



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015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

《2010-2015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/146628.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 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 2009-2010年中国家用医疗器械行业的运行环境分析 10

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年家用医疗器械行业销售模式分析 29

第三节 2009-2010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 2009-2010年中国家用医疗器械行业的竞争环境格局分析 30

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国家用医疗器械行业链整体格局分析 32

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析	84
第一节 2009-2010年中国家用医疗器械行业需求分析	84
第二节 2009-2010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 2009-2010年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析	85
第七章 2010-2015年中国家用医疗器械行业的投资及风险分析	86
第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015年中国家用医疗器械企业发展战略与规划分析 90

第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015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 2009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 2009-2010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 2009-2010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 2006-2009年航卫通用电气医疗系统有限公司盈利结构	38
图表 12 2006-2009年航卫通用电气医疗系统有限公司资产结构	38
图表 13 2006-2009年航卫通用电气医疗系统有限公司成本费用	39
图表 14 2006-2009年欧姆龙（大连）有限公司盈利结构	41
图表 15 2006-2009年欧姆龙（大连）有限公司资产结构	41
图表 16 2006-2009年欧姆龙（大连）有限公司成本费用	42
图表 17 2006-2009年上海阿洛卡医用仪器有限公司盈利结构	44
图表 18 2006-2009年上海阿洛卡医用仪器有限公司资产结构	44
图表 19 2006-2009年上海阿洛卡医用仪器有限公司成本费用	45
图表 20 2006-2009年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司盈利结构	46
图表 21 2006-2009年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司资产结构	47
图表 22 2006-2009年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司成本费用	48
图表 23 2006-2009年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司盈利结构	49
图表 24 2006-2009年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司资产结构	50
图表 25 2006-2009年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司成本费用	51
图表 26 2006-2009年杭州京冷医疗器械有限公司盈利结构	52
图表 27 2006-2009年杭州京冷医疗器械有限公司资产结构	53
图表 28 2006-2009年杭州京冷医疗器械有限公司成本费用	54
图表 29 2006-2009年上海光电医用电子仪器有限公司盈利结构	55
图表 30 2006-2009年上海光电医用电子仪器有限公司资产结构	56
图表 31 2006-2009年上海光电医用电子仪器有限公司成本费用	57
图表 32 2006-2009年上海医疗器械股份有限公司盈利结构	59
图表 33 2006-2009年上海医疗器械股份有限公司资产结构	60

图表 34 2006-2009年上海医疗器械股份有限公司成本费用	61
图表 35 2006-2009年江苏金鹿集团有限公司盈利结构	63
图表 36 2006-2009年江苏金鹿集团有限公司资产结构	63
图表 37 2006-2009年江苏金鹿集团有限公司成本费用	64
图表 38 2006-2009年威海威高集团有限公司盈利结构	65
图表 39 2006-2009年威海威高集团有限公司资产结构	66
图表 40 2006-2009年威海威高集团有限公司成本费用	67
图表 41 2006-2009年深圳市安科高技术股份有限公司盈利结构	68
图表 42 2006-2009年深圳市安科高技术股份有限公司资产结构	69
图表 43 2006-2009年深圳市安科高技术股份有限公司成本费用	70
图表 44 2006-2009年汕头超声仪器研究所盈利结构	71
图表 45 2006-2009年汕头超声仪器研究所资产结构	72
图表 46 2006-2009年汕头超声仪器研究所成本费用	73
图表 47 2006-2009年苏州六六视觉科技股份有限公司盈利结构	75
图表 48 2006-2009年苏州六六视觉科技股份有限公司资产结构	76
图表 49 2006-2009年苏州六六视觉科技股份有限公司成本费用	77
图表 50 2006-2009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 2006-2009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 2006-2009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 2006-2009年深圳市益心达医学新技术有限公司盈利结构	82
图表 54 2006-2009年深圳市益心达医学新技术有限公司资产结构	83
图表 55 2006-2009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/146628.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。