



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国医用床行业市场研究与投资价值咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国医用床行业市场研究与投资价值咨询报告》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/130832.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 2007-2009年中国宏观经济环境分析 9

第一节 2007-2009年全球宏观经济分析 9

第二节 行业运行经济环境及影响因素分析 12

一、2009年宏观经济运行分析 12

二、人民币升值因素分析 17

三、利率及存款准备金率等货币政策及财政政策因素 18

四、出口退税因素 19

五、劳动力成本上升因素 20

第三节 2007-2009年中国手术床行业发展社会环境分析 22

一、全国各地城乡人口年龄构成 22

二、全国各地居民可支配收入水平 23

三、全国各地居民医疗保健支出情况 24

第二章 2007-2009年医疗器械行业发展政策环境分析 25

第一节 主要国家政策分析 25

一、医疗废物专用包装袋、容器和警示标志标准 25

二、医疗器械广告违法将须在媒体登更正启事 25

三、国家药监局发布《医疗器械注册管理办法》 26

五、医疗器械出口的国际市场认可标准 28

六、2007年欧盟实施WEEE和ROHS指令 28

第二节 中国医疗器械行业发展政策法律环境分析 33

一、新医疗改革对医疗器械行业产生正面影响 33

二、中国医疗器械行业发展亟待政策支持 33

三、《大型医用设备配置与使用管理办法》出台 34

五、药监局变更医疗器械广告审查机关 36

六、药监局建立违法医疗器械广告公告制 36

七、中国五类大型医疗设备将实行计划购买 38

第三章 医用床行业市场现状分析 38

第一节 医用床市场概述 38

一、我国医用床整体市场发展分析 38

二、医疗用床产品分析 39

三、护理用床产品分析 42

四、手术床细分产品分析 42

五、配件系列产品 47

第二节 相关产业链分析 48

一、我国医疗机构发展规模 48

二、我国各等级医用床位标准 49

第四章 2007-2009年世界手术床行业发展状况分析 56

第一节 2007-2009年世界手术床行业概况分析 56

一、世界手术床市场供需分析 56

二、世界手术床技术分析 57

三、世界手术床主要产品价格分析 57

第二节 2007-2009年世界手术床主要国家运行情况分析 58

一、美国 58

二、日本 58

三、德国 59

第三节 2009-2012年世界手术床行业发展趋势分析 60

第五章 2007-2009年中国医用床行业发展形势分析 61

第一节 2007-2009年中国医用床行业发展途径 61

一、提高自主创新能力 61

二、引进国外先进技术 61

第二节 2007-2009年中国医用床行业发展现状 61

一、中国医用床主要产品价格分析 61

二、中国医用床行业运行特征 63

第三节 2007-2009年中国医疗器械行业存在问题 63

一、政策障碍 63

二、技术与人才障碍 63

三、品牌障碍 64

四、市场渠道障碍 64

五、资金障碍 64

第六章 2007-2009年中国医用床行业市场运行动态分析	65
第一节 2007-2009年中国医用床行业市场状况	65
一、2007-2008年中国医用床市场整体概况	65
二、国产医用床市场现状	65
三、国产电动医用床市场现状	65
第二节 2007-2009年我国医用床设备整体市场规模分析	66
一、总量规模分析	66
二、增长速度趋势	67
三、各季度市场情况	67
第三节 2007-2009年中国医用床进出口市场分析	71
一、手术床进出口市场现状	71
二、电动手术床进出口市场现状	72
三、医用床进出口数据统计	72
第七章 2007-2009年中国医用床市场销售渠道分析	74
第一节 2007-2009年医用床市场运作模式分析	74
一、专业市场销售模式	74
二、医疗机构增长与医疗器械市场需求分析	75
第二节 2007-2009年中国医用床直销模式分析	76
一、大中型医院医疗设备使用状况调查	76
二、医改为医疗器械市场带来商机	78
第三节 2007-2009年中国医用床销售模式分析	79
第八章 2007-2009年中国医用床用户调查分析	79
第一节 2007-2009年中国用户认知程度	79
第二节 2007-2009年中国医用床用户关注的因素	81
一、用户对不同功能各有需求	81
二、用户普遍关注手术床产品质量	81
三、价格与用户心理预期已比较接近	82
四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离	83
第三节 2007-2009年中国医用床用户其它特性	84

第九章 2007-2009年中国医用床行业市场竞争格局分析 85

第一节 2007-2009年中国医用床行业结构与竞争格局 85

第二节 2007-2009年中国医用床行业结构情况 86

- 一、行业竞争结构概况 86
- 二、医疗器械行业排名 86
- 三、医用床区域销售状况分布 87
- 四、各区域利润情况比较 88
- 五、各地区总产值比较 90

第三节 2007-2009年中国医用床区域市场竞争分析 91

- 一、华北市场 92
- 二、东北市场 96
- 三、中南市场 96
- 四、华南市场 96
- 五、西南市场 97
- 六、华东市场 98
- 七、西北市场 101

第十章 国内外部分医用床企业分析 102

第一节 美国HILL-ROM公司 102

- 一、公司简介 102
- 二、2007-2008年公司经营与市场销售分析 102
- 三、2007-2008年公司竞争优势分析 102
- 四、公司国际化发展战略 103

第二节 英国亨特莱公司（HNE公司） 103

- 一、公司简介 103
- 二、2007-2008年公司经营与市场销售分析 104
- 三、2007-2008年公司竞争优势分析 104
- 四、公司国际化发展战略 105

第三节 德国（波兰）FAMED公司 105

- 一、公司简介 105
- 二、2007-2008年公司经营与市场销售分析 105
- 三、2007-2008年公司竞争优势分析 105

四、公司国际化发展战略	105
第四节 八乐梦床业(中国)有限公司	106
一、公司简介	106
二、2007-2008年公司经营与市场销售分析	106
三、2007-2008年公司竞争优势分析	106
四、公司国际化发展战略	107
第五节 江苏科凌医疗器械有限公司	107
一、企业基本情况	107
二、企业销售收入及盈利水平分析	107
三、企业资产及负债情况分析	109
四、企业成本费用情况	111
五、企业竞争力分析	112
第六节 上海医疗器械厂有限公司	112
一、企业基本情况	112
二、企业销售收入及盈利水平分析	115
三、企业资产及负债情况分析	117
四、企业成本费用情况	118
五、企业竞争力分析	119
第七节 仙居药城医疗器械有限公司	120
一、企业基本情况	120
二、企业销售收入及盈利水平分析	121
三、企业资产及负债情况分析	123
四、企业成本费用情况	124
五、企业竞争力分析	125
第八节 南宁好邦通用医疗设备有限责任公司	126
一、企业基本情况	126
二、企业销售收入及盈利水平分析	126
三、企业资产及负债情况分析	128
四、企业成本费用情况	130
五、企业竞争力分析	131
第九节 珠海伯轩医疗科仪有限公司	131
一、企业基本情况	131

- 二、企业销售收入及盈利水平分析 133
- 三、企业资产及负债情况分析 135
- 四、企业成本费用情况 136
- 五、企业竞争力分析 137

第十节 德国 TRUMPF集团 138

- 一、公司简介 138
- 二、2007-2008年公司经营与市场销售分析 138
- 三、2007-2008年公司竞争优势分析 138
- 四、公司国际化发展战略 138

第十一节 宁波市江北三叶医疗器械有限公司 138

- 一、企业基本情况 138
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 139
- 三、企业资产及负债情况分析 141
- 四、企业成本费用情况 142
- 五、企业竞争力分析 143

第十一章 2009-2012年医用床设备市场发展前景预测 143

第一节 2009-2012年中国医用床设备发展前景预测 143

第二节 2009-2012年中国医用床设备市场销售状况分析 144

- 一、市场规模预测分析 144
- 二、需求预测分析 146

第三节 2009-2012年我国医用床设备资源配置的前景 149

- 一、手动医用床市场发展趋势 149
- 二、电动医用床市场趋势分析 149

第四节 2009-2012年中国医用床竞争趋势预测 150

- 一、品牌竞争 150
- 二、高端市场竞争将会逐渐加剧 151
- 三、售后服务将是竞争的一大领域 151
- 四、国际竞争进一步加大 151

第五节 2009-2012年中国医用床设备中长期预测分析 151

- 一、2009-2012年经济增长与手术床需求趋势预测 151

- 二、2009-2012年手术床总产量预测 156
- 三、中国手术床中长期市场发展的策略 157

第十二章 2009-2012年中国医用床行业发展趋势预测分析 159

第一节 2009-2012年中国医用床行业技术趋势 159

- 一、产品人性化设计 159
- 二、产品功能更完善 160
- 三、产品自动化程度提高 160

第二节 2009-2012年中国医用床行业市场前景 160

第三节 2009-2012年中国医用床行业竞争趋势 162

- 一、品牌竞争 162
- 二、高端市场竞争将会逐渐加剧 163
- 三、售后服务将是竞争的一大领域 164
- 四、国际竞争进一步加大 165
- 五、人才竞争 165

第四节 2009-2012年中国治疗手术床行业投资机会分析 166

第五节 2009-2012年中国治疗手术床行业投资分析分析 166

- 一、市场风险 167
- 二、融资风险 167
- 三、政策风险 167
- 四、技术风险 169

图表目录

- 图表 1 全球各地区GDP增长情况 13
- 图表 2 全球通胀加权衡量年度增长率 14
- 图表 3 2007年~2009我国GDP季度增幅比较 16
- 图表 4 2009年全年我国三个产业GDP增加值比较 17
- 图表 5 2004年~2009年我国GDP增长趋势图 18
- 图表 6 2004年~2009年城镇居民人均可支配收入增长趋势图 27
- 图表 7 2004年~2009年农村人均纯收入增长趋势图 28
- 图表 2 高级电动双摇床示意图 46

图表 3 重症监护床示意图 47

图表 4 SC型多功能产床示意图 49

图表 5 电动推床示意图 49

图表 6 自动变位担架车示意图 51

图表 8 中国手术床主要产品价格分析 65

图表 9 中国国产电动手术床规格及价格状况分析 70

图表 10 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业企业状况 单位：个 71

图表 11 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业资产状况 单位：千元 72

图表 12 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业销售状况 单位：千元 73

图表 13 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业从业人员状况 单位：个 73

图表 14 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业工业总值状况 单位：千元 74

图表 15 2008年各季度中国医疗、监护及治疗设备行业利润状况 单位：千元 75

图表 16 2001-2007年中国卫生机构数量变化趋势图 79

图表 17 2009年中国注册的医疗机构构成情况 80

图表 18 2009年中国不同等级医院数量对比图 81

图表 19 2009年中国不同床位医院结构图 81

图表 20 中国用户对手术床的认知程度 83

图表 21 手术床在手术过程中的作用 84

图表 22 不同手术对手术床的需求概率 85

图表 23 当前手术床的质量评价 85

图表 24 用户关注手术床的质量调查 86

图表 25 手术床的价格和质量关系 87

图表 26 手术床与用户使用习惯 87

图表 27 2008年中国医用床行业各地区资产分布对比表 89

图表 28 2008年中国医用床行业各地区资产分布结构图 89

图表 29 2008年中国医用床行业各地区资产对比情况 90

图表 30 2008年医疗、外科及兽医器械制造企业前十名 91

图表 31 2008年中国医用床行业各地区销售收入分布对比表 91

图表 32 2008年中国医用床行业各地区销售收入分布结构图 91

图表 33 2008年中国医用床行业各地区销售收入对比情况 92

图表 34 2008年中国医用床行业各地区利润总额分布对比表 93

图表 35 2008年中国医用床行业各地区利润总额分布结构图 93

图表 36 2008年中国医用床行业各地区销售收入对比情况 93

图表 37 2008年中国医用床行业各地区工业增加值分布对比表 94

图表 38 2008年中国医用床行业各地区工业增加值分布结构图 94

图表 39 2008年中国医用床行业各地区工业增加值对比情况 95

图表 40 2008年中国手术床华北市场主要省市资产情况对比 96

图表 41 2008年中国手术床华北市场主要省市资产情况对比 96

图表 42 2008年中国手术床华北市场主要省市资产情况对比 96

图表 43 2008年中国手术床华北市场主要省市收入情况对比 97

图表 44 2008年中国手术床华北市场主要省市收入情况对比 97

图表 45 2008年中国手术床华北市场主要省市收入情况对比 98

图表 46 2008年中国手术床华北市场主要省市利润总额情况对比 98

图表 47 2008年中国手术床华北市场主要省市利润总额情况对比 99

图表 48 2008年中国手术床华北市场主要省市利润总额情况对比 99

图表 49 2008年灵镜医疗净化工程（广东）有限公司盈利指标情况 101

图表 50 2008年灵镜医疗净化工程（广东）有限公司盈利指标情况 101

图表 51 2008年内江市西南医疗器械有限责任公司盈利指标情况图表 101

图表 52 2008年内江市西南医疗器械有限责任公司盈利指标情况图表 102

图表 53 2008年中国手术床华东市场主要省市资产情况对比 102

图表 54 2008年中国手术床华东市场主要省市资产情况对比 103

图表 55 2008年中国手术床华东市场主要省市资产情况对比 103

图表 56 2008年中国手术床华东市场主要省市收入情况对比 103

图表 57 2008年中国手术床华东市场主要省市收入情况对比 104

图表 58 2008年中国手术床华东市场主要省市收入情况对比 104

图表 59 2008年中国手术床华东市场主要省市利润总额情况对比 104

图表 60 2008年中国手术床华东市场主要省市利润总额情况对比 105

图表 61 2008年中国手术床华东市场主要省市利润总额情况对比 105

图表 1 2005年国食药监局批件发布通知涉及到亨特莱产品状况 108

图表 2 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司销售收入情况 112

图表 3 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司盈利指标情况 112

图表 4 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司盈利能力情况 113

图表 5 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司资产运行指标状况 114

图表 6 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司资产负债能力指标分析 114

- 图表 7 2006-2007年江苏科凌医疗器械有限公司成本费用构成情况 115
- 图表 8 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司销售收入情况 119
- 图表 9 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司盈利指标情况 120
- 图表 10 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司盈利能力情况 120
- 图表 11 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司资产运行指标状况 121
- 图表 12 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司资产负债能力指标分析 122
- 图表 13 2006-2007年上海医疗器械厂有限公司成本费用构成情况 123
- 图表 14 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司销售收入情况 125
- 图表 15 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司盈利指标情况 126
- 图表 16 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司盈利能力情况 126
- 图表 17 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司资产运行指标状况 127
- 图表 18 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司资产负债能力指标分析 128
- 图表 19 2006-2007年仙居药城医疗器械有限公司成本费用构成情况 129
- 图表 20 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司销售收入情况 131
- 图表 21 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司盈利指标情况 131
- 图表 22 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司盈利能力情况 132
- 图表 23 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司资产运行指标状况 133
- 图表 24 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司资产负债能力指标分析 133
- 图表 25 2006-2007年南宁好邦通用医疗设备有限责任公司成本费用构成情况 134
- 图表 26 珠海伯轩医疗科仪有限公司组织结构图 136
- 图表 27 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司销售收入情况 137
- 图表 28 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司盈利指标情况 138
- 图表 29 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司盈利能力情况 138
- 图表 30 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司资产运行指标状况 139
- 图表 31 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司资产负债能力指标分析 140
- 图表 32 2006-2007年珠海伯轩医疗科仪有限公司成本费用构成情况 141
- 图表 33 宁波市江北三叶医疗器械有限公司基本概况 142
- 图表 34 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司销售收入情况 143
- 图表 35 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司盈利指标情况 144
- 图表 36 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司盈利能力情况 144
- 图表 37 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司资产运行指标状况 145
- 图表 38 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司资产负债能力指标分析 145

图表 39 2006-2007年宁波市江北三叶医疗器械有限公司成本费用构成情况 146
图表 112 2009-2012年中国手术床设备行业重点规模企业平均从业人员预测 148
图表 113 2009-2012年中国手术床设备行业重点规模企业平均工业总值规模预测 149
图表 114 2009-2012年中国手术床设备行业重点规模企业平均利润规模预测 149
图表 115 2009-2012年中国手术床设备行业重点规模企业平均销售规模预测 150
图表 116 2008年中国各级医院手术床平均拥有手术床数量情况 151
图表 117 2008-2009年中国各级医院手术床保有量估测表 151
图表 118 2001-2008年中国医院手术台保有量增长趋势图 151
图表 119 2009-2013年中国医院手术台保有量增长预测图 152
图表 121 手动医用床推床(三摇) 153
图表 122 二功能电动医用床 154
图表 123 1950-2009中国医院数量趋势 156
图表 124 1950-2009中国专科疾病防治院(所、站)数量趋势 156
图表 125 国内城市三级甲等医院数量前10名省市 单位：家 157
图表 126 医疗器械品牌定位 166

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130832.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。