

2024-2030年中国医药CMO行业投资战略分析及 发展前景研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国医药CMO行业投资战略分析及发展前景研究报告》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/202110/978200.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

智研咨询组织编撰的《2024-2030年中国医药CMO行业投资战略分析及发展前景研究报告》（以下简称“《报告》”）是中国医药CMO领域的专业市场研究报告，是医药CMO行业发展忠实的记录者和见证者。旨在为中国医药CMO行业生产厂家、政府机构、业界专家了解和掌握中国医药CMO发展脉络提供全面参考。

《报告》自2018年开始出版，每年一版，目前已连续7年。智研咨询研究团队持续跟进医药CMO发展历程，总结现状、深化研究、探索规律，《报告》总计9章，从运行环境、产业现状、区域运行、竞争格局、重点厂商、发展战略、产业趋势等多个方面，通过详实的数据，全面总结和回顾了2023年医药CMO行业的新趋向、新亮点，同时对现存问题进行了深度思考，为下一步医药CMO行业高质量发展提出了一系列有益的建议和未来的展望。

医药CMO指合同生产组织，主要是接受制药公司的委托，提供产品生产时所需要的工艺开发、配方开发、临床试验用药、化学或生物合成的原料药生产、中间体制造、制剂生产（如粉剂、针剂）以及包装等服务。近年来，由于CDE对药审政策等的改革，我国新药审评速度有了质的提升，国内新药市场竞争日趋激烈。药企为了提前抢占市场以及享受更长时间的独占期，对药品研发和生产的效率关注度大幅提高，对医药外包需求增加，从而推动了CMO行业的快速增长。2023年，我国医药CMO市场规模增长至412亿元。

医药CMO产业链上游包括CRO行业和精细化工行业。其中，CRO行业贯穿新药发现、研发、开发的全过程，行业服务内容涉及化合物研究、临床前研究、临床申请与批准、临床研究等。精细化工行业指为中游厂商提供基础化学原料的供应商。产业链中游指COM服务商提供产品生产时所需要的工艺开发、配方开发、临床用药、化学或生物合成的原料药生产、中间体制造、制剂生产（如粉剂、针剂）以及包装等服务。产业链下游为医药销售服务（CSO）行业，指服务商根据与药品生产企业（或药品销售权所有人）签订药品销售合同进行销售，最终将医药产品供应给消费者。

数据显示，我国医药CMO行业生产企业数量较少，但大部分企业规模较小。通过对企业所在地进行汇总可知，我国广东省、江苏省、山东省医药制造外包(CMO)生产企业相对较多。整体来看，我国医药CMO生产企业区域分布相对集中。

报告目录：

第一部分 医药CMO行业发展现状

第一章 中国医药CMO行业发展综述

第一节 医药CMO行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

第二节 医药CMO行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 医药CMO行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、医药CMO原材料市场分析

2、医药CMO包装市场分析

3、劳动力市场分析

五、行业下游产业链相关行业分析

1、零售行业发展现状分析

2、网络零售发展现状分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 中国医药CMO行业市场环境分析

第一节 医药CMO行业政策环境分析

一、行业政策动向

1、国家引导防晒类护肤品消费

2、国家规范医药CMO产品技术要求

3、国家完善医药CMO安全风险评估

4、国家调控医药CMO检验机构建设

5、国家规范医药CMO相关产品的命名

6、国家规范非特殊用途医药CMO的管理

7、国家规范特殊用途医药CMO的管理

二、行业发展规划

1、发展中存在的问题

2、发展目标

3、战略措施

第二节 医药CMO行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 医药CMO行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、医药CMO行业消费行为特点分析

1、非理性消费

2、情绪化消费

3、不言悔消费

三、不同人口特征城市居民医药CMO购买比例

1、不同性别居民的医药CMO购买分析

2、不同年龄居民的医药CMO购买分析

3、不同学历居民的医药CMO购买分析

4、不同收入居民的医药CMO购买分析

四、不同媒介接触频率居民医药CMO消费情况

1、不同电视媒介接触频率居民医药CMO消费情况

2、不同广播媒介接触频率居民医药CMO消费情况

3、不同报纸媒介接触频率居民医药CMO消费情况

4、不同杂志媒介接触频率居民医药CMO消费情况

5、不同网络媒介接触频率居民医药CMO消费情况

第四节 行业技术环境分析（T）

一、医药CMO技术分析

二、医药CMO技术发展水平

三、医药CMO技术特点分析

1、天然植物原料的功效研究、提取和应用

2、高新技术在医药CMO中的应用

3、医药CMO包装技术的升级换代

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 中国医药CMO行业发展现状分析

第一节 医药CMO行业发展概况

一、行业发展历程

1、全球医药CMO行业发展简述

2、医药CMO国内行业现状阐述

二、行业市场规模

1、全部医药CMO企业零售总额

2、限额以上医药CMO企业零售总额

三、我国医药CMO行业发展分析

- 1、我国医药CMO市场规模庞大，增长迅速
- 2、居民可支配收入提高和城镇化发展推动医药CMO行业增长
- 3、我国医药CMO人均消费水平低，发展空间巨大
- 4、我国医药CMO市场未来发展空间广阔
- 5、护肤品子行业市场规模最大
- 6、产品细分日益清晰，功能更加个性化
- 7、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念

第二节 医药CMO行业供需平衡分析

一、全国医药CMO所属行业供给情况分析

- 1、我国医药CMO所属行业工业总产值
- 2、我国医药CMO所属行业工业销售产值

二、各地区医药CMO所属行业供给情况分析

- 1、我国医药CMO所属行业供给分析
- 2、我国医药CMO所属行业产品产量分析

三、全国医药CMO所属行业需求情况分析

- 1、医药CMO行业需求市场
- 2、医药CMO行业客户结构
- 3、医药CMO行业需求的地区差异

四、2019-2023年我国医药CMO行业供需平衡分析

五、全国医药CMO所属行业产销率分析

第三节 2019-2023年中国医药CMO所属行业财务指标总体分析

一、医药CMO所属行业盈利能力分析

- 1、我国医药CMO所属行业销售利润率
- 2、我国医药CMO所属行业成本费用利润率
- 3、我国医药CMO所属行业亏损面

二、医药CMO所属行业偿债能力分析

- 1、我国医药CMO所属行业资产负债比率
- 2、我国医药CMO所属行业利息保障倍数

三、医药CMO所属行业营运能力分析

- 1、我国医药CMO所属行业应收帐款周转率
- 2、我国医药CMO所属行业应交增值税及附加
- 3、我国医药CMO所属行业主营业务税金及附加

四、医药CMO所属行业发展能力分析

- 1、我国医药CMO所属行业总资产增长率
- 2、我国医药CMO所属行业利润总额增长率
- 3、我国医药CMO所属行业主营业务收入增长率
- 4、我国医药CMO所属行业资本保值增值率

第四节 医药CMO所属行业进出口分析

一、医药CMO所属行业进出口综述

- 1、中国医药CMO进出口的特点分析
- 2、中国医药CMO进出口政策与国际化经营
- 3、中国医药CMO进出口整体情况

二、医药CMO所属行业出口市场分析

- 1、2019-2023年医药CMO所属行业出口产品结构
- 2、2019-2023年医药CMO所属行业出口地域格局
- 3、2019-2023年医药CMO所属行业出口量与金额统计

三、医药CMO所属行业进口市场分析

- 1、2019-2023年医药CMO所属行业进口产品结构
- 2、2019-2023年医药CMO所属行业进口地域格局
- 3、2019-2023年医药CMO所属行业进口量与金额统计

第四章 中国医药CMO行业竞争状况现状

第一节 全球医药CMO市场总体情况分析

- 一、全球医药CMO行业的发展特点
- 二、2023年全球医药CMO市场结构
- 三、2023年全球医药CMO行业发展分析
- 四、2023年全球医药CMO行业竞争格局
- 五、2023年全球医药CMO市场区域分布
- 六、2023年国际重点医药CMO企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

- 1、欧洲医药CMO行业发展概况
- 2、2023年欧洲医药CMO市场分析
- 3、2024-2030年欧洲医药CMO行业发展前景预测

二、美国

- 1、美国医药CMO行业发展概况
- 2、2023年美国医药CMO市场分析
- 3、2024-2030年美国医药CMO行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本医药CMO行业发展概况
- 2、2023年日本医药CMO市场分析
- 3、2024-2030年日本医药CMO行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国医药CMO行业发展概况
- 2、2023年韩国医药CMO市场分析
- 3、2024-2030年韩国医药CMO行业发展前景预测

五、其他国家地区

第三节 国外重点医药CMO企业竞争分析

第四节 国内医药CMO行业竞争现状分析

一、国内市场竞争格局

- 1、行业整体竞争格局
- 2、高档医药CMO市场竞争格局
- 3、中档医药CMO市场竞争格局
- 4、大众医药CMO市场竞争格局

二、行业五力模型分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

第五节 行业投资兼并重组整合分析

- 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 二、本土企业投资兼并与重组分析
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第二部分 医药CMO行业深度分析

第五章 中国医药CMO行业细分市场分析

第一节 按产品功能划分细分市场分析预测

一、发用医药CMO

- 1、洗发水市场分析预测
- 2、护发产品市场分析预测
- 3、染发剂市场分析预测
- 4、美发产品市场分析预测

二、脸部医药CMO

- 1、洗面奶市场分析预测
- 2、美白产品市场分析预测
- 3、祛斑产品市场分析预测

三、护肤医药CMO

- 1、护肤品行业概况
- 2、护肤品市场分析
- 3、护肤品竞争分析
- 4、护肤品营销分析
- 5、护肤品前景分析

四、防晒医药CMO

- 1、防晒品发展综述
- 2、防晒品主要类别产品成分分析
- 3、防晒品市场分析

第二节 按产品档次划分细分市场分析预测

一、高端医药CMO市场分析

- 1、高端医药CMO品牌关注度分析
- 2、高端医药CMO市场现状分析
- 3、高端医药CMO营销策略与渠道

二、大众医药CMO市场分析

- 1、大众医药CMO品牌关注度分析
- 2、大众医药CMO市场现状分析
- 3、大众医药CMO营销策略与渠道

第三节 潜力产品细分市场分析预测

一、儿童医药CMO市场分析预测

- 1、儿童医药CMO主要产品种类
- 2、儿童医药CMO市场的品牌格局与竞争态势
- 3、儿童医药CMO市场消费者分析
- 4、儿童医药CMO的营销策略和渠道
- 5、儿童医药CMO市场的发展前景

二、男性医药CMO市场分析与前景预测

- 1、男性医药CMO关注度分析
- 2、男性医药CMO主要产品种类
- 3、男性医药CMO市场现状
- 4、男性医药CMO市场竞争态势

5、男性医药CMO营销策略

6、男性医药CMO市场前景

三、中老年医药CMO市场分析与前景预测

1、中老年医药CMO主要产品种类

2、中老年医药CMO市场现状

3、中老年医药CMO营销策略

4、中老年医药CMO市场发展前景

第四节 热点产品细分市场分析预测

一、药妆市场分析预测

1、药妆的定义及主要分类

2、药妆市场的政策规范

3、国外药妆市场现状

4、国内药妆市场现状

5、国内药妆市场竞争格局

6、国内药妆市场存在问题

7、国内药妆市场前景预测

二、有机/天然医药CMO市场分析预测

1、有机/天然护肤品的定义与认证

2、有机/天然护肤品的政策规范

3、国内有机/天然医药CMO市场的发展现状

4、国内有机/天然护肤品的品牌格局

5、有机/天然医药CMO的前景预测

三、护体医药CMO市场分析预测

四、纳米医药CMO市场分析预测

1、纳米技术在医药CMO上的应用概述

2、纳米医药CMO优势分析

3、纳米医药CMO开发情况

4、纳米医药CMO发展前景

第六章 中国医药CMO行业营销策略分析

第一节 医药CMO行业传统渠道策略分析

一、传统销售渠道概述

二、商场专柜渠道分析

三、超市卖场渠道分析

四、专营店渠道分析

五、加盟专卖渠道分析

六、药店零售渠道分析

1、渠道概况

2、品牌分析

3、进入壁垒

4、成本构成

5、收益分析

七、美容院零售渠道分析

八、直销渠道

九、其他渠道

第二节 医药CMO行业电子商务渠道分析

一、渠道销售规模

二、渠道特性分析

1、医药CMO网购的参与主体具有多样性

2、传统医药CMO企业纷纷涉足“电商”

3、医药CMO“淘品牌”发展良好并酝酿转型

三、渠道优劣势分析

1、三方平台

2、自有平台

四、与传统渠道关联

1、利好关联

2、不利关联

3、解决方案

五、渠道经营策略

1、规划共同愿景

2、规范产品价格

3、产品差异化经营

4、完善售后服务

六、渠道广告投放

1、2023年时尚网站行业数据

2、2023年热门行业品牌网络广告投放

3、2023年化妆护肤品网络广告投放费用

4、2023年化妆护肤品网络广告投放媒体类别

第三节 医药CMO行业的产品策略分析

一、行业领先产品策略分析

- 1、品牌定位策略分析
- 2、产品组合策略分析
- 3、产品差异化策略分析
- 4、新产品开发策略分析
- 5、产品生命周期运用策略分析
- 二、行业典型产品案例分析
- 第四节 医药CMO行业的定价策略分析
 - 一、投进期的价格策略（新产品定价策略）
 - 二、成长期的价格策略
 - 三、成熟期的价格策略
 - 四、相关产品价格策略
- 第五节 医药CMO行业的促销策略分析
 - 一、行业促销策略概述
 - 二、行业典型促销案例分析

第七章 医药CMO行业需求与预测分析

- 第一节 医药CMO行业需求分析及预测
 - 一、医药CMO行业需求总量及增长速度
 - 二、医药CMO行业需求结构分析
 - 三、医药CMO行业需求影响因素分析
- 第二节 医药CMO行业地区需求分析
 - 一、行业的总体区域需求分析
 - 二、广东省医药CMO市场分析
 - 1、广东省医药CMO市场发展概述
 - 2、广东省医药CMO市场经营分析
 - 3、广东省医药CMO市场发展形势
 - 4、广东省医药CMO市场发展前景
 - 三、江苏省医药CMO市场分析
 - 1、江苏省医药CMO市场发展概述
 - 2、江苏省医药CMO市场经营分析
 - 3、江苏省医药CMO市场发展形势
 - 4、江苏省医药CMO市场发展前景
 - 四、上海市医药CMO市场分析
 - 1、上海市医药CMO市场发展概述
 - 2、上海市医药CMO市场经营分析

3、上海市医药CMO市场发展形势

4、上海市医药CMO市场发展前景

五、安徽省医药CMO市场分析

1、安徽省医药CMO市场发展概述

2、安徽省医药CMO市场经营分析

3、安徽省医药CMO市场发展形势

4、安徽省医药CMO市场发展前景

六、浙江省医药CMO市场分析

1、浙江省医药CMO市场发展概述

2、浙江省医药CMO市场经营分析

3、浙江省医药CMO市场发展形势

4、浙江省医药CMO市场发展前景

七、北京市医药CMO市场分析

1、北京市医药CMO市场发展概述

2、北京市医药CMO市场经营分析

3、北京市医药CMO市场发展形势

4、北京市医药CMO市场发展前景

八、湖北省医药CMO市场分析

1、湖北省医药CMO市场发展概述

2、湖北省医药CMO市场经营分析

3、湖北省医药CMO市场发展形势

4、湖北省医药CMO市场发展前景

第三节 医药CMO行业细分市场需求分析

一、医药CMO行业市场需求量情况

二、医药CMO行业市场供求量情况

第八章 2023年医药CMO行业领先企业经营形势分析

第一节 中国医药CMO企业总体发展状况分析

一、医药CMO企业主要类型

二、医药CMO企业资本运作分析

三、医药CMO企业创新及品牌建设

四、医药CMO企业国际竞争力分析

五、医药CMO行业企业排名分析

第二节 中国领先医药CMO企业经营形势分析

一、凯莱英

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

二、韶远科技

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

三、重庆博腾制药科技股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

四、培森（加拿大）

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

五、合全药业

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

第三部分 医药CMO行业发展战略

第九章 中国医药CMO行业发展投资策略

第一节 医药CMO行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

- 1、技术壁垒
- 2、渠道壁垒
- 3、品牌壁垒

二、行业投资机会分析

- 1、产业链投资机会
- 2、细分市场投资机会

3、重点区域投资机会

第二节 医药CMO行业投资风险分析

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第三节 医药CMO行业投资建议

- 一、行业法规存在漏洞
- 二、市场监管不成熟
- 三、科技质量低制约医药CMO发展
- 四、资金不足限制医药CMO市场发展
- 五、品牌意识弱，市场份额少
- 六、国内企业资本运作能力低，竞争力弱
- 七、行业投资建议
 - 1、发展具有中国特色的医药CMO产品路线
 - 2、通过整合资源进行自主研发
 - 3、跟踪行业高新技术
 - 4、反向控制上游资源
 - 5、积极申请专利技术

图表目录：

图表：医药CMO产业链

图表：原料厂商环节企业分布情况

图表：分销商环节企业分布情况

图表：OEM厂商环节企业分布情况

图表：2019-2023年中国医药CMO零售市场规模

图表：2019-2023年中国日用化学产品产销率

图表：2019-2023年中国医药CMO所属行业销售利润率

图表：2019-2023年中国医药CMO所属行业总资产增长率

图表：2019-2023年中国医药CMO所属行业利润总额增长率

图表：2019-2023年中国医药CMO所属行业主营业务收入增长率

图表：2019-2023年中国医药CMO所属行业资本保值增值率

图表：中国出口医药CMO结构比例分析

图表：2023年中国医药CMO出口产品结构分析

图表：2023年全球医药CMO市场占比

图表：2023年全球医药CMO各地区占比

图表：2023年全球医药CMO细分产品占比

图表：世界医药CMO产品结构

图表：2023年全球医药CMO各类产品占比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978200.html>