



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年电子血糖仪行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年电子血糖仪行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/132729.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

全球人口老龄化、人们生活水平提高和偏远地区对医疗服务需求增加等因素正促使传统医疗方式的变革，移动性和便携性逐步成为影响医疗电子产业的关键。另一方面，半导体技术的发展推动医疗创新的步伐以前所未有的速度向前迈进，在快速处理计算、高精度模数转换和无线网络技术进步的带动下，医疗电子产品走向便携式和小型化成为现实。便携医疗电子产品的出现缘起家庭医疗护理趋势的兴起和消费者对自身健康关注度的增加。越来越多的人开始主动关心他们身体健康的状态，这导致了个人消费者对医疗保健和简单诊断产品的需求。比如血糖仪、血氧计、疾病控制和诊断监视系统等设备开始走向便携化，这正是应对了目前这些产品开始进入家庭的趋势。目前在便携医疗电子领域比较热的应用主要是带液晶显示的体温计(温枪)、血糖仪、血氧计、生化分析仪、胰岛素注射泵和心脏除颤仪等产品，其中，血压计是便携医疗设备应用最广的一个市场。便携医疗设备进入家庭与人们生活水平的提高密切相关，目前在欧美地区，血压计和血糖仪等检测产品已经成为家庭必备的一种医疗设备，而中国目前还有形成这样的环境，预计随着沿海城市和内地大城市逐步开始消费这些产品，这个市场会慢慢起来，这与生活的富裕程度有关。目前在中国便携医疗电子市场比较热的应用是手持式温枪，这是SARS之后兴起来的需求，市场用量非常大。电子血压计主要适用于家庭护理的血压监护，市场需求将迅速增加，2007年至2010年，我国年均电子血压计的需求量为350万台。

世界卫生组织指出，2006年我国约有5000万糖尿病患者。目前血糖仪占我国自我诊断检测市场的16%。目前全球糖尿病患者约为2亿人，全世界血糖检测市场容量为50亿美元，美国市场容量约为20亿美元。而国内血糖检测市场尚处于市场培育期，增长迅速。中国糖尿病患者中仅有1.5%-2%的患者拥有自己的血糖监测仪，而欧美国家这个比率高达90%以上。未来几年，随着进口产品的大幅降价，如果中国5%左右的患者要购买血糖监测仪，这个市场容量就高达数十亿元。由于血糖仪的技术目前已经不是什么秘密了，所以目前市场上的血糖仪犹如雨后春笋般冒出来很多，特别是台湾生产的一些血糖仪，更是数不胜数，所有的血糖仪品牌加起来都有二三十个，强生、罗氏、京都、雅培、怡成、三诺、会好、瑞特、唐博士、贝朗、拜耳、脉道、施家乐、台欣、安蜜、金鹊、五鼎、聿新、艾康、厚美德、康培、泰德、威望、Hypoguard和BD血糖监测仪等等。血糖仪市场将面临着最终的洗牌。目前我国血糖仪行业市场主要由美国强生、德国罗氏等国外品牌所占领，国产品牌仅仅只有10%左右的市场份额，而仅仅强生就拥有约45%的中国市场份额。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国医疗器械行业协会、中国仪器仪表行业协会等国内外相关报刊杂志的基础信息以及医疗器械专业研究单位等公布和提供的大量资料，对电子血

糖仪行业进行了全面的分析。报告分别研究了电子血糖仪的临床应用情况、我国电子血糖仪行业现状、电子血糖仪市场动态、电子血糖仪在诊断、医疗中的发展与应用、国内外电子血糖仪优势企业的经营状况、电子血糖仪的发展趋势等。本报告是电子血糖仪制造企业、医疗机构、投资机构等相关单位准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 电子血糖仪行业发展概述

##### 第一节 电子血糖仪的概念

###### 一、电子血糖仪的定义

###### 二、电子血糖仪的特点

###### 三、电子血糖仪的应用

##### 第二节 电子血糖仪行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

##### 第三节 电子血糖仪市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

###### 三、影响需求的关键因素

###### 四、国内和国际市场

###### 五、主要竞争因素

###### 六、生命周期

### 第二章 我国电子血糖仪行业发展分析

#### 第一节 国内电子血糖仪行业发展现状

##### 一、我国电子血糖仪行业消费状况

##### 二、我国电子血糖仪行业生产状况

##### 三、我国电子血糖仪行业面临的问题

#### 四、我国电子血糖仪行业产品结构

#### 五、中国电子血糖仪行业技术发展

### 第二节 中国电子血糖仪市场供需状况

#### 一、2009年中国电子血糖仪行业供给能力

#### 二、2009年中国电子血糖仪市场供给分析

#### 三、2009年中国电子血糖仪市场需求分析

#### 四、2009年中国电子血糖仪产品价格分析

### 第三节 我国电子血糖仪市场分析

#### 一、2008年上半年电子血糖仪市场分析

#### 二、2008年下半年电子血糖仪市场分析

#### 三、2009年上半年电子血糖仪市场分析

#### 四、2009年电子血糖仪市场的走向分析

## 第三章 电子血糖仪产业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年中国电子血糖仪产业工业总产值分析

#### 一、2008-2009年中国电子血糖仪产业工业总产值分析

#### 二、不同规模企业工业总产值分析

#### 三、不同所有制企业工业总产值比较

### 第二节 2008-2009年中国电子血糖仪产业市场销售收入分析

#### 一、2008-2009年中国电子血糖仪产业市场总销售收入分析

#### 二、不同规模企业总销售收入分析

#### 三、不同所有制企业总销售收入比较

### 第三节 2008-2009年中国电子血糖仪产业产品成本费用分析

#### 一、2008-2009年中国电子血糖仪产业成本费用总额分析

#### 二、不同规模企业销售成本比较分析

#### 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第四节 2008-2009年中国电子血糖仪产业利润总额分析

#### 一、2008-2009年中国电子血糖仪产业利润总额分析

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第四章 我国电子血糖仪产业进出口分析

## 第一节 我国电子血糖仪产品进口分析

### 一、2008年进口总量分析

### 二、2008年进口结构分析

### 三、2008年进口区域分析

## 第二节 我国电子血糖仪产品出口分析

### 一、2008年出口总量分析

### 二、2008年出口结构分析

### 三、2008年出口区域分析

## 第三节 我国电子血糖仪产品进出口预测

### 一、2009年上半年进口分析

### 二、2009年上半年出口分析

### 三、2009年电子血糖仪进口预测

### 四、2009年电子血糖仪出口预测

## 第五章 中国电子血糖仪行业消费市场分析

### 第一节 中国电子血糖仪消费者收入分析

#### 一、中国人口、人民生活分析

#### 二、2008-2009年消费者收入水平

#### 三、2009年消费者信心指数分析

### 第二节 电子血糖仪行业目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第三节 电子血糖仪市场消费需求分析

#### 一、电子血糖仪市场的消费需求变化

#### 二、电子血糖仪行业的需求情况分析

#### 三、2009年电子血糖仪品牌市场消费需求分析

### 第四节 电子血糖仪消费市场状况分析

#### 一、电子血糖仪行业消费特点

#### 二、电子血糖仪消费者分析

#### 三、电子血糖仪消费结构分析

#### 四、电子血糖仪消费的市场变化

## 五、电子血糖仪市场的消费方向

## 第二部分 行业竞争格局

### 第六章 电子血糖仪行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

#### 第三节 行业国际竞争力比较

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

#### 第四节 电子血糖仪行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业出口交货值对比分析

##### 五、重点企业利润总额对比分析

##### 六、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第五节 2008-2009年电子血糖仪行业竞争格局分析

##### 一、2008年电子血糖仪行业竞争分析

##### 二、2008年中外电子血糖仪产品竞争分析

##### 三、2008-2009年国内外电子血糖仪竞争分析

##### 四、2008-2009年我国电子血糖仪市场竞争分析

五、2008-2009年我国电子血糖仪市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要电子血糖仪企业动向

## 第七章 电子血糖仪企业竞争策略分析

### 第一节 电子血糖仪市场竞争策略分析

一、2009年电子血糖仪市场增长潜力分析

二、2009年电子血糖仪主要潜力品种分析

三、现有电子血糖仪产品竞争策略分析

四、潜力电子血糖仪品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 电子血糖仪企业竞争策略分析

一、金融危机对电子血糖仪行业竞争格局的影响

二、金融危机后电子血糖仪行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国电子血糖仪市场竞争趋势

四、2009-2012年电子血糖仪行业竞争格局展望

五、2009-2012年电子血糖仪行业竞争策略分析

六、2009-2012年电子血糖仪企业竞争策略分析

## 第八章 主要电子血糖仪品牌竞争分析

### 第一节 强生

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第二节 罗氏

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 欧姆龙

一、企业概况

二、竞争优势分析



三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第四节 三诺

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第五节 怡成

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第六节 拜耳

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第七节 京都

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 雅培

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第九节 瑞特

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第十节 贝朗

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2008-2009年经营状况

### 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

## 第九章 电子血糖仪行业发展趋势分析

### 第一节 2009年发展环境展望

#### 一、2009年宏观经济形势展望

#### 二、2009年政策走势及其影响

#### 三、2009年国际行业走势展望

### 第二节 2009年电子血糖仪行业发展趋势分析

#### 一、2009年技术发展趋势分析

#### 二、2009年产品发展趋势分析

#### 三、2009年行业竞争格局展望

### 第三节 2009-2012年中国电子血糖仪市场趋势分析

#### 一、2008-2009年电子血糖仪市场趋势总结

#### 二、2009-2012年电子血糖仪发展趋势分析

#### 三、2009-2012年电子血糖仪市场发展空间

#### 四、2009-2012年电子血糖仪产业政策趋向

#### 五、2009-2012年电子血糖仪技术革新趋势

#### 六、2009-2012年电子血糖仪价格走势分析

## 第十章 未来电子血糖仪行业发展预测

### 第一节 未来电子血糖仪需求与消费预测

#### 一、2009-2012年电子血糖仪产品消费预测

#### 二、2009-2012年电子血糖仪市场规模预测

#### 三、2009-2012年电子血糖仪行业总产值预测

#### 四、2009-2012年电子血糖仪行业销售收入预测

#### 五、2009-2012年电子血糖仪行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国电子血糖仪行业供需预测

- 一、2008-2012年中国电子血糖仪供给预测
- 二、2009-2012年中国电子血糖仪产量预测
- 三、2009-2012年中国电子血糖仪需求预测
- 四、2009-2012年中国电子血糖仪供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国电子血糖仪产品价格预测
- 六、2009-2012年主要电子血糖仪产品进出口预测

#### 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 电子血糖仪行业投资现状分析

#### 第一节 2008年电子血糖仪行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年电子血糖仪行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

### 第十二章 电子血糖仪行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年电子血糖仪行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响

### 三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

#### 一、国内社会环境发展现状

#### 二、2009年社会环境发展分析

#### 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

## 第十三章 电子血糖仪行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

#### 一、2009年相关产业活力系数比较

#### 二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析

#### 一、2009年相关产业投资收益率比较

#### 二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 电子血糖仪行业投资效益分析

#### 一、2008-2009年电子血糖仪行业投资状况分析

#### 二、2009-2012年电子血糖仪行业投资效益分析

#### 三、2009-2012年电子血糖仪行业投资趋势预测

#### 四、2009-2012年电子血糖仪行业的投资方向

#### 五、2009-2012年电子血糖仪行业投资的建议

#### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响电子血糖仪行业发展的主要因素

#### 一、2009-2012年影响电子血糖仪行业运行的有利因素分析

#### 二、2009-2012年影响电子血糖仪行业运行的稳定因素分析

#### 三、2009-2012年影响电子血糖仪行业运行的不利因素分析

#### 四、2009-2012年我国电子血糖仪行业发展面临的挑战分析

#### 五、2009-2012年我国电子血糖仪行业发展面临的机遇分析

### 第五节 电子血糖仪行业投资风险及控制策略分析

#### 一、2009-2012年电子血糖仪行业市场风险及控制策略

#### 二、2009-2012年电子血糖仪行业政策风险及控制策略

#### 三、2009-2012年电子血糖仪行业经营风险及控制策略

#### 四、2009-2012年电子血糖仪行业技术风险及控制策略

#### 五、2009-2012年电子血糖仪同业竞争风险及控制策略

## 六、2009-2012年电子血糖仪行业其他风险及控制策略

## 第十四章 电子血糖仪行业投资战略研究

### 第一节 电子血糖仪行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国电子血糖仪品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、电子血糖仪实施品牌战略的意义

#### 三、电子血糖仪企业品牌的现状分析

#### 四、我国电子血糖仪企业的品牌战略

#### 五、电子血糖仪品牌战略管理的策略

### 第三节 电子血糖仪行业投资战略研究

#### 一、2009年医疗器械行业投资战略研究

#### 二、2009年电子血糖仪行业投资战略研究

#### 三、2009-2012年电子血糖仪行业投资形势

#### 四、2009-2012年电子血糖仪行业投资战略

## 图表目录

图表：电子血糖仪产业链分析

图表：国际电子血糖仪市场规模

图表：国际电子血糖仪生命周期

图表：2008-2009年中国电子血糖仪行业市场规模

图表：2008-2009年全球电子血糖仪产业市场规模

图表：2008-2009年电子血糖仪重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国电子血糖仪行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国电子血糖仪行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国电子血糖仪行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国电子血糖仪竞争力分析

图表：2009-2012年中国电子血糖仪产能预测

图表：2009-2012年中国电子血糖仪消费量预测

图表：2009-2012年中国电子血糖仪市场前景预测

图表：2009-2012年中国电子血糖仪市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国电子血糖仪发展前景预测

图表：2008年1-12月电子血糖仪进口数据

图表：2008年1季度电子血糖仪进口数据

图表：2008年1月电子血糖仪进口数据

图表：2008年2月电子血糖仪进口数据

图表：2008年3月电子血糖仪进口数据

图表：2008年2季度电子血糖仪进口数据

图表：2008年4月电子血糖仪进口数据

图表：2008年5月电子血糖仪进口数据

图表：2008年6月电子血糖仪进口数据

图表：2008年3季度电子血糖仪进口数据

图表：2008年7月电子血糖仪进口数据

图表：2008年8月电子血糖仪进口数据

图表：2008年9月电子血糖仪进口数据

图表：2008年4季度电子血糖仪进口数据

图表：2008年10月电子血糖仪进口数据

图表：2008年11月电子血糖仪进口数据

图表：2008年12月电子血糖仪进口数据

图表：2008年1-12月电子血糖仪出口数据

图表：2008年1季度电子血糖仪出口数据

图表：2008年1月电子血糖仪出口数据

图表：2008年2月电子血糖仪出口数据

图表：2008年3月电子血糖仪出口数据

图表：2008年2季度电子血糖仪出口数据

图表：2008年4月电子血糖仪出口数据

图表：2008年5月电子血糖仪出口数据

图表：2008年6月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年3季度电子血糖仪出口数据  
图表：2008年7月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年8月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年9月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年4季度电子血糖仪出口数据  
图表：2008年10月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年11月电子血糖仪出口数据  
图表：2008年12月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年1-6月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年1季度电子血糖仪进口数据  
图表：2009年1月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年2月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年3月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年2季度电子血糖仪进口数据  
图表：2009年4月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年5月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年6月电子血糖仪进口数据  
图表：2009年1-6月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年1季度电子血糖仪出口数据  
图表：2009年1月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年2月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年3月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年2季度电子血糖仪出口数据  
图表：2009年4月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年5月电子血糖仪出口数据  
图表：2009年6月电子血糖仪出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132729.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](http://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。