



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国家用医疗器械 行业市场调研与投资前景分析报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国家用医疗器械行业市场调研与投资前景分析报告》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/130808.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

我国家用医疗器械市场还处在发展初期，具有进入壁垒低、发展速度快、投资回报率比较高、风险相对较小的特点，正吸引着越来越多的资本进入。家庭医疗器械的货源地集中在珠三角和长三角地区，特别是珠三角的浙江和深圳已发展成为我国各种医疗器械的重要制造基地，而深圳的高档医疗器械在世界上也有一席之地。目前深圳的医疗器械生产企业有近300家，医疗器械贸易企业400多家，占全国医疗器械单位总数的30%。

我国家用医疗器械企业数量多、规模小，各自为战，产品单一，难以形成系统的产业价值链条。在我国家用医疗器械领域，先行企业已经获得了极大的成功。韩国喜来健医疗器械有限公司在进入中国的短短5年内，以独特的商业运营模式，取得了使其主推产品温热治疗器达到年销售额超10亿元的业绩；国内的周林频谱仪、哈慈五行针、氧立得、利德治疗仪、安必信减肥按摩仪等等，其销售规模和利润率也让人艳羡。家用医疗器械市场的广阔前景以及先行企业的成功，吸引了不少生产和经营企业介入，各式各样的家用医疗器械产品层出不穷，一夜之间该市场变得热闹非凡。

中国的家庭用医疗器械正在全国各地极速“窜红”！在大小城市都能看到一些中老年人兴味盎然地试用各种新奇的家庭医疗器械和按摩器具。而那些抢先进入家庭医疗器械生产或销售领域的老板，已将大把钞票塞进了自己的口袋。中国近年GDP年增长率始终保持在7%~8%的水平，而医疗器械产业的发展速度约为GDP增长速度的两倍，医疗器械行业正成长为最具吸引力的市场之一。家庭医疗与保健工程会成为家庭的主要投资方向，今后完全可以像卖电视、冰箱等家电那样，把民用医疗器械普及到每一个家庭。这个过程就如同大型的计算机，发展到家庭用普及型电脑一样，大型的医院用治疗仪，也正在向便携式、经济型家用康复治疗器的方向发展。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助家用医疗器械企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对家用医疗器械产业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

正文目录

第一章 家用医疗器械市场整体介绍 7

第一节 家用医疗器械行业介绍 7

一、家用医疗器械行业	7
二、超市连锁行业	8
第二节 家用医疗器械销售方式介绍	8
一、传统的销售方式	9
二、加盟连锁的销售方式	9
第三节 家用医疗器械行业的特征	9
一、价格优惠	9
二、品种齐全	9
三、专业服务	10
第二章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的运行环境分析	10
第一节 2008-2009年家用医疗器械行业经济环境分析	10
一、GDP增长情况分析	10
二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	14
三、城镇人员从业状况	16
四、存贷款利率变化	17
五、财政收支状况	20
第二节 2008-2009年家用医疗器械行业政策环境分析	21
一、相关行业政策影响分析	21
二、进出口政策	22
第三节 2008-2009年家用医疗行业运行的社会环境分析	22
一、21世纪人口老龄化	22
二、空巢老人现象	24
三、中国的传统美德——孝敬父母	24
四、居民生活水平提高	25
第三章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的市场现状分析	27
第一节 "小荷才露尖尖角"的态势	27
一、新兴行业	27
二、发展空间可观	28
第二节 2008-2009年家用医疗器械行业销售模式分析	29
第三节 2008-2009年家用医疗器械行业市场定位分析	29

- 一、 质优价廉 29
- 二、 品种齐全 29
- 三、 专业服务 30
- 四、 打造企业品牌 30

第四章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争环境格局分析 30

第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争对手分析 30

- 一、 家用医疗器械商务网站 30
- 二、 家用医疗器械品牌加盟连锁店 31
- 三、 家用医疗器械超市连锁 31

第二节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争优劣势分析 31

- 一、 竞争优势 31
- 二、 竞争劣势 31

第三节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的核心竞争力 32

- 一、 现场专业的指导服务 32
- 二、 多形式的促销活动 32

第五章 2008-2009年中国家用医疗器械行业链整体格局分析 32

第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的产业链分析 32

- 一、 产业链构成 33
- 二、 产业链优化趋势 33

第二节 2008-2009年国外家用医疗器械重点制造企业介绍 33

- 一、 通用电气医疗系统集团 34
- 二、 西门子医疗集团 34
- 三、 飞利浦 / 安捷伦医疗器械集团 35
- 四、 拜耳集团 35
- 五、 日本阿洛卡 35

第三节 2008-2009年家用医疗器械合资及进口代理重点企业介绍 36

- 一、 航卫通用电气医疗系统有限公司 36
- 二、 欧姆龙（大连）有限公司 39
- 三、 海阿洛卡医用仪器有限公司 42
- 四、 西门子迈迪特磁共振有限公司 45

五、泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司	48
六、杭州京冷医疗器械有限公司	51
七、上海光电医用电子仪器有限公司	54
第四节 2008-2009年中国本土家用医疗器械行业重点企业介绍	57
一、中国医疗器械工业公司	57
二、上海医疗器械股份有限公司	58
三、江苏金鹿集团	61
四、山东威高集团有限公司	64
五、深圳安科高技术股份有限公司	67
六、汕头超声仪器研究所	70
七、深圳市奥沃国际科技发展有限公司	73
八、沈阳东软数字医疗系统股份有限公司	74
九、苏州六六视觉科技股份有限公司	74
十、珠海友通科技有限公司	77
十一、深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	78
十二、深圳益心达医学新技术有限公司	81
第六章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析	84
第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业需求分析	84
第二节 2008-2009年中国家用医疗器械行业供应分析	85
一、常用医疗器械的供应情况分析	85
二、中高档医疗器械的供应情况分析	85
第三节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析	85
第七章 2009-2012年中国家用医疗器械行业的投资及风险分析	86
第一节 2009-2012年中国家用医疗器械行业投资机会分析	86
一、人口老龄化	86
二、新兴行业	87
三、可借鉴经验丰富	87
第二节 2009-2012年中国家用医疗器械行业投资风险分析	88
一、财务风险	88
二、政策风险	89

- 三、贸易风险 89
- 四、营销风险 89
- 五、渠道风险 90

第八章 2009-2012年中国家用医疗器械企业发展战略与规划分析 90

第一节 2009-2012年中国家用医疗器械企业战略分析 90

- 一、核心竞争力 90
- 二、竞争地位分析 91

第二节 2009-2012年中国家用医疗器械企业盈利模式及品牌管理 92

- 一、企业盈利模型 92
- 二、持久竞争优势分析 93
- 三、行业发展规律竞争策略 93
- 四、供应链一体化战略 95

第三节 2009-2012年中国家用医疗器械行业SWOT分析 97

- 一、优势 (Strengths) 97
- 二、劣势(Weaknesses) 98
- 三、机会(Opportunities) 98
- 四、风险(Threats) 100

第九章 专家相关建议 100

第一节 企业融资方式多样化 100

第二节 "以人中心"的经营理念 101

第三节 专业化服务 101

第四节 地区扩张战略 102

第五节 渠道优化管理 103

图表目录

图表 1 家庭常用医疗器械分类情况 8

图表 2 2007年~2009年我国GDP季度增幅比较 11

图表 3 2009年全年我国三个产业GDP增加值比较 11

- 图表 4 2004年~2009年我国GDP增长趋势图 12
- 图表 5 2004年~2009年城镇居民人均可支配收入增长趋势图 14
- 图表 6 2004年~2009年农村人均纯收入增长趋势图 15
- 图表 7 2003年~2009年我国城乡居民的恩格尔系数变化图 16
- 图表 8 2004年~2009年我国新增就业人员数据增长趋势 17
- 图表 9 2006-2009年中国本土家用医疗器械行业重点企业经营情况 28
- 图表 10 2006-2009年家用医疗器械合资及进口代理重点企业经营情况 29
- 图表 11 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司盈利结构 38
- 图表 12 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司资产结构 38
- 图表 13 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司成本费用 39
- 图表 14 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司盈利结构 41
- 图表 15 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司资产结构 41
- 图表 16 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司成本费用 42
- 图表 17 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司盈利结构 44
- 图表 18 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司资产结构 44
- 图表 19 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司成本费用 45
- 图表 20 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司盈利结构 46
- 图表 21 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司资产结构 47
- 图表 22 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司成本费用 48
- 图表 23 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司盈利结构 49
- 图表 24 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司资产结构 50
- 图表 25 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司成本费用 51
- 图表 26 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司盈利结构 52
- 图表 27 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司资产结构 53
- 图表 28 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司成本费用 54
- 图表 29 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司盈利结构 55
- 图表 30 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司资产结构 56
- 图表 31 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司成本费用 57
- 图表 32 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司盈利结构 59
- 图表 33 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司资产结构 60
- 图表 34 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司成本费用 61
- 图表 35 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司盈利结构 63

图表 36 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司资产结构 63
图表 37 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司成本费用 64
图表 38 2006-2007年威海威高集团有限公司盈利结构 65
图表 39 2006-2007年威海威高集团有限公司资产结构 66
图表 40 2006-2007年威海威高集团有限公司成本费用 67
图表 41 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司盈利结构 68
图表 42 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司资产结构 69
图表 43 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司成本费用 70
图表 44 2006-2007年汕头超声仪器研究所盈利结构 71
图表 45 2006-2007年汕头超声仪器研究所资产结构 72
图表 46 2006-2007年汕头超声仪器研究所成本费用 73
图表 47 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司盈利结构 75
图表 48 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司资产结构 76
图表 49 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司成本费用 77
图表 50 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司盈利结构 80
图表 51 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司资产结构 80
图表 52 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司成本费用 81
图表 53 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司盈利结构 82
图表 54 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司资产结构 83
图表 55 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司成本费用 84
图表 56 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 109
图表 57 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 111
图表 58 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 113

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130808.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。