



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国医疗监视器行业 市场调查及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国医疗监视器行业市场调查及投资预测报告》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/120218.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

第一章 医疗监视器相关概述

- 一、监视器简述
- 二、监视器磁化处理
- 三、隔行监视器和逐行监视器区别
- 四、监视器的清晰度
- 五、CRT监视器与LCD监视器性能区别
- 六、监视器的故障原因

第二章 2008-2009年全球医疗电子行业运行形势

- 一、2008-2009年全球医疗器械行业发展概况
 - (一) 全球医疗器械行业掀起并购热潮
 - (二) 亚洲医疗器械产业发展空间广阔
 - (三) 欧盟医疗器械行业发布新指令
- 二、2008-2009年全球医疗电子行业发展
 - (一) 全球医疗电子市场发展迅猛
 - (二) 国际液晶面板市场最新价格走势
 - (三) 全球及主要国家电子医疗器械市场
 - (四) 全球家用医疗电子设备发展势头强劲
- 三、2009-2012年全球医疗电子产业发展趋势

第三章 2008-2009年中国医疗监视器行业市场发展环境

- 一、2008-2009年中国经济发展环境
 - (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
 - (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
 - (三) 中国应对金融危机的措施
- 二、2008年中国医疗监视器市场政策环境
 - (一) 监视器市场政策
 - (二) 相关监视器市场政策

(三) 法律法规

三、2008年中国医疗监视器市场技术环境

(一) 荧光灯管上装监视器技术

(二) OSD 字符叠加获得发明专利

(三) 视频监控与报警新技术共缆一线通

第四章 2008-2009年中国医疗监视器行业市场运行态势剖析

一、2008-2009年中国医疗监视器业发展动态

(一) 夏普液晶监视器拟移中国造

(二) 先锋公司宣布退出监视器业务

(三) 创维安防监视器走进西藏高原,助力拉萨平安城市

(四) 优色专显"专业级高清彩色液晶监视器"

二、2008-2009年中国医疗监视器行业发展

(一) 中国监视器行业发展特点

(二) 中国监视器业发展规模

(三) 2008年中国监视器品牌综述

三、影响中国医疗监视器业发展的因素

第五章 2007-2009年中国医疗监视器相关行业主要指标

一、2007-2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业总体数据

(一) 2007年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业全部企业数据

(二) 2008年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业全部企业数据

(三) 2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业全部企业数据

二、2007-2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同规模企业数据

(一) 2007年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同规模企业数据

(二) 2008年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同规模企业数据

(三) 2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同规模企业数据

三、2007-2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同所有制企业数据

(一) 2007年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同所有制企业数据

(二) 2008年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同所有制企业数据

(三) 2009年中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业不同所有制企业数据

第六章 2008-2009年中国医疗监视器市场运营态势

一、2008-2009年中国医疗监视器市场发展格局

- (一) 国产品牌逐渐占据中国市场主流
- (二) 海外需求减少，众目紧盯中国市场
- (三) 大型监控系统不可或缺

二、2008-2009年中国医疗监视器市场运营

- (一) 供需情况
- (二) 影响供需的因素

三、2008-2009年中国医疗监视器市场价格

四、2008年中国医疗监视器市场营销策略

第七章 2008-2009年中国医疗监视器市场竞争格局透析

一、2008年中国监视器市场竞争现状

- (一) 品牌竞争
- (二) 技术竞争
- (三) 产品价格、成本竞争

二、2008年中国监视器制造业集中度

三、2008年中国监视器市场竞争策略

四、2009-2012年中国监视器竞争趋势

第八章 全球医疗电子行业重点企业

一、强生 (Johnson & Johnson)

- (一) 公司概况
- (二) 强生加快拓展中国医疗器械市场步伐

二、拜耳医疗保健事业 (Bayer Healthcare)

- (一) 公司概况
- (二) 2009年拜耳推出新型免调码血糖仪

三、GE

- (一) 公司概况
- (二) 2009年GE大举进军中国家用医疗市场
- (三) GE医用智能化无线传感器使远程医疗变为可能

四、西门子

- (一) 公司概况

(二) 西门子并购美国Dade Behring医疗设备公司

(三) 西门子医疗设备业务增长迅猛

第九章 中国医疗监视器行业重点企业

一、康佳集团股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

二、冠捷显示科技(武汉)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

三、宁波奇美电子有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

四、TCL王牌电器(成都)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

五、明基电通信息技术有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

六、索尼数字产品(无锡)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

七、北京索鸿电子有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

八、钜讯通电子(深圳)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

九、星宝电子科技昆山有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

十、欧普康光电(厦门)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第十章 2008-2009年中国医疗监视器相关行业运行 (panel)

一、panel相关介绍

(一) panel标准

(二) panel的保养

二、医疗监视器panel市场运行

(一) 医疗监视器panel运行特点

(二) 医疗监视器panel品牌综述

(三) 医疗监视器panel市场供需

(四) 医疗监视器panel市场价格走势

三、中国医疗监视器panel重点厂商

(一) 思晶微电子有限公司

(二) 福建华冠光电有限公司

四、中国医疗监视器panel的市场预测

第十一章 2009-2012年中国医疗监视器行业发展及投资

一、2009-2012年中国医疗监视器行业发展前景

(一) 我国医疗器械产业发展潜力无限

(二) 农村医疗器械市场面临发展商机

(三) 我国医疗器械业发展前景持续看好

二、2009-2012年中国医疗监视器行业发展趋势

(一) LCD监视器是趋势

(二) 医疗监视器技术产业化趋势明显

(三) 未来10年医疗电子设备行业发展方向

三、2009-2012年中国医疗监视器行业投资

(一) 中国医疗监视器行业投资环境

(二) 中国医疗监视器行业投资机会

(三) 中国医疗监视器行业投资风险

图表目录 (部分) :

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

2009-2010年中国高空作业车行业市场调查及投资发展预测报告

第一章 2008-2009年中国高空作业车行业运行环境

一、2008-2009年中国经济发展环境

（一）2009年第一季度中国宏观经济运行情况

（二）全球金融危机对中国产业格局影响

（三）中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国高空作业车行业政策环境

（一）高空作业车行业政策

（二）建筑施工机械租赁行业管理办法

（三）相关产业政策影响

三、2008-2009年中国高空作业车行业社会环境

第二章 2008-2009年全球高空作业车行业发展状况

一、2008-2009年全球高空作业车行业运行概况

（一）全球工程机械设备销售量

（二）全球高空作业车行业特征

（三）全球高空作业车市场

二、2008-2009年全球高空作业车主要国家

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 加拿大
- (四) 德国

三、2009-2012年全球高空作业车行业发展趋势

第三章 2008-2009年中国高空作业设备行业发展局势

一、2008-2009年中国高空作业行业发展状况

- (一) 中国高空作业需求
- (二) 中国高空作业发展规模
- (三) 中国高空作业行业特点

三、2008-2009年中国高空作业设备租赁市场发展状况

- (一) 全球著名企业高空作业租赁市场发展
- (二) 中国高空作业租赁市场
- (三) 国外高空作业租赁市场借鉴

四、2008-2009年中国高空作业存在的问题及对策

第四章 2008-2009年中国高空作业车行业运行形势

一、2008-2009年中国高空作业车行业发展综述

- (一) 高空作业车知名品牌
- (二) 高空作业车市场报价
- (三) 高空作业车租赁
- (四) 高空作业车应力与优化设计

二、2008-2009年中国高空作业车行业运行动态

- (一) 东风145高空作业车市场
- (二) 高空作业车“T”时代的到来
- (三) 高空作业车项目

三、2008-2009年中国高空作业车行业存在问题

- (一) 产品标准的更新问题
- (二) 产品结构的调整问题
- (三) 产品销售和租赁并存发展问题

(四) 企业品牌问题

(五) 产品的国际化问题

四、2008-2009年中国高空作业车行业应对策略

第五章 2007-2009年中国建筑工程用机械制造行业主要指标

一、2007-2009年中国建筑工程用机械制造行业总体数据

(一) 2007年中国建筑工程用机械制造行业全部企业数据

(二) 2008年中国建筑工程用机械制造行业全部企业数据

(三) 2009年中国建筑工程用机械制造行业全部企业数据

二、2007-2009年中国建筑工程用机械制造行业不同规模企业数据

(一) 2007年中国建筑工程用机械制造行业不同规模企业数据

(二) 2008年中国建筑工程用机械制造行业不同规模企业数据

(三) 2009年中国建筑工程用机械制造行业不同规模企业数据

三、2007-2009年中国建筑工程用机械制造行业不同所有制企业数据

(一) 2007年中国建筑工程用机械制造行业不同所有制企业数据

(二) 2008年中国建筑工程用机械制造行业不同所有制企业数据

(三) 2009年中国建筑工程用机械制造行业不同所有制企业数据

第六章 2008-2009年中国高空作业车行业市场运行动态

一、2008-2009年中国高空作业车行业市场概况

(一) 高空作业车市场销量统计

(二) 重型高空作业车市场

(三) 高空作业车重点供给

二、2008-2009年中国高空作业车行业市场需求

(一) 高空作业车需求月度波动

(二) 高空作业车需求地区

(三) 影响高空作业车行业市场需求的因素

三、2008-2009年中国高空作业车市场进出口贸易

第七章 2008-2009年中国高空作业车行业市场竞争格局

一、2008-2009年中国高空作业车行业国际竞争

(一) 中国高空作业车国际竞争力现状

(二) 中国高空作业车业国际竞争的对策

二、2008-2009年中国高空作业车行业竞争现状

(一) 直臂式高空作业车竞争

(二) 高空作业车竞争力

(三) 高空作业车品牌竞争

三、2008-2009年中国高空作业车行业企业核心竞争力

四、2008-2009年中国高空作业车行业竞争存在问题

第八章 全球高空作业车主要公司

一、美国JLG有限公司

二、美国UpRight公司

三、德国RUTHMANN公司

四、日本爱知公司

五、法国HAULOTTE公司

六、意大利Basket公司

七、加拿大SKYJACK

八、美国吉尼公司

第九章 中国高空作业车行业主要企业

一、北起多田野(北京)起重机有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

二、杭州爱知工程车辆有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

三、江苏省机电研究所有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

四、武汉天捷专用汽车有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

五、北京华林特装车有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

六、南阳新成高架设备有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

七、南京晨光水山电液特装有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

八、抚顺起重机制造有限责任公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

九、北京攀尼高空作业设备有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

十、泸州熊猫机器制造有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业财务

第十章 2009-2012年中国高空作业车行业发展及投资

一、2009-2012年中国高空作业车行业前景预测

(一) 中国高空作业车总的趋势

(二) 中国高空作业车技术发展趋势

(三) 中国高空作业车租赁趋势

二、2009-2012年中国高空作业车行业市场预测

(一) 中国高空作业车市场供给预测

(二) 中国高空作业车产品需求预测

三、2009-2012年中国高空作业车行业投资环境

(一) "十一五"仍是中国高空作业机械产品快速发展的黄金时期

(二) 中国各项城市建设进入高峰期

四、2009-2012年中国高空作业车行业投资

(一) 中国高空作业车行业投资环境

(二) 中国高空作业车行业投资机会

（三）中国高空作业车行业投资风险

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/120218.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提供专业投资咨询报告、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。