

2022-2028年中国三价流感 疫苗市场评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国三价流感疫苗市场评估与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202203/274647.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

流感疫苗主要分为三价疫苗和四价疫苗，均可预防A（H1N1）和A（H3N2）以及B型两个株系的Victoria系，四价疫苗还能同时预防Yamagata系。美国GSK、赛诺菲、CSL等公司的四价流感疫苗先后获批上市，四价流感已经成为美国流感疫苗的主流产品。而我国直到2018年6月才有首支四价流感疫苗获批上市，未来四价疫苗市占率将成为主流。疫苗事件导致流感疫苗批签发下降，2019年出现回升。2016年之前我国流感疫苗批签发数量在4000-5000万支左右。疫苗事件后疫苗监管严格，流感疫苗批签发量出现明显下滑，2018年仅1615万支，2019年回升至3078万支，仍然处于底部水平。流感疫苗集中度提升，新产品上市后快速放量。疫苗全流程监管越来越严，生产企业陆续退出，有流感疫苗批签发数据的企业数量从2011年的14家减少到2019年的6家，行业集中度持续提升。华兰生物四价流感疫苗于2018年获批并实现快速放量，2019年批签发数量达到836万支，占比约27%。2011-2019年10月我国流感疫苗批签发量（万人份）数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国三价流感疫苗市场评估与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了三价流感疫苗行业市场发展环境、三价流感疫苗整体运行态势等，接着分析了三价流感疫苗行业市场运行的现状，然后介绍了三价流感疫苗市场竞争格局。随后，报告对三价流感疫苗做了重点企业经营状况分析，最后分析了三价流感疫苗行业发展趋势与投资预测。您若想对三价流感疫苗产业有个系统的了解或者想投资三价流感疫苗行业，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：

第一章三价流感疫苗行业发展综述

1.1三价流感疫苗行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2三价流感疫苗行业特征分析

1.2.1产业链分析

- 1.2.2三价流感疫苗行业在国民经济中的地位
- 1.2.3三价流感疫苗行业生命周期分析
 - (1) 行业生命周期理论基础
 - (2) 三价流感疫苗行业生命周期
- 1.3最近3-5年中国三价流感疫苗行业经济指标分析
 - 1.3.1赢利性
 - 1.3.2成长速度
 - 1.3.3附加值的提升空间
 - 1.3.4进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5风险性
 - 1.3.6行业周期
 - 1.3.7竞争激烈程度指标
 - 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章三价流感疫苗行业运行环境分析

- 2.1三价流感疫苗行业政治法律环境分析
 - 2.1.1行业管理体制分析
 - 2.1.2行业主要法律法规
 - 2.1.3行业相关发展规划
- 2.2三价流感疫苗行业经济环境分析
 - 2.2.1国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3产业宏观经济环境分析
- 2.3三价流感疫苗行业社会环境分析
 - 2.3.1三价流感疫苗产业社会环境
 - 2.3.2社会环境对行业的影响
 - 2.3.3三价流感疫苗产业发展对社会发展的影响
- 2.4三价流感疫苗行业技术环境分析
 - 2.4.1三价流感疫苗技术分析
 - 2.4.2三价流感疫苗技术发展水平
 - 2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国三价流感疫苗所属行业运行分析

3.1我国三价流感疫苗行业发展状况分析

3.1.1我国三价流感疫苗行业发展阶段

3.1.2我国三价流感疫苗行业发展总体概况

3.1.3我国三价流感疫苗行业发展特点分析

3.22015-2019年三价流感疫苗行业发展现状

中国疾病预防控制中心《中国季节性流感疫苗应用技术指南（2014-2015）》指出，推荐以下人群为流感疫苗优先接种对象：孕妇、6月龄以下婴儿的家庭成员和看护人员、6月龄-5岁儿童、60岁及以上老年人、特定慢性病患者、医务人员。保守假设，我国儿童型流感疫苗受种人群仅为6月龄-5岁儿童，成人型疫苗仅为60岁及以上老年人；据此测算，我国流感疫苗儿童型和成人型的2017年接种率仍仅为10.18%和6.6%，2018年因疫苗供给不足，接种率更是只有3.24%和4.53%，远远低于美国接种率。2017-2018年我国流感疫苗接种率与市场规模测算

年份	剂型	疫苗规格	适应人群（亿人）	疫苗批签发量（万人份）	接种率	平均中标价（元/人份）	市场规模（亿元）	合计市场规模（亿元）
2017年	儿童型	0.25ml:7.5?g, 2支/人份	0.52	528	10.18%	56	2.95	11.52
	成人型	0.5ml:15?g, 1支/人份	2.82	1862	6.60%	46	8.57	24.18
2018年	儿童型	0.25ml:7.5?g, 2支/人份	0.52	168	3.24%	56	0.94	10.51
	成人型	0.5ml:15?g, 1支/人份	2.82	1279	4.53%	46	5.87	13.05

三价46 四价118 9.57 数据来源：公开资料整理

但鉴于我国连续两年流感爆发，民众对流感预防重要性的认知加深，同时随着生产企业市场教育的不断深入，我国流感疫苗接种率有望进一步提升。保守假设我国儿童型和成人型流感疫苗的未来接种率分别达到20%和15%，则疫苗总需求量将达到5300万人份。以三价疫苗计算，整体市场空间合计25亿元，若未来全部替代为四价疫苗，则整体市场空间将提升至60亿元。

剂型	适应人群（亿人）	假设接种率	疫苗需求（万人份）	假设全部为三价疫苗	假设全部替代为四价疫苗	中标价（元/人份）	市场空间（亿元）		
儿童型	0.52	20%	1036	56	5.8	118	12.23		
		30%	1555	8.71	18.35	40%	2073	11.61	24.46
		40%	2073	11.61	24.46				
成人型	2.82	15%	4235	46	19.48	118	49.98		
		20%	5647	25.98	66.64	25%	7059	32.47	83.3
		25%	7059	32.47	83.3				

数据来源：公开资料整理

3.2.12015-2019年我国三价流感疫苗行业市场规模

3.2.22015-2019年我国三价流感疫苗行业发展分析

3.2.32015-2019年中国三价流感疫苗企业发展分析

3.3区域市场分析

- 3.3.1区域市场分布总体情况
- 3.3.22015-2019年重点省市市场分析
- 3.4三价流感疫苗细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1细分产品/服务特色
 - 3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5三价流感疫苗产品/服务价格分析
 - 3.5.12015-2019年三价流感疫苗价格走势
 - 3.5.2影响三价流感疫苗价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.32021-2027年三价流感疫苗产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4主要三价流感疫苗企业价位及价格策略

第四章我国三价流感疫苗所属行业整体运行指标分析

- 4.12015-2019年中国三价流感疫苗所属行业总体规模分析
 - 4.1.1企业数量结构分析
 - 4.1.2人员规模状况分析
 - 4.1.3所属行业资产规模分析
 - 4.1.4行业市场规模分析
- 4.22015-2019年中国三价流感疫苗所属行业产销情况分析
 - 4.2.1我国三价流感疫苗所属行业工业总产值
 - 4.2.2我国三价流感疫苗所属行业工业销售产值
 - 4.2.3我国三价流感疫苗所属行业产销率
- 4.32015-2019年中国三价流感疫苗所属行业财务指标总体分析
 - 4.3.1所属行业盈利能力分析
 - 4.3.2所属行业偿债能力分析
 - 4.3.3行业营运能力分析
 - 4.3.4行业发展能力分析

第五章我国三价流感疫苗行业供需形势分析

5.1三价流感疫苗行业供给分析

5.1.12015-2019年三价流感疫苗行业供给分析

5.1.22021-2027年三价流感疫苗行业供给变化趋势

5.1.3三价流感疫苗行业区域供给分析

5.22015-2019年我国三价流感疫苗行业需求情况

5.2.1三价流感疫苗行业需求市场

5.2.2三价流感疫苗行业客户结构

5.2.3三价流感疫苗行业需求的地区差异

5.3三价流感疫苗市场应用及需求预测

5.3.1三价流感疫苗应用市场总体需求分析

(1) 三价流感疫苗应用市场需求特征

(2) 三价流感疫苗应用市场需求总规模

5.3.22021-2027年三价流感疫苗行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年三价流感疫苗行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年三价流感疫苗行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业三价流感疫苗产品/服务需求分析预测

第六章三价流感疫苗行业产业结构分析

6.1三价流感疫苗产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国三价流感疫苗行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国三价流感疫苗行业产业链分析

7.1三价流感疫苗行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2三价流感疫苗上游行业分析

7.2.1三价流感疫苗产品成本构成

7.2.22015-2019年上游行业发展现状

7.2.32021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4上游供给对三价流感疫苗行业的影响

7.3三价流感疫苗下游行业分析

7.3.1三价流感疫苗下游行业分布

7.3.22015-2019年下游行业发展现状

7.3.32021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对三价流感疫苗行业的影响

第八章我国三价流感疫苗行业渠道分析及策略

8.1三价流感疫苗行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对三价流感疫苗行业的影响

8.1.3主要三价流感疫苗企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2三价流感疫苗行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3三价流感疫苗行业营销策略分析

8.3.1中国三价流感疫苗营销概况

8.3.2三价流感疫苗营销策略探讨

8.3.3三价流感疫苗营销发展趋势

第九章我国三价流感疫苗行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1三价流感疫苗行业竞争结构分析

- (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
- (6) 竞争结构特点总结

9.1.2三价流感疫苗行业企业间竞争格局分析

9.1.3三价流感疫苗行业集中度分析

9.1.4三价流感疫苗行业SWOT分析

9.2中国三价流感疫苗行业竞争格局综述

9.2.1三价流感疫苗行业竞争概况

- (1) 中国三价流感疫苗行业竞争格局
- (2) 三价流感疫苗行业未来竞争格局和特点
- (3) 三价流感疫苗市场进入及竞争对手分析

9.2.2中国三价流感疫苗行业竞争力分析

- (1) 我国三价流感疫苗行业竞争力剖析
- (2) 我国三价流感疫苗企业市场竞争的优势
- (3) 国内三价流感疫苗企业竞争能力提升途径

9.2.3三价流感疫苗市场竞争策略分析

第十章三价流感疫苗行业领先企业经营形势分析

10.1华兰生物

10.1.1企业概况

10.1.2企业优势分析

10.1.3产品/服务特色

10.1.4公司经营状况

10.1.5公司发展规划

10.2长春所

10.2.1企业概况

- 10.2.2企业优势分析
- 10.2.3产品/服务特色
- 10.2.4公司经营状况
- 10.2.5公司发展规划
- 10.3赛诺菲
- 10.3.1企业概况
- 10.3.2企业优势分析
- 10.3.3产品/服务特色
- 10.3.4公司经营状况
- 10.3.5公司发展规划
- 10.4科兴生物
- 10.4.1企业概况
- 10.4.2企业优势分析
- 10.4.3产品/服务特色
- 10.4.4公司经营状况
- 10.4.5公司发展规划
- 10.5江苏金迪克
- 10.5.1企业概况
- 10.5.2企业优势分析
- 10.5.3产品/服务特色
- 10.5.4公司经营状况
- 10.5.5公司发展规划
- 10.6国光生物
- 10.6.1企业概况
- 10.6.2企业优势分析
- 10.6.3产品/服务特色
- 10.6.4公司经营状况
- 10.6.5公司发展规划

第十一章2021-2027年三价流感疫苗行业投资前景

11.12021-2027年三价流感疫苗市场发展前景

11.1.12021-2027年三价流感疫苗市场发展潜力

- 11.1.22021-2027年三价流感疫苗市场发展前景展望
- 11.1.32021-2027年三价流感疫苗细分行业发展前景分析
- 11.22021-2027年三价流感疫苗市场发展趋势预测
- 11.2.12021-2027年三价流感疫苗行业发展趋势
- 11.2.22021-2027年三价流感疫苗市场规模预测
- 11.2.32021-2027年三价流感疫苗行业应用趋势预测
- 11.2.42021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.32021-2027年中国三价流感疫苗行业供需预测
- 11.3.12021-2027年中国三价流感疫苗行业供给预测
- 11.3.22021-2027年中国三价流感疫苗行业需求预测
- 11.3.32021-2027年中国三价流感疫苗供需平衡预测
- 11.4影响企业生产与经营的关键趋势
- 11.4.1市场整合成长趋势
- 11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2021-2027年三价流感疫苗行业投资机会与风险

- 12.1三价流感疫苗行业投融资情况
- 12.1.1行业资金渠道分析
- 12.1.2固定资产投资分析
- 12.1.3兼并重组情况分析
- 12.22021-2027年三价流感疫苗行业投资机会
- 12.2.1产业链投资机会
- 12.2.2细分市场投资机会
- 12.2.3重点区域投资机会
- 12.32021-2027年三价流感疫苗行业投资风险及防范
- 12.3.1政策风险及防范
- 12.3.2技术风险及防范
- 12.3.3供求风险及防范
- 12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章三价流感疫苗行业投资战略研究

13.1三价流感疫苗行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国三价流感疫苗品牌的战略思考

13.2.1三价流感疫苗品牌的重要性

13.2.2三价流感疫苗实施品牌战略的意义

13.2.3三价流感疫苗企业品牌的现状分析

13.2.4我国三价流感疫苗企业的品牌战略

13.2.5三价流感疫苗品牌战略管理的策略

13.3三价流感疫苗经营策略分析

13.3.1三价流感疫苗市场细分策略

13.3.2三价流感疫苗市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4三价流感疫苗新产品差异化战略

13.4三价流感疫苗行业投资战略研究

13.4.12019年三价流感疫苗行业投资战略

13.4.22021-2027年三价流感疫苗行业投资战略

13.4.32021-2027年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议（）

14.1三价流感疫苗行业研究结论

14.2三价流感疫苗行业投资价值评估

14.3三价流感疫苗行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274647.html>