



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国B超设备产业 运行态势及发展前景分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国B超设备产业运行态势及发展前景分析报告》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/146109.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 B超设备产业相关概述 11

第一节 B超相关概况 11

一、B超定义 11

二、B超的工作原理 11

第二节 B超设备产业相关分析 15

一、主要B超设备概述 15

二、B超设备发展历程分析 18

第二章 2009年全球B超设备产业运行状况分析 19

第一节 2009年全球B超设备产业发展概况 19

一、全球B超设备行业特点分析 19

二、全球B超设备知名企业分析 25

三、全球B超设备市场分析 38

第二节 2009年全球B超设备产业主要国家运行情况分析 39

一、美国 39

二、欧盟 40

三、日本 42

第三节 2010-2015年全球B超设备产业发展趋势分析 45

第三章 2009年中国B超设备产业运行环境分析 46

第一节 2009年中国宏观经济环境分析 46

一、中国GDP分析 46

二、城乡居民家庭人均可支配收入 54

三、恩格尔系数 55

第二节 2009年中国B超设备产业发展政策环境分析 56

一、产业政策环境分析 56

二、相关产业政策影响分析 57

三、进出口政策分析 58

第三节 2009年中国B超设备产业发展社会环境分析 58

第四章 2009年中国B超设备产业运行形势分析 59

第一节 2009年中国B超设备产业发展综述 59

一、 B超设备行业特征分析 59

二、 B超设备产业品牌分析 61

三、 B超设备主要产品价格分析 61

第二节 2009年中国B超设备产业运行动态分析 62

一、 B超设备最新技术分析 62

二、 B超设备最新资讯 63

三、 B超设备项目分析 63

第三节 2009年中国B超设备产业发展存在的问题分析 64

第五章 2009年中国B超设备产业市场运行态势分析 65

第一节 2009年中国B超设备产业市场供给分析 65

一、 整体供给能力分析 65

二、 影响供给的因素分析 67

第二节 2009年中国B超设备产业市场需求分析 67

一、 需求情况分析 67

二、 需求特点分析 68

三、 影响需求的因素分析 68

第三节 2009年中国B超设备产业市场供需平衡分析 69

第六章 2009-2010年中国B超设备相关产品进出口贸易统计分析 70

第一节 2009-2010年中国 B 型超声波诊断仪零件进出口统计 70

第二节 2009-2010年中国 B 型超声波诊断仪进出口统计 70

一、 产品进口统计分析 70

二、 产品出口统计分析 70

第三节 2009-2010年中国彩色超声波诊断仪进出口统计 71

第四节 2009-2010年中国其他超声波扫描诊断装置进出口统计 71

第七章 2009年中国B超设备产业市场竞争格局分析 73

第一节 2009年中国B超设备产业竞争现状分析 73

一、 技术竞争分析 73

二、产品价格竞争分析 73

三、品牌竞争分析 74

第二节 2009年中国B超设备产业区域格局分析 74

一、重点区域竞争力分析 74

二、生产企业集中度分析 75

三、市场消费集中度分析 77

第三节 2009年影响B超设备市场竞争的因素分析 77

第八章 2009年中国B超设备主要企业竞争力对比分析 79

第一节 通用电气医疗系统（中国）有限公司 79

一、公司简介 79

二、公司主要财务指标分析 79

三、企业成本费用指标 80

第二节 扬州中惠集团公司 80

一、公司简介 81

二、公司主要财务指标分析 81

三、企业成本费用指标 82

四、公司未来战略分析 82

第三节 北京岛津医疗器械有限公司 83

一、公司简介 83

二、公司主要财务指标分析 83

三、企业成本费用指标 84

四、公司未来战略分析 84

第四节 无锡祥生医学影像有限公司 85

一、公司简介 85

二、公司主要财务指标分析 85

三、企业成本费用指标 86

四、公司未来战略分析 87

第五节 深圳市安科高技术股份有限公司 87

一、公司简介 87

二、公司主要财务指标分析 88

三、企业成本费用指标 89

四、公司未来战略分析 89

第六节 徐州创新医学仪器有限公司 90

一、公司简介 90

二、公司主要财务指标分析 91

三、企业成本费用指标 92

四、公司未来战略分析 92

第七节 扬州康岭医用电子仪器有限公司 93

一、公司简介 93

二、公司主要财务指标分析 93

三、企业成本费用指标 94

四、公司未来战略分析 95

第八节 海鹰企业集团有限责任公司 95

一、公司简介 95

二、公司主要财务指标分析 96

三、企业成本费用指标 97

第九节 徐州市凯信电子设备有限公司 97

一、公司简介 97

二、公司主要财务指标分析 98

三、企业成本费用指标 99

四、公司未来战略分析 99

第十节 天津迈达医学科技有限公司 99

一、公司简介 99

二、公司主要财务指标分析 100

三、企业成本费用指标 101

第九章 2010-2015年中国B超设备产业发展趋势预测分析 102

第一节 2010-2015年中国B超设备产业发展前景分析 102

一、技术发展方向分析 102

二、主要产品价格预测分析 109

三、行业未来规划分析 109

第二节 2010-2015年中国B超设备产业市场预测分析 111

一、市场供给能力预测 112

二、市场需求预测 112

三、产品结构预测 113

第三节2010-2015年中国B超设备产业市场盈利水平分析 113

第十章 2010-2015年中国B超设备产业投资机会与风险分析 115

第一节2010-2015年中国B超设备产业投资环境分析 115

第二节2010-2015年中国B超设备产业投资机会分析 118

一、区域投资热点分析 118

二、投资潜力分析 118

第三节2010-2015年中国B超设备产业投资风险分析 119

一、市场运营风险 119

二、技术风险 119

三、政策风险 120

四、资金风险 120

五、进入退出风险 120

第四节 专家投资建议 121

第十一章 金融危机对B超设备产业的影响及企业应对策略分析 123

第一节 金融危机对B超设备产业的影响 123

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析 123

二、金融危机对中国B超设备产业的传导机制 123

三、中国B超设备出口需求受金融危机影响分析 123

四、2009年中国出台对B超设备出口利好政策解析 123

第二节 我国B超设备产业应对金融危机的主要策略探讨 124

一、政策角度 124

二、增强内功修炼，提升产品质量 124

三、出口企业转战国内市场策略 125

四、海外并购策略 125

第三节 应对金融危机建议 126

图表目录

图表 1 B 超电原理示意图 12

图表 2 B 超成像示例 13

图表 3 B 超设备按产品类型划分的分类 13

图表 4 B超设备生产的工艺流程图 15

图表 5 医疗器械制造行业细分 16

图表 6 欧姆龙海外事业分布 36

图表 7 2009年底欧盟发布的"医学诊断超声设备声学设备报告"标准 39

图表 8 日本人有关超声机电应用专利统计 42

图表 9 1992年-2009年我国GDP季度增幅比较 46

图表 10 : 1992-2009年分产业累计增速 47

图表 11 : 2004年-2009年我国GDP增长趋势图 47

图表 12 : 2009年中国工业主要产品产量及增长速度 48

图表 13 : 1999-2009年我国城镇固定资产投资情况 51

图表 14 : 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 51

图表 15 : 中央政府涉及的固定资产投资增速较快 53

图表 16 : 2002-2009年我国城镇居民实际人均可支配收入增长率 53

图表 17 : 2003年-2009年我国城乡居民的恩格尔系数变化图 54

图表 18三个层次的B 超诊断设备供应商对比图 58

图表 19 A、B、C、D 四种档次B 超诊断设备技术指标情况 61

图表 20 2009-2010年全国便携式B 超和掌上式B 超总销量对比图 64

图表 21 2009-2010年中国 B 型超声波诊断仪零件进出口统计 68

图表 22 我国B超仪出口情况 68

图表 23 2009-2010年全国掌上式B 超和便携式B 超出口总量对比图 69

图表 24 2009-2010年中国彩色超声波诊断仪进出口统计 69

图表 25 2009-2010年中国其他超声波扫描诊断装置进出口统计 70

图表 26 威尔德掌上式B 超国内销售市场占有率 73

图表 27 威尔德掌上式B 超出口市场占有率 73

图表 28 威尔德便携式B 超国内销售市场占有率 73

图表 29 威尔德便携式B 超出口市场占有率 74

图表 30 威尔德与竞争对手的业务比较 75

图表 31 威尔德与迈瑞的业务比较 75

图表 32 2006~2009年通用电气医疗系统(中国)有限公司销售收入情况 76

图表 33 2006~2009年通用电气医疗系统(中国)有限公司盈利指标表 76

图表 34 2006~2009年通用电气医疗系统（中国）有限公司盈利能力比率表 77

图表 35 2006~2009年通用电气医疗系统（中国）有限公司资产运行指标表 77

图表 36 2006~2009年通用电气医疗系统（中国）有限公司资产负债能力指标表 77

图表 37 2006~2009年通用电气医疗系统（中国）有限公司成本费用构成表 77

图表 38 2006~2009年扬州中惠集团公司销售收入情况 78

图表 39 2006~2009年扬州中惠集团公司盈利指标表 78

图表 40 2006~2009年扬州中惠集团公司盈利能力比率表 78

图表 41 2006~2009年扬州中惠集团公司资产运行指标表 79

图表 42 2006~2009年扬州中惠集团公司资产负债能力指标表 79

图表 43 2006~2009年扬州中惠集团公司成本费用构成表 79

图表 44 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司销售收入情况 80

图表 45 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司盈利指标表 80

图表 46 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司盈利能力比率表 81

图表 47 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司资产运行指标表 81

图表 48 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司资产负债能力指标表 81

图表 49 2006~2009年北京岛津医疗器械有限公司成本费用构成表 81

图表 50 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司销售收入情况 82

图表 51 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司盈利指标表 83

图表 52 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司盈利能力比率表 83

图表 53 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司资产运行指标表 83

图表 54 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司资产负债能力指标表 83

图表 55 2006~2009年无锡祥生医学影像有限公司成本费用构成表 83

图表 56 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司销售收入情况 85

图表 57 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司盈利指标表 85

图表 58 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司盈利能力比率表 85

图表 59 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司资产运行指标表 86

图表 60 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司资产负债能力指标表 86

图表 61 2006~2009年深圳市安科高技术股份有限公司成本费用构成表 86

图表 62 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司销售收入情况 88

图表 63 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司盈利指标表 88

图表 64 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司盈利能力比率表 89

图表 65 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司资产运行指标表 89

图表 66 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司资产负债能力指标表 89

图表 67 2006~2009年徐州创新医学仪器有限公司成本费用构成表 89

图表 68 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司销售收入情况 91

图表 69 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司盈利指标表 91

图表 70 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司盈利能力比率表 91

图表 71 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司资产运行指标表 91

图表 72 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司资产负债能力指标表 91

图表 73 2006~2009年扬州康岭医用电子仪器有限公司成本费用构成表 92

图表 74 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司销售收入情况 93

图表 75 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司盈利指标表 93

图表 76 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司盈利能力比率表 93

图表 77 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司资产运行指标表 93

图表 78 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司资产负债能力指标表 93

图表 79 2006~2009年海鹰企业集团有限责任公司成本费用构成表 94

图表 80 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司销售收入情况 95

图表 81 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司盈利指标表 95

图表 82 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司盈利能力比率表 95

图表 83 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司资产运行指标表 95

图表 84 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司资产负债能力指标表 95

图表 85 2006~2009年徐州市凯信电子设备有限公司成本费用构成表 96

图表 86 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司销售收入情况 97

图表 87 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司盈利指标表 97

图表 88 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司盈利能力比率表 97

图表 89 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司资产运行指标表 97

图表 90 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司资产负债能力指标表 97

图表 91 2006~2009年天津迈达医学科技有限公司成本费用构成表 98

图表 92 近三年及一期威尔德主营产品平均销售单位价格变化情况表 105

图表 93 威尔德主要原材料和能源近两年及一期的平均价格 105

图表 94 2005年 - 2012年中国B超设备市场规模 108

图表 95 毛利率发展趋势预测 110

图表 96 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 125

图表 97 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 126

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/146109.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。