



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国抗原市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国抗原市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/268225.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

抗原（antigen，缩写Ag）为任何可诱发免疫反应的物质。外来分子可经过B细胞上免疫球蛋白的辨识或经抗原呈现细胞的处理并与主要组织相容性复合体结合成复合物再活化T细胞，引发连续的免疫反应。

所谓抗原的反应原性是指能与由它刺激所产生的抗体或致敏淋巴细胞发生特异性反应。具备免疫原性和反应原性两种能力的物质称为完全抗原，如病原体、异种动物血清等。只具有反应原性而没有免疫原性的物质，称为半抗原，如青霉素、磺胺等。半抗原没有免疫原性，不会引起免疫反应。但在某些特殊情况下，如果半抗原和大分子蛋白质结合以后，就获得了免疫原性而变成完全抗原，也就可以刺激免疫系统产生抗体和效应细胞。在青霉素进入体内后，如果其降解产物和组织蛋白结合，就获得了免疫原性，并刺激免疫系统产生抗青霉素抗体。当青霉素再次注射人体内时，抗青霉素抗体立即与青霉素结合，产生病理性免疫反应，出现皮疹或过敏性休克，甚至危及生命。

抗原的基本性质具有异物性、大分子性和特异性。异物性是指进入机体组织内的抗原物质，必须与该机体组织细胞的成分不相同。抗原一般是指进入机体内的外来物质，如细菌、病毒、花粉等；抗原也可以是不同物种间的物质，如马的血清进入兔子的体内，马血清中的许多蛋白质就成为兔子的抗原物质；同种异体间的物质也可以成为抗原，如血型、移植免疫等；自体内的某些隔绝成分也可以成为抗原，如眼睛水晶体蛋白质、精细胞、甲状腺球蛋白等，在正常情况下，是固定在机体的某一部位，与产生抗体的细胞相隔绝，因此不会引起自体产生抗体。但当受到外伤或感染，这些成分进入血液时，就像异物一样也能引起自体产生抗体，这些对自体具有抗原性的物质称为自身抗原，所产生的抗体称为自身抗体。由于自身抗体与自身抗原发生反应，于是就引起自身免疫疾病，如过敏性眼炎、甲状腺炎等。机体其它自身组织的蛋白可因电离辐射、烧伤、某些化学药品和某些微生物等理化和生物因素的作用发生变性时，也可成为自身抗原，引起自身免疫疾病，如红斑狼疮病、白细胞减少病、慢性肝炎等。大分子性是指构成抗原的物质通常是相对分子质量大于10000的大分子物质，分子量越大，抗原性越强。绝大多数蛋白质都是很好的抗原。为什么抗原物质都是大分子物质呢？这是因为大分子物质能够较长时间停留在机体内，有足够的时间和免疫细胞（主要是巨噬细胞、T淋巴细胞和B淋巴细胞）接触，引起免疫细胞作出反应。如果外来物质是小分子物质，将很快被机体排出体外，没有机会与免疫细胞接触，如大分子蛋白质经水解后成为小分子物质，就失了抗原性。特异性是指一种抗原只能与相应的抗体或效应T细胞发生特异性结合。抗原的特异性是由分子表面的特定化学基团所决定的，这些化学基团称为抗原决定簇。抗原以抗原决定簇与相应淋巴细胞的抗原受体结合而激活淋巴细胞引起免疫应答。换言之，淋巴

胞表面的抗原识别受体通过识别抗原决定簇而区分"自身"与"异己"。抗原也是以抗原决定簇与相应抗体特异性结合而发生反应的。因此，抗原决定簇是免疫应答和免疫反应具有特异性的物质基础。

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家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 抗原概述 8

第一节 抗原定义 8

第二节 抗原行业发展历程 8

第三节 抗原分类情况 9

第四节 抗原产业链分析 11

一、产业链模型介绍 11

二、抗原产业链模型分析 13

第二章 2011-2014年中国抗原行业发展环境分析 14

一、宏观经济 14

二、工业形势 16

三、固定资产投资 16

第二节 抗原行业相关政策 18

一、国家"十三五"产业政策 18

二、其他相关政策 18

三、出口关税政策 20

第三节 2011-2014年中国抗原行业发展社会环境分析 20

一、居民消费水平分析 20

二、工业发展形势分析 21

第三章 中国抗原生产现状分析 22

第一节 抗原行业总体规模 22

第二节 抗原产值概况 23

一、2011-2014年产值分析 23

二、2015-2020年产值预测 24

第三节 抗原市场容量概况 25

一、2011-2014年市场容量分析	25
二、产能配置与产值利用率调查	26
三、2015-2020年市场容量预测	28
第四节 抗原产业的生命周期分析	28
第五节 抗原产业供需情况	30
第四章 抗原国内产品价格走势及影响因素分析	31
第一节 国内产品2011-2014年价格回顾	31
第二节 国内产品当前市场价格及评述	32
第三节 国内产品价格影响因素分析	32
第四节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测	34
第五章 2014年我国抗原行业发展现状分析	35
第一节 我国抗原行业发展现状	35
一、抗原行业品牌发展现状	35
二、抗原行业需求市场现状	35
三、抗原市场需求层次分析	36
四、我国抗原市场走向分析	37
第二节 中国抗原产品技术分析	37
一、2014年抗原产品技术变化特点	37
二、2014年抗原产品市场的新技术	38
三、2014年抗原产品市场现状分析	38
第三节 中国抗原行业存在的问题	39
一、抗原产品市场存在的主要问题	39
二、国内抗原产品市场的三大瓶颈	39
三、抗原产品市场遭遇的规模难题	39
第四节 对中国抗原市场的分析及思考	40
一、抗原市场特点	40
二、抗原市场分析	40
三、抗原市场变化的方向	40
四、中国抗原行业发展的新思路	41
五、对中国抗原行业发展的思考	41
第六章 2014年中国抗原行业发展概况	42
第一节 2014年中国抗原行业发展态势分析	42

第二节 2014年中国抗原行业发展特点分析	43
第三节 2014年中国抗原行业市场供需分析	43
第七章 抗原行业市场竞争策略分析	44
第一节 行业竞争结构分析	44
一、现有企业间竞争	45
二、潜在进入者分析	45
三、替代品威胁分析	45
四、供应商议价能力	46
五、客户议价能力	46
第二节 抗原市场竞争策略分析	46
一、抗原市场增长潜力分析	46
二、抗原产品竞争策略分析	47
三、典型企业产品竞争策略分析	47
第三节 抗原企业竞争策略分析	49
一、2015-2020年我国抗原市场竞争趋势	49
二、2015-2020年抗原行业竞争格局展望	50
三、2015-2020年抗原行业竞争策略分析	51
第八章 抗原行业投资与发展前景分析	55
第一节 2014年抗原行业投资情况分析	55
一、2014年总体投资结构	55
二、2014年投资规模情况	56
三、2014年投资增速情况	56
四、2014年分地区投资分析	57
第二节 抗原行业投资机会分析	57
一、抗原投资项目分析	57
二、可以投资的抗原模式	59
三、2015年抗原投资机会	60
四、2015年抗原投资新方向	61
第三节 抗原行业发展前景分析	61
一、金融危机下抗原市场的发展前景	61
二、2015年抗原市场面临的发展商机	62
第九章 2015-2020年中国抗原行业发展前景预测分析	63

第一节 2015-2020年中国抗原行业发展预测分析	63
一、未来抗原发展分析	63
二、未来抗原行业技术开发方向	64
三、总体行业"十三五"整体规划及预测	64
第二节 2015-2020年中国抗原行业市场前景分析	66
一、产品差异化是企业发展的方向	66
二、渠道重心下沉	68
第十章 抗原上游原材料供应状况分析	69
第一节 主要原材料	69
第二节 主要原材料2011-2014年价格及供应情况	73
第三节 2015-2020年主要原材料未来价格及供应情况预测	80
第十一章 抗原行业上下游行业分析	91
第一节 上游行业分析	91
一、发展现状	91
二、发展趋势预测	92
三、行业最新动态及其对抗原行业的影响	93
四、行业竞争状况及其对抗原行业的意义	93
第二节 下游行业分析	93
一、发展现状	93
二、发展趋势预测	94
三、市场现状分析	94
四、行业最新动态及其对抗原行业的影响	94
五、行业竞争状况及其对抗原行业的意义	95
第十二章 2015-2020年抗原行业发展趋势及投资风险分析	95
第一节 当前抗原存在的问题	95
第二节 抗原未来发展预测分析	95
一、中国抗原发展方向分析	95
二、2015-2020年中国抗原行业发展规模	96
三、2015-2020年中国抗原行业发展趋势预测	96
第三节 2015-2020年中国抗原行业投资风险分析	97
一、市场竞争风险	97
二、原材料压力风险分析	98

三、技术风险分析	98
四、政策和体制风险	98
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	99
第十三章 抗原国内重点生产厂家分析	99
第一节 A有限公司	99
一、企业概况	99
二、企业主要财务数据分析	101
第二节 B有限公司	107
一、企业概况	107
二、企业主要财务数据分析	107
第三节 C有限公司	114
一、企业概况	114
二、企业主要财务数据分析	114
第四节 D有限公司	121
一、企业概况	121
二、企业主要财务数据分析	121
第五节 E有限公司	128
一、企业概况	128
二、企业主要财务数据分析	129
第十四章 抗原地区销售分析	134
第一节 中国抗原区域销售市场结构变化	134
第二节 抗原"东北地区"销售分析	135
一、2011-2014年东北地区销售规模	135
二、东北地区"规格"销售分析	136
三、2008 -2012年东北地区"规格"销售规模分析	136
第三节 抗原"华北地区"销售分析	137
一、2011-2014年华北地区销售规模	137
二、华北地区"规格"销售分析	137
三、2011-2014年华北地区"规格"销售规模分析	138
第四节 抗原"中南地区"销售分析	138
一、2011-2014年中南地区销售规模	138
二、中南地区"规格"销售分析	139

三、2011-2014年中南地区"规格"销售规模分析	139
第五节 抗原"华东地区"销售分析	140
一、2011-2014年华东地区销售规模	140
二、华东地区"规格"销售分析	140
三、2011-2014年华东地区"规格"销售规模分析	141
第六节 抗原"西北地区"销售分析	142
一、2011-2014年西北地区销售规模	142
二、西北地区"规格"销售分析	142
第十五章 2015-2020年中国抗原行业投资战略研究	143
第一节 2015-2020年中国抗原行业投资策略分析	143
一、抗原投资策略	143
二、抗原投资筹划策略	143
三、2014年抗原品牌竞争战略	144
第二节 2015-2020年中国抗原行业品牌建设策略	146
一、抗原的规划	146
二、抗原的建设	146
三、抗原业成功之道	147
第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议	147
第一节 中国抗原行业市场发展趋势预测	147
第二节 抗原产品投资机会	148
第三节 抗原产品投资趋势分析	148
第四节 项目投资建议	148
一、行业投资环境考察	148
二、投资风险及控制策略	152
三、产品投资方向建议	152
四、项目投资建议	153
1、技术应用注意事项	153
2、项目投资注意事项	154
3、生产开发注意事项	156
4、销售注意事项	157
第十七章 抗原企业制定"十三五"发展战略研究分析	159
一、"十三五"发展战略规划的背景意义	159

第一节 企业转型升级的需要 159

第二节 企业强做大做的需要 159

第三节 企业可持续发展需要 160

二、"十三五"发展战略规划的制定原则 161

第一节 科学性 161

第二节 实践性 162

第三节 前瞻性 162

第四节 创新性 162

第五节 全面性 162

第六节 动态性 162

三、"十三五"发展战略规划的制定依据 164

第一节 国家产业政策 164

第二节 行业发展规律 164

第三节 企业资源与能力 164

第四节 可预期的战略定位 164

图表目录：

图表、产业链形成模式示意图 23

图表、抗原产业链结构图 24

图表、2011-2014年我国季度GDP增长率 单位：% 25

图表、2011-2014年我国三产业增加值季度增长率 单位：% 26

图表、2011-2014年我国工业增加值走势图 单位：% 26

图表、2011-2014年固定资产投资走势图 单位：% 28

图表、2011-2014年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 31

图表、2011-2014年我国抗原市场规模统计表 32

图表、2011-2014年我国抗原市场规模及增长率变化图 33

图表、2011-2014年我国抗原产值统计表 34

图表、2011-2014年我国抗原产值及增长率变化图 34

图表、2015-2020年中国抗原产值及增长率预测 35

图表、2011-2014年我国抗原市场容量统计表 35

图表、2011-2014年我国抗原市场容量及增长率变化图 36

图表、2011-2014年中国抗原产值利用率变化 37

图表、2011-2014年中国抗原产值利用率变化 37

图表、2015-2020年中国抗原市场容量及增长率预测 38

图表、行业生命周期、战略及其特征 39

图表、2011-2014年中国抗原行业市场供需分析 41

图表、2011—2014年国内抗原平均价格走势 41

图表、2014年我国抗原市场不同因素的价格影响力对比 43

图表、2015-2020年中国抗原平均价格走势预测 44

图表、2011-2014年中国抗原行业需求市场分析 45

图表、我国抗原市场需求结构图 46

图表、2011-2014年我国抗原市场规模及增长率变化图 48

图表、2011-2014年我国抗原产值及增长率变化图 52

图表、2011-2014年我国抗原市场容量及增长率变化图 53

图表、2011-2014年中国抗原行业市场供需分析 53

图表、抗原行业环境"波特五力"分析模型 54

图表、2011-2014年我国抗原市场规模及增长率变化图 56

图表、2015-2020年抗原十强企业市场占有率预测 60

图表、抗原生产企业定价目标选择 63

图表、抗原企业对付竞争者降价的程序 64

图表、2014年抗原总体投资结构分析 65

图表、2011-2014年投资规模情况分析 66

图表、2011-2014年投资额增速分析 66

图表、2014年投资地区情况分析 67

图表、抗原项目投资注意事项图 69

图表、2015-2020年中国抗原投资机会分析 70

图表、2015-2020年抗原行业投资方向预测 71

图表、影响市场供需的因素分析 72

图表、2011-2014年中国抗原市场发展商机分析 72

图表、2015-2020年中国抗原市场发展商机分析 73

图表、2015-2020年中国抗原行业发展规模预测 107

图表、2015-2020年中国抗原行业发展趋势预测 107

图表、2015-2020年抗原组行业同业竞争风险及控制策略 108

图表、近4年A有限公司资产负债率变化情况 111

图表、近4年A有限公司资产负债率变化情况 112

图表、近4年A有限公司产权比率变化情况 112

图表、近4年A有限公司产权比率变化情况 112

图表、近4年A有限公司总资产周转次数变化情况 113

图表、近4年A有限公司总资产周转次数变化情况 113

图表、近4年A有限公司固定资产周转次数情况 114

图表、近4年A有限公司固定资产周转次数情况 114

图表、近4年A有限公司流动资产周转次数变化情况 115

图表、近4年A有限公司流动资产周转次数变化情况 115

图表、近4年A有限公司销售毛利率变化情况 116

图表、近4年A有限公司销售毛利率变化情况 116

图表、近4年B有限公司资产负债率变化情况 118

图表、近4年B有限公司资产负债率变化情况 118

图表、近4年B有限公司产权比率变化情况 119

图表、近4年B有限公司产权比率变化情况 119

图表、近4年B有限公司总资产周转次数变化情况 120

图表、近4年B有限公司总资产周转次数变化情况 120

图表、近4年B有限公司固定资产周转次数情况 121

图表、近4年B有限公司固定资产周转次数情况 121

图表、近4年B有限公司流动资产周转次数变化情况 122

图表、近4年B有限公司流动资产周转次数变化情况 122

图表、近4年B有限公司销售毛利率变化情况 123

图表、近4年B有限公司销售毛利率变化情况 124

图表、近4年C有限公司资产负债率变化情况 125

图表、近4年C有限公司资产负债率变化情况 125

图表、近4年C有限公司产权比率变化情况 126

图表、近4年C有限公司产权比率变化情况 126

图表、近4年C有限公司总资产周转次数变化情况 127

图表、近4年C有限公司总资产周转次数变化情况 127

图表、近4年C有限公司固定资产周转次数情况 128

图表、近4年C有限公司固定资产周转次数变化情况 128

图表、近4年C有限公司流动资产周转次数变化情况 129

图表、近4年C有限公司流动资产周转次数变化情况 129

图表、近4年C有限公司销售毛利率变化情况 130

图表、近4年C有限公司销售毛利率变化情况 130

图表、近4年D有限公司资产负债率变化情况 132

图表、近4年D有限公司资产负债率变化情况 132

图表、近4年D有限公司产权比率变化情况 133

图表、近4年D有限公司产权比率变化情况 133

图表、近4年D有限公司固定资产周转次数情况 134

图表、近4年D有限公司固定资产周转次数情况 134

图表、近4年D有限公司流动资产周转次数变化情况 135

图表、近4年D有限公司流动资产周转次数变化情况 135

图表、近4年D有限公司总资产周转次数变化情况 136

图表、近4年D有限公司总资产周转次数变化情况 136

图表、近4年D有限公司销售毛利率变化情况 137

图表、近4年D有限公司销售毛利率变化情况 137

图表、近4年E有限公司资产负债率变化情况 139

图表、近4年E有限公司资产负债率变化情况 140

图表、近4年E有限公司产权比率变化情况 140

图表、近4年E有限公司产权比率变化情况 141

图表、近4年E有限公司总资产周转次数变化情况 141

图表、近4年E有限公司总资产周转次数变化情况 142

图表、近4年E有限公司固定资产周转次数情况 142

图表、近4年E有限公司固定资产周转次数变化情况 142

图表、近4年E有限公司流动资产周转次数变化情况 143

图表、近4年E有限公司流动资产周转次数变化情况 143

图表、近4年E有限公司销售毛利率变化情况 144

图表、近4年E有限公司销售毛利率变化情况 144

图表、我国抗原区域销售市场结构变化 145

图表、2011-2014年我国东北地区抗原销售规模分析 146

图表、东北地区抗原CR5与CR10厂家市场销售份额 146

图表、2011-2014年东北地区各规格产品销售比例变化 147

图表、2011-2014年我国华北地区抗原销售规模分析 147

图表、华北地区抗原CR5与CR10厂家市场销售份额 148

图表、2011-2014年华北地区各规格产品销售比例变化 148

图表、2011-2014年我国中南地区抗原销售规模分析 149

图表、中南地区抗原CR5与CR10厂家市场销售份额 149

图表、2011-2014年中南地区各规格产品销售比例变化 150

图表、2011-2014年我国华东地区抗原销售规模分析 151

图表、华东地区抗原CR5与CR10厂家市场销售份额 151

图表、2011-2014年华东地区各规格产品销售比例变化 152

图表、2011-2014年我国西北地区抗原销售规模分析 152

图表、西北地区抗原CR5与CR10厂家市场销售份额 153

图表、2015-2020年我国抗原行业销售规模预测 158

图表、抗原技术应用注意事项分析 164

图表、抗原项目投资注意事项图 166

图表、抗原行业生产开发注意事项 169

图表、抗原销售策略 170

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/268225.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。