帕肽且价格仅为复泰奥的一半。另外，骨硬化蛋白抗体Romosozumab针对特立帕肽的“头对头”实验证实疗效更优，目前正处于上市申请中。

，因此特立帕肽(复泰奥)将会面对多重竞争。若2018年能保持15%的稳健增长，“复泰奥”全球销售额将达到20亿元的巅峰。

国内仍将稳健增长，乐观估计超过10亿元。由于治疗理念和临床使用相对美国存在一定的代际差异，受新靶点药物的冲击仍需一段时间，而礼来在中国的销售能力和受认可程度高于国内大多数药企。学术推广能力强于联合赛尔，信立泰的主业仍然在心血管领域，因此中短期内特立帕肽专利药的地位难以撼动，其将和仿制药合理推动市场扩容，在进入医保、降价和辅助用药替代的乐观估计下，市场规模可超过10亿元。

观研天下发布的《2018年中国特立帕肽市场分析报告-行业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年中国特立帕肽行业发展概述

第一节 特立帕肽行业发展情况概述

- 一、特立帕肽行业相关定义
- 二、特立帕肽行业基本情况介绍
- 三、特立帕肽行业发展特点分析

第二节 中国特立帕肽行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、特立帕肽行业产业链条分析

三、中国特立帕肽行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国特立帕肽行业生命周期分析

一、特立帕肽行业生命周期理论概述

二、特立帕肽行业所属的生命周期分析

第四节 特立帕肽行业经济指标分析

一、特立帕肽行业的赢利性分析

二、特立帕肽行业的经济周期分析

三、特立帕肽行业附加值的提升空间分析

第五节 中国特立帕肽行业进入壁垒分析

一、特立帕肽行业资金壁垒分析

二、特立帕肽行业技术壁垒分析

三、特立帕肽行业人才壁垒分析

四、特立帕肽行业品牌壁垒分析

五、特立帕肽行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球特立帕肽行业市场发展现状分析

第一节 全球特立帕肽行业发展历程回顾

第二节 全球特立帕肽行业市场区域分布情况

第三节 亚洲特立帕肽行业地区市场分析

一、亚洲特立帕肽行业市场现状分析

二、亚洲特立帕肽行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲特立帕肽行业市场前景分析

第四节 北美特立帕肽行业地区市场分析

一、北美特立帕肽行业市场现状分析

二、北美特立帕肽行业市场规模与市场需求分析

三、北美特立帕肽行业市场前景分析

第五节 欧盟特立帕肽行业地区市场分析

一、欧盟特立帕肽行业市场现状分析

二、欧盟特立帕肽行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟特立帕肽行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界特立帕肽行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球特立帕肽行业市场规模预测

第三章 中国特立帕肽产业发展环境分析

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、全社会消费品特立帕肽总额

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 中国特立帕肽行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国特立帕肽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 中国特立帕肽行业运行情况

第一节 中国特立帕肽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 中国特立帕肽行业市场规模分析

第三节 中国特立帕肽行业供应情况分析

第四节 中国特立帕肽行业需求情况分析

第五节 中国特立帕肽行业供需平衡分析

第六节 中国特立帕肽行业发展趋势分析

第五章 中国特立帕肽所属行业运行数据监测

第一节 中国特立帕肽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 中国特立帕肽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 中国特立帕肽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年中国特立帕肽市场格局分析

第一节 中国特立帕肽行业竞争现状分析

一、中国特立帕肽行业竞争情况分析

二、中国特立帕肽行业主要品牌分析

第二节 中国特立帕肽行业集中度分析

一、中国特立帕肽行业市场集中度分析

二、中国特立帕肽行业企业集中度分析

第三节 中国特立帕肽行业存在的问题

第四节 中国特立帕肽行业解决问题的策略分析

第五节 中国特立帕肽行业竞争力分析

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年中国特立帕肽行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国特立帕肽行业消费特点

第二节 中国特立帕肽行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 特立帕肽行业成本分析

第四节 特立帕肽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 中国特立帕肽行业价格现状分析

第六节 中国特立帕肽行业平均价格走势预测

一、中国特立帕肽行业价格影响因素

二、中国特立帕肽行业平均价格走势预测

三、中国特立帕肽行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国特立帕肽行业区域市场现状分析

第一节 中国特立帕肽行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地特立帕肽市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区特立帕肽市场规模分析

四、华东地区特立帕肽市场规模预测

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、华中地区特立帕肽市场规模分析

四、华中地区特立帕肽市场规模预测

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、华南地区特立帕肽市场规模分析

第九章 2016-2018年中国特立帕肽行业竞争情况

第一节 中国特立帕肽行业竞争结构分析（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 中国特立帕肽行业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 中国特立帕肽行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 特立帕肽行业企业分析（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年中国特立帕肽行业发展前景分析与预测

第一节 中国特立帕肽行业未来发展前景分析

一、特立帕肽行业国内投资环境分析

二、中国特立帕肽行业市场机会分析

三、中国特立帕肽行业投资增速预测

第二节中国特立帕肽行业未来发展趋势预测

第三节中国特立帕肽行业市场发展预测

一、中国特立帕肽行业市场规模预测

二、中国特立帕肽行业市场规模增速预测

三、中国特立帕肽行业产值规模预测

四、中国特立帕肽行业产值增速预测

五、中国特立帕肽行业供需情况预测

第四节中国特立帕肽行业盈利走势预测

一、中国特立帕肽行业毛利润同比增速预测

二、中国特立帕肽行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国特立帕肽行业投资风险与营销分析

第一节 特立帕肽行业投资风险分析

一、特立帕肽行业政策风险分析

二、特立帕肽行业技术风险分析

三、特立帕肽行业竞争风险

四、特立帕肽行业其他风险分析

第二节 特立帕肽行业企业经营发展分析及建议

一、特立帕肽行业经营模式

二、特立帕肽行业销售模式

三、特立帕肽行业创新方向

第三节 特立帕肽行业应对策略

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年中国特立帕肽行业发展策略及投资建议

第一节 中国特立帕肽行业品牌战略分析

一、特立帕肽企业品牌的重要性

二、特立帕肽企业实施品牌战略的意义

三、特立帕肽企业品牌的现状分析

四、特立帕肽企业的品牌战略

五、特立帕肽品牌战略管理的策略

第二节中国特立帕肽行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国特立帕肽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年中国特立帕肽行业发展策略及投资建议

第一节 中国特立帕肽行业产品策略分析

- 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 中国特立帕肽行业定价策略分析

第三节 中国特立帕肽行业营销渠道策略

- 一、特立帕肽行业渠道选择策略
- 二、特立帕肽行业营销策略

第四节 中国特立帕肽行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国特立帕肽行业重点投资区域分析
- 二、中国特立帕肽行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/340944340944.html>