

2022-2028年中国医药制造外包行业市场发展潜力 及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国医药制造外包行业市场发展潜力及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/202010/899050.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国医药制造外包行业市场发展潜力及投资前景分析报告》共七章。首先介绍了医药制造外包行业市场发展环境、医药制造外包整体运行态势等，接着分析了医药制造外包行业市场运行的现状，然后介绍了医药制造外包市场竞争格局。随后，报告对医药制造外包做了重点企业经营状况分析，最后分析了医药制造外包行业发展趋势与投资预测。您若想对医药制造外包产业有个系统的了解或者想投资医药制造外包行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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CMO行业发展综述

1.1 CMO行业概述

1.1.1 CMO行业定义

1.1.2 CMO业务分析

(1) CMO业务范围

(2) CMO业务类别

1.1.3 CMO产业链分析

(1) CMO产业链概述

(2) CMO上游产业分析

(3) CMO下游产业分析

1.2 CMO行业产生背景分析

1.2.1 大药厂药品生产供不应求，小药企生产能力有不逮

1.2.2 抢占市场和加速资金回笼促进对CMO的新需要

1.3 CMO行业发展环境分析

1.3.1 行业政策环境分析

(1) 行业标准与法规

(2) 行业相关政策

(3) 行业发展规划

1.3.2 行业经济环境分析

1.3.3 行业社会环境分析

1.3.4 行业技术环境分析

1.4 CMO行业发展机遇与威胁分析

第二章 全球CMO所属行业发展状况分析

2.1 全球CMO行业发展现状分析

2.1.1 全球CMO市场规模分析

2.1.2 全球CMO竞争格局分析

2.1.3 全球CMO业务结构分析

2.1.4 全球CMO区域分布情况

2.2 主要国家CMO行业发展分析

2.2.1 欧洲CMO行业发展分析

(1) 欧洲CMO发展现状分析

(2) 欧洲CMO发展趋势分析

(3) 中欧CMO行业发展比较

(4) 欧洲CMO发展对中国的启示

2.2.2 美国CMO行业发展分析

(1) 美国CMO发展现状分析

(2) 美国CMO发展趋势分析

(3) 中美CMO行业发展比较

(4) 美国CMO发展对中国的启示

2.2.3 印度CMO行业发展分析

(1) 印度CMO发展现状分析

(2) 印度CMO发展趋势分析

(3) 中印CMO行业发展比较

(4) 印度CMO发展对中国的启示

2.3 国外CMO巨头发展现状及在华布局

2.3.1 龙沙 (Lonza)

(1) 公司发展简介

(2) 公司经营情况及盈利

(3) 公司业务布局及结构

(4) 公司全球网络及业务

(5) 公司行业地位及规划

(6) 公司在华布局及经营

2.3.2 Catalent PHArma

(1) 公司发展简介

(2) 公司经营情况及盈利

(3) 公司业务布局及结构

(4) 公司全球网络及业务

(5) 公司行业地位及规划

(6) 公司在华布局及经营

2.3.3 Patheon

(1) 公司发展简介

(2) 公司经营情况及盈利

(3) 公司业务布局及结构

(4) 公司全球网络及业务

(5) 公司行业地位及规划

(6) 公司在华布局及经营

2.3.4 Jubilant Life Science

(1) 公司发展简介

(2) 公司经营情况及盈利

(3) 公司业务布局及结构

(4) 公司全球网络及业务

(5) 公司行业地位及规划

(6) 公司在华布局及经营

2.3.5 帝斯曼 (DSM)

(1) 公司发展简介

(2) 公司经营情况及盈利

(3) 公司业务布局及结构

(4) 公司全球网络及业务

(5) 公司行业地位及规划

(6) 公司在华布局及经营

2.4 全球CMO行业发展前景分析

2.4.1 全球CMO发展趋势分析

2.4.2 全球CMO市场前景预测

第三章 中国CMO所属行业发展状况分析

3.1 中国CMO产业发展背景分析

3.1.1 中国医药制造业发展现状

3.1.2 中国生物制药发展现状

3.1.3 中国仿制药发展现状

3.1.4 中国药品产能利用率情况

3.1.5 中国医药制造发展前景分析

3.2 中国CMO行业发展概况分析

3.2.1 中国CMO行业发展历程分析

3.2.2 中国CMO行业发展特点分析

3.2.3 中国CMO行业面临的问题

3.3 中国CMO行业发展现状分析

3.3.1 中国CMO行业市场规模分析

3.3.2 中国CMO行业业务结构分析

3.3.3 中国CMO行业盈利水平分析

3.4 中国CMO行业竞争格局分析

3.4.1 中国CMO行业市场竞争分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争格局分析

3.4.2 中国CMO行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

第四章 CMO行业细分领域市场分析

4.1 医药原料药CMO市场分析

4.1.1 医药原料药CMO业务范围

4.1.2 医药原料药CMO需求现状

4.1.3 医药原料药CMO市场规模

4.1.4 医药原料药CMO竞争格局

4.1.5 医药原料药CMO趋势分析

4.1.6 医药原料药CMO前景预测

4.2 医药中间体CMO市场分析

4.2.1 医药中间体CMO业务范围

4.2.2 医药中间体CMO需求现状

4.2.3 医药中间体CMO市场规模

4.2.4 医药中间体CMO竞争格局

4.2.5 医药中间体CMO趋势分析

4.2.6 医药中间体CMO前景预测

4.3 药物制剂CMO市场分析

4.3.1 药物制剂CMO业务范围

4.3.2 药物制剂CMO需求现状

4.3.3 药物制剂CMO市场规模

4.3.4 药物制剂CMO竞争格局

4.3.5 药物制剂CMO趋势分析

4.3.6 药物制剂CMO前景预测

4.4 其他CMO细分领域市场分析

4.4.1 固体制剂CMO市场分析

4.4.2 注射剂CMO市场分析

4.4.3 其他制剂CMO市场分析

第五章 CMO行业重点区域市场需求分析

5.1 山东CMO市场需求分析

5.1.1 山东CMO产业背景分析

(1) 山东医药制造业发展现状

(2) 山东生物制药发展现状

(3) 山东仿制药发展现状

5.1.2 山东CMO行业政策规划

5.1.3 山东CMO行业发展现状

5.1.4 山东CMO行业市场竞争

5.1.5 山东CMO行业发展优势

5.1.6 山东CMO行业前景预测

5.2 江苏CMO市场需求分析

5.2.1 江苏CMO产业背景分析

(1) 江苏医药制造业发展现状

(2) 江苏生物制药发展现状

(3) 江苏仿制药发展现状

5.2.2 江苏CMO行业政策规划

5.2.3 江苏CMO行业发展现状

5.2.4 江苏CMO行业市场竞争

5.2.5 江苏CMO行业发展优势

5.2.6 江苏CMO行业前景预测

5.3 河南CMO市场需求分析

5.3.1 河南CMO产业背景分析

(1) 河南医药制造业发展现状

(2) 河南生物制药发展现状

(3) 河南仿制药发展现状

5.3.2 河南CMO行业政策规划

5.3.3 河南CMO行业发展现状

5.3.4 河南CMO行业市场竞争

5.3.5 河南CMO行业发展优势

5.3.6 河南CMO行业前景预测

5.4 广东CMO市场需求分析

5.4.1 广东CMO产业背景分析

(1) 广东医药制造业发展现状

(2) 广东生物制药发展现状

(3) 广东仿制药发展现状

5.4.2 广东CMO行业政策规划

5.4.3 广东CMO行业发展现状

5.4.4 广东CMO行业市场竞争

5.4.5 广东CMO行业发展优势

5.4.6 广东CMO行业前景预测

5.5 浙江CMO市场需求分析

5.5.1 浙江CMO产业背景分析

(1) 浙江医药制造业发展现状

(2) 浙江生物制药发展现状

(3) 浙江仿制药发展现状

5.5.2 浙江CMO行业政策规划

5.5.3 浙江CMO行业发展现状

5.5.4 浙江CMO行业市场竞争

5.5.5 浙江CMO行业发展优势

5.5.6 浙江CMO行业前景预测

第六章 中国CMO行业领先企业案例分析

6.1 CMO行业企业发展总况

6.2 国内CMO领先企业案例分析

6.2.1 上海泓博智源医药股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.2 乐威医药(江苏)股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.3 上海合全药业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.4 联化科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.5 重庆博腾制药科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.6 浙江九洲药业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业业务结构分析

(4) 企业CMO业务分析

(5) 企业技术水平分析

(6) 企业业务渠道与网络

6.2.7 海南双成药业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业CMO业务分析
- (5) 企业技术水平分析
- (6) 企业业务渠道与网络

6.2.8 奥达国际生物技术（北京）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业CMO业务分析
- (5) 企业技术水平分析
- (6) 企业业务渠道与网络

6.2.9 浙江永太科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务结构分析
- (4) 企业CMO业务分析
- (5) 企业技术水平分析
- (6) 企业业务渠道与网络

第七章 中国CMO行业前景预测与投资建议(ZY TL)

7.1 CMO行业发展前景与趋势预测

7.1.1 行业发展前景预测

- (1) 新版GMP认证带来的CMO潜力
- (2) 药品上市许可人制度带来的CMO潜力
- (3) 中国CMO“十四五”发展潜力测算

7.1.2 行业发展趋势预测

7.2 CMO行业投资潜力分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业进入壁垒分析

7.2.3 行业经营模式分析

7.2.4 行业投资风险预警

7.2.5 行业兼并重组分析

7.3 CMO行业投资策略与建议

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

7.3.3 行业投资策略建议

图表目录：

图表 1：CMO产业定义

图表 2：CMO业务类型

图表 3：CMO产业链介绍

图表 4：CMO产生与发展的内在动力

图表 5：截至2020年CMO行业标准汇总

图表 6：截至2020年CMO行业相关政策汇总

图表 7：截至2020年CMO行业发展规划

图表 8：2017-2021年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表 9：2017-2021年中国社会消费品零售总额增长趋势图（单位：亿元，%）

图表 10：2017-2021年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表 11：2020年全国居民人均消费支出构成（单位：元，%）

图表 12：中国CMO行业发展机遇与威胁分析

图表 13：2017-2021年全球医药CMO市场规模及增速（单位：亿美元，%）

图表 14：2017-2021年全球生物制药CMO市场规模及增速（单位：亿美元，%）

图表 15：2020年全球CMO竞争格局（单位：%）

图表 16：2020年全球制剂合同制造市场组成（单位：%）

图表 17：全球制剂合同制造市场地区对比

图表 18：2017-2021年欧洲CMO市场规模及增速（单位：亿美元，%）

图表 19：中欧CMO行业发展比较

图表 20：欧洲CMO发展对中国的启示

图表 21：2017-2021年美国CMO市场规模及增速（单位：亿美元，%）

图表 22：中美CMO行业发展比较

图表 23：美国CMO发展对中国的启示

图表 24：2017-2021年印度CMO市场规模及增速（单位：亿美元，%）

图表 25：中印CMO行业发展比较

图表 26：印度CMO发展对中国的启示

图表 27：Lonza综合信息表

图表 28：2017-2021年Lonza经营及盈利情况（单位：亿美元，%）

图表 29：2017-2021年Lonza业务布局及结构（单位：亿美元，%）

图表 30：2020年Lonza全球网络结构（单位：亿美元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/899050.html>