



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国医疗器械行业 运营态势与发展趋势研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国医疗器械行业运营态势与发展趋势研究报告》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/188245.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

医疗器械市场前景看好：医疗器械行业是一个多学科交叉、知识密集、资金密集型的高技术产业，进入门槛较高。在全球医疗器械市场销售额中，美国占到40%多，欧洲占30%左右，日本占15%-18%，而中国仅占2%。迄今为止，医疗器械产品的不少关键技术仍被跨国巨头们所垄断。国内医疗器械生产企业的竞争能力始终令人担忧。从我国医疗器械产品上看，门类上我国似乎近于齐全，但品种上尚多有缺项，而且高端产品少。从进出口产品种类来看，进口的主要是技术含量较高的大型医疗设备，出口的虽然有部分高端医疗器械产品，但主要是技术含量较低常规性的医疗设备。造成这种状况的原因是：国内医疗器械生产企业规模小，R/D(研发/销售额)比率低，自有技术产品少。目前，中国医疗器械行业同发达国家相比虽然存在差距，但是中国医疗器械的发展速度令世界都为之侧目。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国医疗器械行业运营态势与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了中国医疗器械行业的概念，接着分析了中国医疗器械行业发展环境，然后对中国医疗器械行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医疗器械行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国医疗器械行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录

第一章 中国医疗器械行业发展环境分析 1

第一节 国内医疗器械经济环境分析 1

一、GDP历史变动轨迹分析 1

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 3

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 5

第二节 中国医疗器械行业政策环境分析 9

第二章 中国医疗器械行业的国际比较分析 15

第一节 中国医疗器械行业竞争力指标分析 15

第二节 中国医疗器械行业经济指标国际比较分析 15

第三节 全球医疗器械行业市场需求分析 16

一、市场规模现状 16

二、需求结构分析 16

三、重点需求客户 16

四、市场前景展望 17

第四节 全球医疗器械行业市场供给分析 17

一、生产规模现状 17

二、产能规模分布 18

三、市场价格走势 18

四、重点厂商分布 18

第三章 应用领域及行业供需分析 24

第一节 需求分析 24

一、医疗器械行业需求市场 24

二、医疗器械行业客户结构 24

三、医疗器械行业需求的地区差异 25

第二节 供给分析 25

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 25

一、医疗器械行业的需求预测 25

二、医疗器械行业的供应预测 26

三、供求平衡分析 27

四、供求平衡预测 27

第四节 市场价格走势分析 27

第四章 医疗器械产业链的分析 29

第一节 行业集中度 29

第二节 主要环节的增值空间 30

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 31

第四节 上下游行业影响及趋势分析 33

第五章 区域市场情况深度研究 35

第一节 长三角区域市场情况分析 35

第二节 珠三角区域市场情况分析 35

第三节 环渤海区域市场情况分析 35

第四节 医疗器械行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 36

一、华北大区市场分析 36

二、华中大区市场分析 36

三、华南大区市场分析 36

四、华东大区市场分析 37

五、东北大区市场分析 37

六、西南大区市场分析 37

七、西北大区市场分析 38

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 38

第六章 2011-2015年需求预测分析 40

第一节 医疗器械行业领域2011-2015年需求量预测 40

第二节 2011-2015年医疗器械行业领域需求产品（服务）功能预测 41

第三节 2011-2015年医疗器械行业领域需求产品（服务）市场格局预测 41

第七章 医疗器械市场竞争格局分析 54

第一节 行业竞争结构分析 54

一、现有企业间竞争 54

二、潜在进入者分析 55

三、替代品威胁分析 55

四、供应商议价能力 55

五、客户议价能力 55

第二节 行业集中度分析 56

一、市场集中度分析 56

二、企业集中度分析 56

三、区域集中度分析 57

第三节 行业国际竞争力比较 57

一、生产要素 57

二、需求条件 59

三、支援与相关产业 59

四、企业战略、结构与竞争状态 61

五、政府的作用 62

第四节 医疗器械行业主要企业竞争力分析 63

一、重点企业资产总计对比分析 63

二、重点企业从业人员对比分析 63

三、重点企业全年营业收入对比分析 64

四、重点企业利润总额对比分析 65

五、重点企业综合竞争力对比分析 65

第五节 医疗器械行业竞争格局分析 67

一、2011年医疗器械行业竞争分析 67

二、2011年国内外医疗器械竞争分析 69

三、2011年中国医疗器械市场竞争分析 69

四、2011年中国医疗器械市场集中度分析 70

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 72

第一节 行业企业排名分析 72

第二节 产业结构分析 72

一、市场细分充分程度的分析 72

二、各细分市场领先企业排名 74

三、各细分市场占总市场的结构比例 75

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 75

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 76

一、产业价值链的构成 76

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 77

第四节 产业结构发展预测 78

一、产业结构调整的方向政府产业政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 78

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 80

三、中国医疗器械行业参与国际竞争的战略市场定位 81

第九章 重点企业分析 84

第一节 沈阳东软软件股份有限公司 84

一、主营业务及经营状况 84

- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 84
- 三、主要市场定位 85
- 四、主要优势与主要劣势 86
- 五、市场拓展战略与手段分析 86
- 第二节 乐普(北京)医疗器械股份有限公司 87
 - 一、主营业务及经营状况 87
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 88
 - 三、主要市场定位 89
 - 四、主要优势与主要劣势 89
 - 五、市场拓展战略与手段分析 91
- 第三节 山东新华医疗器械股份有限公司 92
 - 一、主营业务及经营状况 92
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 93
 - 三、主要市场定位 93
 - 四、主要优势与主要劣势 94
 - 五、市场拓展战略与手段分析 95
- 第四节 北京万东医疗装备股份有限公司 96
 - 一、主营业务及经营状况 96
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 96
 - 三、主要市场定位 97
 - 四、主要优势与主要劣势 98
 - 五、市场拓展战略与手段分析 98
- 第五节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 99
 - 一、主营业务及经营状况 99
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 100
 - 三、主要市场定位 100
 - 四、主要优势与主要劣势 100
 - 五、市场拓展战略与手段分析 101
- 第六节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 102
 - 一、主营业务及经营状况 102
 - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 103
 - 三、主要市场定位 104

四、主要优势与主要劣势	104
五、市场拓展战略与手段分析	105
第七节 天津九安医疗电子股份有限公司	106
一、主营业务及经营状况	106
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	108
三、主要市场定位	108
四、主要优势与主要劣势	110
五、市场拓展战略与手段分析	112
第八节 上海医疗器械(集团)有限公司	112
一、主营业务及经营状况	112
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	114
三、主要市场定位	115
四、主要优势与主要劣势	115
五、市场拓展战略与手段分析	115
第九节 深圳安科高技术股份有限公司	116
一、主营业务及经营状况	116
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	118
三、主要市场定位	118
四、主要优势与主要劣势	119
五、市场拓展战略与手段分析	119
第十节 深圳市凯特生物医疗电子科技有限公司	119
一、主营业务及经营状况	119
二、历年生产规模、销售规模、利润指标	121
三、主要市场定位	122
四、主要优势与主要劣势	122
五、市场拓展战略与手段分析	122
第十章 中国医疗器械行业整体运行指标分析	124
第一节 中国医疗器械行业总体规模分析	124
一、企业数量结构分析	124
二、行业生产规模分析	124
第二节 2010年中国医疗器械行业产销分析	124

- 一、行业产成品情况总体分析 124
- 二、行业产品销售收入总体分析 125
- 第三节 2010年中国医疗器械行业财务指标总体分析 125
 - 一、行业盈利能力分析 125
 - 二、行业偿债能力分析 125
 - 三、行业营运能力分析 125
 - 四、行业发展能力分析 126

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势 127

- 第一节 市场整合成长趋势 127
- 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 129
- 第三节 企业区域市场拓展的趋势 130
- 第四节 科研开发趋势及替代技术进展 131
- 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 132
- 第六节 中国医疗器械行业SWOT分析 133

第十二章 2011-2015年医疗器械行业投资价值评估分析 135

- 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 135
- 第二节 产业发展的空白点分析 138
- 第三节 投资回报率比较高的投资方向 139
- 第四节 新进入者应注意的障碍因素 140
- 第五节 营销分析与营销模式推荐 142
 - 一、渠道构成 142
 - 二、销售贡献比率 143
 - 三、覆盖率 144
 - 四、销售渠道效果 144
 - 五、价值流程结构 144

通过《2011-2015年中国医疗器械行业运营态势与发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188245.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。