

2021-2026年中国分子诊断市场供需现状及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国分子诊断市场供需现状及投资战略研究报告》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.huaon.com/channel/medicine/693298.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

分子诊断是指应用分子生物学方法检测患者体内遗传物质的结构或表达水平的变化而做出诊断的技术。分子诊断是预测诊断的主要方法，既可以进行个体遗传病的诊断，也可以进行产前诊断。分子诊断主要是指编码与疾病相关的各种结构蛋白、酶、抗原抗体、免疫活性分子基因的检测。

在精准医疗、个性化医疗的大背景下，分子诊断作为体外诊断的重要细分行业，正飞速发展。近年来全球分子诊断行业年均增速保持在10%以上，高于体外诊断的其他细分领域。根据相关资料，我国分子诊断因起步晚，规模较小。但在消费升级、分子诊断技术进步、政策扶持以及资本追捧等多重因素的共同推动下，我国分子诊断行业发展前景良好，增长快速。2014—2019年，我国分子诊断市场规模由46亿元增加至约108亿元，年均增速在18%左右。预计到2021年，我国分子诊断市场规模将接近153亿元。

2014-2021年中国分子诊断市场规模预测情况

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 中国分子（核酸）诊断行业相关概述

第一节 中国分子（核酸）诊断行业相关概述

一、体外诊断概述

（一）临床诊断及其分类

（二）体外诊断定义及分类

二、分子诊断概述

（一）分子诊断的定义

（二）分子诊断的分类

（三）分子诊断适用范围

第二节 分子诊断行业的发展历程

一、世界分子诊断行业发展历程

二、中国分子诊断行业发展历程

第三节 中国分子（核酸）诊断行业特性

- 一、生命周期特征
- 二、周期性特征
- 三、区域性特征
- 四、季节性特征

第二章 2016-2020年中国分子（核酸）诊断行业发展环境分析

第一节 2020年中国经济发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、居民医疗保健消费支出

第二节 中国分子（核酸）诊断行业政策环境分析

- 一、行业主管部门和监管体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、行业发展相关规划
 - （一）《国家科学和技术发展规划》
 - （二）《国家中长期科学和技术发展规划纲要》
 - （三）《国家重大科技基础设施建设中长期规划》
 - （四）《生物技术发展规划》
 - （五）《中国妇女发展纲要》

四、进出口政策影响分析

第三节 中国分子（核酸）诊断行业技术环境分析

- 一、行业技术发展概况
- 二、行业技术发展现状
 - （一）基于分子杂交的分子诊断技术
 - （二）核酸序列测定
 - （三）基于分子构象的分子诊断技术

第三章 2016-2020年中国分子（核酸）诊断市场供需分析

第一节 中国分子（核酸）诊断市场供给状况

- 一、分子（核酸）诊断产品主要供应商

二、分子（核酸）诊断市场竞争格局

第二节 中国分子（核酸）诊断市场需求状况

一、中国分子（核酸）诊断需求规模

二、2021-2026年中国分子（核酸）诊断需求预测

第三节 2020年中国分子（核酸）诊断市场价格分析

第四章 中国分子（核酸）诊断行业产业链分析

第一节 中国分子（核酸）诊断行业产业链概述

第二节 中国分子（核酸）诊断上游产业发展状况分析

一、诊断酶

（一）产品概述

（二）供需状况

二、精细化学品

（一）产品概述

（二）供需状况

第三节 中国分子（核酸）诊断下游应用需求市场分析

一、三级甲等医院

（一）三级甲等医院发展规模

（二）三级医院医疗服务情况

二、独立医学实验室

（一）独立医学实验室发展概况

（二）独立医学实验室现实意义

第五章 2021-2026年中国分子（核酸）诊断进出口数据分析

第一节 2021-2026年中国分子诊断产品进出口分析

一、2021-2026年中国分子诊断产品进口分析

（一）中国分子诊断产品进口数量情况

（二）中国分子诊断产品进口金额情况

（三）中国分子诊断产品进口来源分析

（四）中国分子诊断产品进口均价分析

二、2021-2026年中国分子诊断产品出口分析

（一）中国分子诊断产品出口数量情况

（二）中国分子诊断产品出口金额情况

（三）中国分子诊断产品出口流向分析

（四）中国分子诊断产品出口均价分析

第二节 2021-2026年中国其他分子诊断产品进出口分析

一、2021-2026年中国其他分子诊断产品进口分析

- (一) 中国其他分子诊断产品进口数量情况
- (二) 中国其他分子诊断产品进口金额情况
- (三) 中国其他分子诊断产品进口来源分析
- (四) 中国其他分子诊断产品进口均价分析

二、2021-2026年中国其他分子诊断产品出口分析

- (一) 中国其他分子诊断产品出口数量情况
- (二) 中国其他分子诊断产品出口金额情况
- (三) 中国其他分子诊断产品出口流向分析
- (四) 中国其他分子诊断产品出口均价分析

第六章 国内中国分子（核酸）诊断生产厂商竞争力分析

第一节 中山大学达安基因股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业研发实力分析
- 五、企业营销网络分析
- 六、企业经营计划分析

第二节 上海科华生物工程股份有限公司

一、企业发展基本情况

从全球范围分析，罗氏、诺华、Hologic等公司在分子诊断领域保持领先，罗氏为全球最大的分子诊断公司，市场占比达29%。国内分子诊断行业仍处于发展的初期阶段，规模小且集中度低。根据数据显示，达安基因在我国的市场占有率已经超越之前的罗氏达到15%，处于领先地位，但与其他竞争者如华大基因（13%）、科华生物（10%）、雅培（10%）等差距并不显著。主要是因为分子诊断涉及的临床需求多且杂，各家都有其擅长领域，难以做到全面覆盖，暂未形成垄断格局，市场集中有待进一步提高。

中国分子诊断市场竞争格局占比情况

- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业研发实力分析

五、企业营销网络分析

六、企业发展战略分析

第三节 亚能生物技术（深圳）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业销售网络分析

六、企业竞争优势分析

第四节 厦门艾德生物医药科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业研发实力分析

六、企业营销网络分析

第五节 泰普生物科学（中国）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业研发实力分析

六、企业营销网络分析

第六节 上海百傲科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业研发实力分析

五、企业客户资源情况

六、企业未来经营计划

第七节 博奥生物有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业经营效益分析

五、企业研发实力分析

六、企业营销网络分析

第八节 港龙生物技术(深圳)有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业研发实力分析

四、企业竞争优势分析

第七章 2021-2026年中国分子（核酸）诊断行业发展趋势与前景分析

第一节 2021-2026年中国分子（核酸）诊断行业投资前景分析

一、中国分子诊断商业环境需求推动因素

二、中国分子（核酸）诊断行业发展前景

三、影响行业发展的有利因素与不利因素

（一）行业发展有利因素分析

（二）行业发展不利因素分析

四、中国分子（核酸）诊断技术发展趋势

五、中国分子（核酸）诊断市场进入壁垒

第二节 2021-2026年中国分子（核酸）诊断行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、质量控制风险

三、新产品研发和注册风险

四、市场竞争加剧的风险

五、人力资源风险

第三节 2021-2026年中国分子（核酸）诊断行业投资策略及建议

第八章 中国分子（核酸）诊断企业投资战略与客户策略分析(AK HPZW)

第一节 中国分子（核酸）诊断企业发展战略规划背景意义

第二节 中国分子（核酸）诊断企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 中国分子（核酸）诊断企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 中国分子（核酸）诊断企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicine/693298.html>