



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年洗胃机行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年洗胃机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/132952.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](mailto: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

美国从1935年至今，经历了5次金融危机或经济危机，医疗器械是唯一没有受冲击而衰退的行业。在全球经济衰退的大背景下，医疗器械成为了难得的“独秀”行业。在扩大内需的4万亿元投资中，有近千亿元专门用于农村医疗条件的改善，这意味着国产医疗器械行业将全面进入以前涉足不多的农村市场。另一方面，金融危机令欧美的设备采购商不得不考虑在同质比价的情况下，选择价廉物美的中国产医疗器械。2008-2009年世界医疗器械市场总体销售情况良好，中国市场2009年仍有望保持10%以上的增长率。根据统计，2008年全球医疗器械产品市场总销售额约3360亿美元，增长幅度达到了12%，销售额合计约占国际医药市场总销售额的50%。2009年欧美大型仪器采购量可能锐减，而中国、日本和印度的医疗器械市场销售额合计约占亚洲市场总销售额的70%，其中中国市场仍有望保持10%以上的增长率。

纵观2008年医疗器械招标采购市场，可以发现，2008年的市场变化趋势与往年基本一致，不过市场活跃度普遍好于往年同期水平。尤其是在7月、8月和12月，均突破1500点大关。10月14日，发改委正式公布《关于深化医药卫生体制改革的意见（征求意见稿）》，意见指出，“深化医药卫生体制改革的总体目标是：建立覆盖城乡居民的基本医疗卫生制度，为群众提供安全、有效、方便、价廉的医疗卫生服务。到2020年，覆盖城乡居民的基本医疗卫生制度基本建立。”规划还指出，“充分利用和优化配置现有医疗卫生资源，调整优化结构和布局，对不符合规划要求的医疗机构要逐步进行整合，严格控制大型医疗设备配置，鼓励共建共享，提高医疗卫生资源利用效率。新增卫生资源必须符合区域卫生规划，重点投向农村和社区卫生等薄弱环节。”据此，农村和社区卫生医疗机构所需的中小型医疗设备采购在今后的几年或激增。

2009年1月21日，国务院原则通过了《关于深化医药卫生体制改革的意见》，新医改方案提出，在2009-2011年间，各级政府将投入8500亿元用于五项医改。综观总体方案，普药和基本医疗器械将是未来3年医改的最大受益者。按照拉动内需、促进经济增长的有关原则和深化医药卫生体制改革、健全医疗卫生服务体系的要求，卫生系统建设的重点领域之一将是基本医疗设备装备。新医改方案的出台，意味着政府将加大对医疗保障的投入，并建设覆盖城乡居民的基本医疗卫生制度。在国家确定的2009年经济工作五项任务中，特别提到要“加快完善城乡社会保障体系，积极推进医药卫生体制改革”。基层卫生基础设施建设将被列为新增1000亿元中央投资的重要领域，安排专项投资48亿元。随着近期事业单位养老金改革等工作的推进，未来公费医疗支出可能将逐步萎缩，“新农合”、城镇居民医保和城乡救助保险带来的市场扩容十分确定。医疗器械行业受益的将不仅仅是最近新增的投资。卫生部颁布的《农村卫生服务体系建设和发展规划》总额达67.71亿元的农村卫生服务系统医疗设备投资，将在2009-2010年全部完成。目前中国农村大部分医疗机构还缺乏最基本的医疗器械装备，需要

建设的乡镇卫生院达70%以上，这一块市场有"填平补齐"的需求。

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，对洗胃机行业进行了全面的分析。报告分别研究了洗胃机的临床应用情况、我国洗胃机行业现状、洗胃机市场动态、洗胃机在诊断、医疗中的发展与应用、国内外洗胃机优势企业的经营状况、洗胃机的发展趋势等。本报告是洗胃机制造企业、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 洗胃机行业发展概述

##### 第一节 洗胃机的相关知识

###### 一、洗胃机的定义

###### 二、洗胃机的特点

###### 三、洗胃机的分类

##### 第二节 洗胃机行业发展成熟度

###### 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 洗胃机市场特征分析

###### 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 全球洗胃机市场发展分析

#### 第一节 2008-2009年世界洗胃机产业发展综述

一、世界洗胃机产业特点分析

二、世界洗胃机主要厂家分析

三、世界洗胃机产业市场分析

第二节 2007-2009年世界洗胃机行业发展分析

一、2007年世界洗胃机行业发展分析

二、2008年世界洗胃机行业发展分析

三、2009年世界洗胃机行业发展分析

第三节 全球洗胃机市场分析

一、2009年全球洗胃机需求分析

二、2009年欧美洗胃机需求分析

三、2009年中外洗胃机市场对比

第三章 我国洗胃机行业发展现状

第一节 中国洗胃机行业发展状况

一、2008年洗胃机行业发展状况分析

二、2008年中国洗胃机行业发展动态

三、2008年洗胃机行业经营业绩分析

四、2008年我国洗胃机行业发展热点

第二节 中国洗胃机市场供需状况

一、2009年中国洗胃机行业供给能力

二、2009年中国洗胃机市场供给分析

三、2009年中国洗胃机市场需求分析

四、2009年中国洗胃机产品价格分析

第三节 我国洗胃机市场分析

一、2008年上半年洗胃机市场分析

二、2008年下半年洗胃机市场分析

三、2009年上半年洗胃机市场分析

四、2009年洗胃机市场的走向分析

第四章 洗胃机产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国洗胃机产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国洗胃机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年中国洗胃机产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国洗胃机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年中国洗胃机产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国洗胃机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年中国洗胃机产业利润总额分析

一、2008-2009年中国洗胃机产业利润总额分析

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

第五章 我国洗胃机产业进出口分析

第一节 我国洗胃机产品进口分析

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 我国洗胃机产品出口分析

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 我国洗胃机产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年洗胃机进口预测

四、2009年洗胃机出口预测

第六章 中国洗胃机市场供需分析

第一节 洗胃机市场需求规模分析

一、中国洗胃机总体市场规模分析

二、东北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华北地区市场规模分析

六、华南地区市场规模分析

七、西部地区市场规模分析

第二节 洗胃机市场需求特征分析

一、洗胃机消费群体的年龄特征分析

二、消费者关注的因素

三、市场需求潜力分析

第三节 洗胃机生产分析

一、洗胃机行业产量分析

二、洗胃机行业领先技术分析

三、洗胃机行业生产集中度分析

第四节 洗胃机行业经营绩效分析

一、行业营运情况分析

二、行业盈利指标分析

三、行业偿债能力分析

四、行业成长性分析

第二部分 行业竞争格局

第七章 洗胃机行业竞争格局分析

第一节 洗胃机行业历史竞争格局概况

一、洗胃机行业集中度分析

二、洗胃机行业竞争程度分析

第二节 中国洗胃机行业竞争结构分析

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

### 第三节 中国洗胃机产业研发力分析

- 一、洗胃机产业研发重要性分析
- 二、中外洗胃机研发投入和运作方式对比
- 三、中国洗胃机研发力问题分析

### 第四节 中国洗胃机产业竞争状况

- 一、我国洗胃机行业品类竞争现状
- 二、我国洗胃机企业的竞争力分析
- 三、中国洗胃机行业并购重组状况
- 四、我国洗胃机行业并购整合分析

### 第五节 洗胃机行业竞争格局分析

- 一、2008年国内外洗胃机竞争分析
- 二、2008年我国洗胃机市场竞争分析
- 三、2008年我国洗胃机市场集中度分析
- 四、2009年国内主要洗胃机企业动向
- 五、2009年国内洗胃机拟在建项目分析

## 第八章 洗胃机企业竞争策略分析

### 第一节 洗胃机市场竞争策略分析

- 一、2009年洗胃机市场增长潜力分析
- 二、2009年洗胃机主要潜力品种分析
- 三、现有洗胃机产品竞争策略分析
- 四、潜力洗胃机品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 洗胃机企业竞争策略分析

- 一、金融危机对洗胃机行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后洗胃机行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国洗胃机市场竞争趋势
- 四、2009-2012年洗胃机行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年洗胃机行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年洗胃机企业竞争策略分析

## 第九章 洗胃机重点企业竞争分析



## 第一节 天津同业科技发展有限公司

### 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 天津市捷亚特医疗设备有限公司

### 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 北京市医疗设备三厂

### 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

### 第十章 洗胃机行业发展趋势分析

#### 第一节 2009-2012年中国医械发展趋势分析

##### 一、2008-2009年中国医械产业发展趋势总结

##### 二、2009-2012年中国医械市场发展方向分析

##### 三、2009-2012年中国医械行业发展趋势分析

##### 四、2009-2012年中国医械行业竞争态势分析

#### 第二节 2009-2012年中国洗胃机市场趋势分析

##### 一、2009-2012年我国洗胃机发展趋势分析

##### 二、2008-2009年我国洗胃机市场趋势总结

##### 三、2009-2012年我国洗胃机市场发展空间

#### 第三节 2009-2012年洗胃机产业发展趋势分析

##### 一、2009-2012年洗胃机产业政策趋向

##### 二、2009-2012年洗胃机技术革新趋势

##### 三、2009-2012年洗胃机价格走势分析

##### 四、2009-2012年国际环境对行业的影响

## 第十一章 未来洗胃机行业发展预测

### 第一节 未来洗胃机需求与消费预测

- 一、2009-2012年洗胃机产品消费预测
- 二、2009-2012年洗胃机市场规模预测
- 三、2009-2012年洗胃机行业总产值预测
- 四、2009-2012年洗胃机行业销售收入预测
- 五、2009-2012年洗胃机行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国洗胃机行业供需预测

- 一、2008-2012年中国洗胃机供给预测
- 二、2009-2012年中国洗胃机产量预测
- 三、2009-2012年中国洗胃机需求预测
- 四、2009-2012年中国洗胃机供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国洗胃机产品价格预测
- 六、2009-2012年主要洗胃机产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

## 第十二章 洗胃机行业投资现状分析

### 第一节 2008年洗胃机行业投资情况分析

- 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年上半年洗胃机行业投资情况分析

- 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

## 第十三章 洗胃机行业投资环境分析

### 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年洗胃机行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响分析
- 三、2009年行业产业政策对其影响分析

### 第三节 技术发展环境分析

- 一、国内洗胃机技术现状
- 二、2009年洗胃机技术发展分析
- 三、2009-2012年洗胃机技术发展趋势分析

### 第四节 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分析

### 第五节 中国医药卫生体制改革分析

- 一、医药卫生体制改革意义
- 二、医药卫生体制改革思想及目标
- 三、医药卫生体系与制度改革分析
- 四、医药卫生体系改革方向
- 五、医药卫生体制改革重点工作分析
- 六、医药卫生体制改革步骤分析
- 七、新医改8500亿的投向分析
- 八、新医改对洗胃机行业的影响分析

## 第十四章 洗胃机行业投资机会与风险

### 第一节 洗胃机行业投资效益分析

- 一、2008-2009年洗胃机行业投资状况分析
- 二、2009-2012年洗胃机行业投资效益分析
- 三、2009-2012年洗胃机行业投资趋势预测

四、2009-2012年洗胃机行业的投资方向

五、2009-2012年洗胃机行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响洗胃机行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响洗胃机行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响洗胃机行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响洗胃机行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国洗胃机行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国洗胃机行业发展面临的机遇分析

第三节 洗胃机行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年洗胃机行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年洗胃机行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年洗胃机行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年洗胃机行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年洗胃机同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年洗胃机行业其他风险及控制策略

第十五章 洗胃机行业投资战略研究

第一节 洗胃机行业发展战略研究

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 对我国洗胃机品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、洗胃机实施品牌战略的意义

三、洗胃机企业品牌的现状分析

四、我国洗胃机企业的品牌战略

五、洗胃机品牌战略管理的策略

### 第三节 洗胃机企业经营管理策略

#### 一、成本控制策略

#### 二、定价策略

#### 三、竞争策略

#### 四、并购重组策略

#### 五、营销策略

#### 六、人力资源

#### 七、财务管理

#### 八、国际化策略

### 第四节 洗胃机行业投资战略研究

#### 一、2009年医疗器械行业投资战略

#### 二、2009年洗胃机行业投资战略

#### 三、2009-2012年洗胃机行业投资战略

#### 四、2009-2012年细分行业投资战略

### 图表目录

图表：洗胃机产业链分析

图表：国际洗胃机市场规模

图表：国际洗胃机生命周期

图表：2008-2009年中国洗胃机行业市场规模

图表：2008-2009年全球洗胃机产业市场规模

图表：2008-2009年洗胃机重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国洗胃机行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国洗胃机行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国洗胃机行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国洗胃机竞争力分析

图表：2009-2012年中国洗胃机产能预测

图表：2009-2012年中国洗胃机消费量预测

图表：2009-2012年中国洗胃机市场前景预测

图表：2009-2012年中国洗胃机市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国洗胃机发展前景预测

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月医疗器械行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月医疗器械行业收入前十家企业

图表：2008年5月医疗器械行业收入前十家企业

图表：2008年8月医疗器械行业收入前十家企业

图表：2008年11月医疗器械行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月医疗器械行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月洗胃机产品进口数据

图表：2008年1季度洗胃机产品进口数据

图表：2008年1月洗胃机产品进口数据

图表：2008年2月洗胃机产品进口数据

图表：2008年3月洗胃机产品进口数据

图表：2008年2季度洗胃机产品进口数据

图表：2008年4月洗胃机产品进口数据

图表：2008年5月洗胃机产品进口数据

图表：2008年6月洗胃机产品进口数据

图表：2008年3季度洗胃机产品进口数据

图表：2008年7月洗胃机产品进口数据

图表：2008年8月洗胃机产品进口数据

图表：2008年9月洗胃机产品进口数据

图表：2008年4季度洗胃机产品进口数据

图表：2008年10月洗胃机产品进口数据

图表：2008年11月洗胃机产品进口数据

图表：2008年12月洗胃机产品进口数据

图表：2008年1-12月洗胃机产品出口数据

图表：2008年1季度洗胃机产品出口数据

图表：2008年1月洗胃机产品出口数据

图表：2008年2月洗胃机产品出口数据

图表：2008年3月洗胃机产品出口数据

图表：2008年2季度洗胃机产品出口数据

图表：2008年4月洗胃机产品出口数据

图表：2008年5月洗胃机产品出口数据

图表：2008年6月洗胃机产品出口数据

图表：2008年3季度洗胃机产品出口数据

图表：2008年7月洗胃机产品出口数据

图表：2008年8月洗胃机产品出口数据

图表：2008年9月洗胃机产品出口数据

图表：2008年4季度洗胃机产品出口数据



图表：2008年10月洗胃机产品出口数据

图表：2008年11月洗胃机产品出口数据

图表：2008年12月洗胃机产品出口数据

图表：2009年1-6月洗胃机产品进口数据

图表：2009年1季度洗胃机产品进口数据

图表：2009年1月洗胃机产品进口数据

图表：2009年2月洗胃机产品进口数据

图表：2009年3月洗胃机产品进口数据

图表：2009年2季度洗胃机产品进口数据

图表：2009年4月洗胃机产品进口数据

图表：2009年5月洗胃机产品进口数据

图表：2009年6月洗胃机产品进口数据

图表：2009年1-6月洗胃机产品出口数据

图表：2009年1季度洗胃机产品出口数据

图表：2009年1月洗胃机产品出口数据

图表：2009年2月洗胃机产品出口数据

图表：2009年3月洗胃机产品出口数据

图表：2009年2季度洗胃机产品出口数据

图表：2009年4月洗胃机产品出口数据

图表：2009年5月洗胃机产品出口数据

图表：2009年6月洗胃机产品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132952.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。