



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电子血糖仪市场监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电子血糖仪市场监测及投资前景分析报告》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/253895.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 2013-2014年世界电子血糖仪行业发展状况 13

1.1 2013-2014年世界电子血糖仪行业发展概述 13

1.1.1 2009全球糖尿病人口最新情况 13

1.1.2 世界电子血糖仪发展历程 17

1.1.4 国外无损伤血糖仪产品研发及前景 23

1.2 2013-2014年部分国家地区电子血糖仪行业发展状况分析 26

1.2.1 美国电子血糖仪行业发展状况 26

1.2.2 德国电子血糖仪行业发展状况 27

1.2.3 日本电子血糖仪行业发展状况 28

1.2.4 韩国电子血糖仪行业发展状况 29

第二章 2013-2014年中国医疗器械行业发展分析 31

2.1 2013年中国医疗器械行业发展概况 31

2.1.1 2013年中国医疗器械行业发展概况 31

2.1.2 2014年中国医疗器械行业发展概况 34

2.2 2008-2014年中国医疗器械总体运行情况 36

2.2.1 2008-2014年中国医疗器械行业企业数量统计 36

2.2.2 2008-2014年中国医疗器械行业从业人员统计 40

2.2.3 2008-2014年中国医疗器械行业资产状况分析 43

2.2.4 2008-2014年中国医疗器械行业销售收入分析 47

2.2.5 2008-2014年中国医疗器械行业利润增长情况 51

2.3 2008-2014年中国医疗器械行业经营效益分析 55

2.3.1 2008-2014年中国医疗器械行业盈利能力分析 55

2.3.2 2008-2014年中国医疗器械行业偿债能力分析 60

2.4 2008-2014年中国便携医疗电子市场分析 63

2.4.1 2008-2014年中国便携医疗电子市场规模分析 63

2.4.2 2008-2014年中国便携医疗电子产品竞争结构情况 64

2.4.3 2008-2014年中国便携医疗电子市场竞争格局分析 67

2.4.4 2015-2020中国便携式医疗电子市场规模预测 68

2.4.5 中国便携式医疗器械的发展趋势 69

第三章 2013-2014年中国电子血糖仪行业形势分析 71

3.1 糖尿病概况	71
3.1.1 血糖概述	71
3.1.2 糖尿病概述	72
3.1.3 血糖与糖尿病关系	73
3.2 电子血糖仪行业发展概况	74
3.2.1 电子血糖仪概述	74
3.2.2 便携式血糖仪应用领域	75
3.2.3 血糖监测的重要性分析	76
3.3 2013-2014年中国电子血糖仪发展形势分析	83
3.3.1 中国电子血糖仪技术创新	83
3.3.2 内外资企业发展形势分析	87
3.3.3 电子血糖仪行业发展趋势	89
第四章 2013-2014年中国电子血糖仪产业运行环境	90
4.1 2013-2014年中国宏观环境发展分析	90
4.1.1 2013年中国经济运行情况	90
4.1.2 2014年1-12月中国经济运行分析	94
4.2 2008-2014年中国电子血糖仪产业政策环境分析	97
4.2.1 血糖仪计量标准规范分析	97
4.2.2 2005-2014年电子血糖仪相关政策法规	106
4.3 2014年中国电子血糖仪产业社会环境分析	110
4.3.1 2013年中国人口及老龄化情况	110
4.3.2 人口老龄化增加家用医疗器械需求	112
4.3.3 居民对疾病诊断、预防及健康管理需求增强	113
第五章 2013-2014年中国电子血糖仪行业发展状况	115
5.1 2013-2014年中国电子血糖仪行业发展概述	115
5.1.1 中国糖尿病患者情况	115
5.1.2 中国电子血糖仪使用情况	116
5.2 2013-2014年中国电子血糖仪行业发展状况	117
5.2.1 2013年中国电子血糖仪市场规模	117
5.2.2 2014年电子血糖仪市场价格分析	117
5.2.3 中国电子血糖仪市场结构分析	120
5.3 2013-2014年中国血糖仪市场供给情况	123

5.3.1 中国血糖仪项目扩产	123
5.3.2 中国血糖仪生产地区集中度分析	124
5.4 2013-2014年中国血糖仪需求情况	124
5.4.1 中国血糖仪需求分析	124
5.4.2 中国血糖仪消费地区集中度分析	125
5.5 2013-2014年中国血糖仪供需分析	125
5.6 2013-2014年血糖仪试纸行业发展状况	125
5.6.1 中国血糖试纸规模	125
5.6.2 血糖试纸接受价格分析	127
5.6.3 血糖试纸购买渠道分析	128
第六章 2013-2014年中国电子血糖仪消费市场分析	129
6.1 2013-2014年中国电子血糖仪市场消费分析	129
6.1.1 家用血糖仪对糖尿病患者的重要性	129
6.1.2 消费者了解血糖仪用法的渠道	129
6.1.3 大部分消费者不知道血糖仪需要校正	130
6.1.4 消费者购买的考虑因素	130
6.1.5 专家建议的购买方法	130
6.1.6 血糖仪校正的认知	132
6.1.7 使用者担心的问题	133
6.2 主要国外品牌电子血糖仪介绍	133
6.2.1 强生血糖仪	133
6.2.2 罗氏血糖仪	134
6.2.3 雅培血糖仪	135
6.2.4 日本京都（爱科来）血糖仪	135
6.2.5 欧姆龙血糖仪	136
6.2.6 拜耳血糖仪	136
6.2.7 会好血糖仪	137
6.3 主要国内品牌电子血糖仪介绍	138
6.3.1 怡成血糖仪	138
6.3.2 三诺血糖仪	138
6.3.3 新立血糖仪	139
6.4 2013-2014年国内外主要品牌血糖仪比较	140

6.4.1 2013-2014年主要国外品牌血糖仪参数	140
6.4.2 2013-2014年国内上市主要血糖仪品牌详细对比分析	142
第七章 2013-2014年中国电子血糖仪营销分析	146
7.1 2013-2014年中国血糖仪行业用户市场分析	146
7.1.1 中国血糖仪用户总体特征分析	146
7.1.2 中国血糖仪区域购买能力分析	146
7.1.3 消费者比较注重的几个问题	147
7.1.4 血糖仪购买行为分析	148
7.2 2013-2014年中国血糖仪市场销售模式分析	148
7.2.1 总代理/经销商负责模式	148
7.2.2 分公司负责模式	149
7.2.3 医药代表负责模式	150
7.3 2013-2014年中国电子血糖仪行业市场开拓分析	151
7.3.1 代理商市场开拓模式	151
7.3.2 医药代表市场开拓模式	153
7.3.3 直营连锁市场开拓新模式	153
7.4 2013-2014年中国电子血糖仪行业进货渠道分析	154
7.4.1 总代理/经销商供货方式	154
7.4.2 医药代表供货方式	156
7.5 各血糖仪生产厂商售后服务情况	156
第八章 2013-2014年中国电子血糖仪市场竞争分析	157
8.1 2013-2014年中国电子血糖仪行业竞争状况	157
8.1.1 中国电子血糖仪市场竞争格局	157
8.1.2 2013-2014年电子血糖仪行业技术竞争分析	158
8.1.3 2014年中国市场主要血糖仪品牌产品竞争力分析	159
8.2 2014年中国血糖仪行业区域竞争分析	160
8.2.1 区域集中度分析	160
8.2.2 市场集中度分析	160
8.3 2013-2014年中国电子血糖仪市场竞争中的问题	160
8.4 2014年中国血糖仪行业企业提升竞争力的策略分析	161
第九章 2013-2014中国电子血糖仪重点企业经营分析	162
9.1 强生(中国)医疗器材有限公司	162

9.1.1 企业基本情况	162
9.1.2 企业偿债能力分析	163
9.1.3 企业盈利能力分析	163
9.1.4 企业成本费用分析	165
9.2 上海罗氏制药有限公司	165
9.2.1 企业基本情况	165
9.2.2 企业偿债能力分析	166
9.2.3 企业盈利能力分析	167
9.2.4 企业成本费用分析	169
9.3 拜耳医药保健有限公司	169
9.3.1 企业基本情况	169
9.3.2 企业偿债能力分析	170
9.3.3 企业盈利能力分析	171
9.3.4 企业成本费用分析	173
9.4 上海雅培制药有限公司	173
9.4.1 企业基本情况	173
9.4.2 企业偿债能力分析	174
9.4.3 企业盈利能力分析	174
9.4.4 企业成本费用分析	176
9.5 长沙三诺生物传感技术有限公司	177
9.5.1 企业基本情况	177
9.5.2 企业偿债能力分析	177
9.5.3 企业盈利能力分析	178
9.5.4 企业成本费用分析	178
9.6 北京怡成生物电子技术有限公司	179
9.6.1 企业基本情况	179
9.6.2 企业偿债能力分析	179
9.6.3 企业盈利能力分析	180
9.6.4 企业成本费用分析	182
9.7 上海新立医疗器械有限公司	182
9.7.1 企业基本情况	182
9.7.2 企业偿债能力分析	183

9.7.3 企业盈利能力分析	183
9.7.4 企业成本费用分析	185
9.8 伟创力科技(深圳)有限公司	185
9.8.1 企业基本情况	185
9.8.2 企业偿债能力分析	186
9.8.3 企业盈利能力分析	187
9.8.4 企业成本费用分析	189
9.9 潍坊市康华生物技术有限公司	189
9.9.1 企业基本情况	189
9.9.2 企业偿债能力分析	190
9.9.3 企业盈利能力分析	190
9.9.4 企业成本费用分析	192
9.10 桂林优利特医疗电子集团有限公司	193
9.10.1 企业基本情况	193
9.10.2 企业偿债能力分析	193
9.10.3 企业盈利能力分析	194
9.10.4 企业成本费用分析	195
第十章 2015-2020年中国电子血糖仪行业发展前景预测分析	196
10.1 2015-2020年中国血糖仪行业发展趋势分析	196
10.1.1 中国电子血糖仪市场机遇分析	196
10.1.2 中国血糖仪行业技术发展方向	197
10.1.3 中国血糖仪价格走势预测	200
10.2 2015-2020年中国电子血糖仪行业投资风险	201
10.2.1 中国电子血糖仪市场抗风险能力	201
10.2.2 中国电子血糖仪市场投资风险	201
10.3 2015-2020年中国电子血糖仪行业投资策略分析	202
10.3.1 中国电子血糖仪行业投资策略	202
10.3.2 国内电子血糖仪企业销售策略	202
10.3.3 国内电子血糖仪企业品牌竞争策略	205
10.3.4 国内电子血糖仪企业竞争策略	206
图表目录：	
图表 1 2010-2030年全球糖尿病患者数量增长预测	13

图表 2 2013年全球糖尿病患者区域分布图	14
图表 3 2030年全球糖尿病患者区域分布预测图	14
图表 4 2013年全球糖尿病患者区域分布图	15
图表 5 2013年全球死亡糖尿病患者区域分布图	16
图表 6 2013年全球各地区糖尿病人均支出图	16
图表 7 Boehringer Mannheim（罗氏）公司的第二代血糖仪产品	18
图表 8 Ames（拜耳）公司的第二代血糖仪产品	18
图表 9 Lifescan（强生）公司的第二代血糖仪产品	18
图表 10 ArKury（京都）公司的第二代血糖仪产品	18
图表 11 Lifescan（强生）公司的第三代血糖仪产品	19
图表 12 Boehringer Mannheim（罗氏）公司的第三代血糖仪产品	20
图表 13 Ames（拜耳）公司的第三代血糖仪产品	20
图表 14 Medisense（雅培）公司的第四代血糖仪产品	21
图表 15 Boehringer Mannheim（罗氏）公司的第四代血糖仪产品	22
图表 16 Ames（拜耳）公司的第四代血糖仪产品	22
图表 17 Lifescan（强生）公司的第四代血糖仪产品	22
图表 18 TheraSense（斯而森）公司第五代血糖仪产品	23
图表 19 2013年中国医疗器械行业经济指标统计	31
图表 20 2013年中国医疗器械行业前5省区企业数量排名	32
图表 21 2013年中国医疗器械行业前5省区总资产排名	33
图表 22 2013年中国医疗器械行业前5省区销售规模排名	33
图表 23 2013年中国医疗器械行业前5省区利润排名	33
图表 24 2014年中国医疗器械行业经济指标统计	34
图表 25 2014年中国医疗器械行业前5省区企业数量排名	35
图表 26 2014年中国医疗器械行业前5省区总资产排名	35
图表 27 2014年中国医疗器械行业前5省区销售规模排名	36
图表 28 2014年中国医疗器械行业前5省区利润排名	36
图表 29 2008-2014年中国医疗器械企业数量统计	37
图表 30 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业数量比较	37
图表 31 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业数量比较	37
图表 32 2013年中国医疗器械细分子行业企业分布情况	37
图表 33 2013年中国医疗器械细分子行业企业分布结构图	38

图表 34 2014年中国各地区的医疗器械企业数量比较 38

图表 35 2013年中国各地区的医疗器械企业数量比较 39

图表 36 2008-2014年中国医疗器械行业从业人员统计 40

图表 37 2007-2014年中国不同规模的医疗器械行业从业人员比较 40

图表 38 2013年中国不同规模的医疗器械行业从业人员所占份额图 40

图表 39 2007-2014年中国不同性质的医疗器械行业从业人员比较 41

图表 40 2013年中国不同性质的医疗器械行业从业人员所占份额图 41

图表 41 2014年中国各地区的医疗器械行业从业人员比较 41

图表 42 2013年中国各地区的医疗器械行业从业人员比较 42

图表 43 2008-2014年中国医疗器械行业资产总额统计 43

图表 44 2008-2014年中国医疗器械行业资产总额增长趋势图 43

图表 45 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业资产总额比较 44

图表 46 2013年中国不同规模的医疗器械企业资产总额所占份额图 44

图表 47 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业资产总额比较 44

图表 48 2013年中国不同性质的医疗器械企业资产总额所占份额图 45

图表 49 2013年中国医疗器械细分子行业资产分布情况 45

图表 50 2013年中国医疗器械细分子行业资产分布结构图 45

图表 51 2014年中国各地区的医疗器械企业资产总额比较 46

图表 52 2013年中国各地区的医疗器械企业资产总额比较 46

图表 53 2008-2014年中国医疗器械行业销售收入统计 48

图表 54 2008-2014年中国医疗器械行业销售规模增长趋势图 48

图表 55 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业销售收入比较 48

图表 56 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业销售收入比较 48

图表 57 2013年中国医疗器械细分子行业规模分布情况 49

图表 58 2013年中国医疗器械细分子行业规模分布结构图 49

图表 59 2014年中国各地区的医疗器械企业销售收入比较 49

图表 60 2013年中国各地区的医疗器械企业销售收入比较 50

图表 61 2008-2014年中国医疗器械行业利润总额统计 51

图表 62 2008-2014年中国医疗器械行业利润增长趋势图 52

图表 63 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业利润比较 52

图表 64 2013年中国不同规模的医疗器械企业利润所占份额图 52

图表 65 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业利润比较 52

图表 66 2013年中国不同性质的医疗器械企业利润所占份额图 53

图表 67 2013年中国医疗器械细分子行业利润分布情况 53

图表 68 2013年中国医疗器械细分子行业利润分布结构图 53

图表 69 2014年中国各地区的医疗器械企业利润比较 54

图表 70 2013年中国各地区的医疗器械企业利润比较 54

图表 71 2008-2014年中国医疗器械行业成本费用利润率 56

图表 72 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业盈利能力比较 56

图表 73 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业盈利能力比较 56

图表 74 2013年中国医疗器械细分子行业盈利能力情况 57

图表 75 2014年中国各地区的医疗器械企业盈利能力比较 57

图表 76 2013年中国各地区的医疗器械企业盈利能力比较 58

图表 77 2008-2014年中国医疗器械行业毛利率 59

图表 78 2008-2014年中国医疗器械行业利润率 59

图表 79 2008-2014年中国医疗器械行业资产利润率 59

图表 80 2008-2014年中国医疗器械行业资产负债率 60

图表 81 2007-2014年中国不同规模的医疗器械企业偿债能力比较 61

图表 82 2007-2014年中国不同性质的医疗器械企业偿债能力比较 61

图表 83 2013年中国医疗器械细分子行业偿债能力情况 61

图表 84 2014年中国各地区的医疗器械企业偿债能力比较 61

图表 85 2013年中国各地区的医疗器械企业偿债能力比较 62

图表 86 中国便携医疗电子产品细分情况 63

图表 87 2006-2014年中国便携医疗电子市场规模统计 64

图表 88 2006-2014年中国便携医疗电子市场规模增长趋势图 64

图表 89 2014年中国主要便携医疗电子产品市场规模统计 64

图表 90 2014年中国便携医疗电子市场产品结构图 65

图表 91 2014年中国家用便携医疗电子产品市场规模统计 65

图表 92 2014年中国家用便携医疗电子市场产品结构图 66

图表 93 2014年中国医用便携医疗电子产品市场规模统计 66

图表 94 2014年中国医用便携医疗电子市场产品结构图 67

图表 95 2014年中国便携医疗电子市场主力厂商销售额 68

图表 96 2010-2011年中国便携医疗电子市场规模预测 69

图表 97 2006-2011年中国便携医疗电子市场规模增长预测趋势图 69

图表 98 中国便携式医疗设备发展趋势 70

图表 99 糖尿病的分类 73

图表 100 糖尿病常见并发症 73

图表 101 智能血糖仪平面图 84

图表 102 智能血糖仪不同监测模式示意图 85

图表 103 智能血糖仪血糖监测示意图 85

图表 104 智能血糖仪检测结果 86

图表 105 2005-2014年中国国内生产总值增长趋势图 90

图表 106 2005-2014年中国居民消费价格涨跌幅度 91

图表 107 2013年中国居民消费价格比上年涨跌幅度 91

图表 108 2005-2014年中国农村居民人均纯收入情况 93

图表 109 2005-2014年中国城镇居民人均纯收入情况 93

图表 110 2014年1-12月社会消费品零售额及增长情况统计 96

图表 111 血糖仪和血糖试条测量重复性 98

图表 112 准确度要求 98

图表 113 重复性试验用血糖浓度范围 100

图表 114 系统准确度试验用血糖样品要求 101

图表 115 2013年中国人口数及其构成情况 111

图表 116 2006-2014年中国老年人口数量及比例情况 111

图表 117 2008-2014年中国人口老龄化趋势图 112

图表 118 2008-2014年城镇居民人均医疗保健支出及增长 113

图表 119 2008-2014年农村居民人均医疗保健支出及增长 114

图表 120 2008-2014年中国家用便携血糖仪市场规模统计 117

图表 121 2014年强生血糖仪及试纸报价 117

图表 122 2014年罗氏血糖仪及试纸报价 118

图表 123 2014年雅培血糖仪及试纸报价 118

图表 124 2014年日本京都血糖仪及试纸报价 118

图表 125 2014年欧姆龙血糖仪及试纸报价 119

图表 126 2014年拜耳血糖仪及试纸报价 119

图表 127 2014年会好血糖仪及试纸报价 119

图表 128 2014年怡成血糖仪及试纸报价 119

图表 129 2014年三诺血糖仪及试纸报价 120

图表 130 2013年中国注册医疗机构构成比例图 126

图表 131 2013年中国医院按等级分构成比例图 126

图表 132 2013年中国各级医疗机构对血糖试纸需求量估测表 127

图表 133 中国消费者血糖试纸价格接受程度构成 128

图表 134 中国消费者血糖试纸购买渠道 128

图表 135 金鹊牌血糖仪I型、II型参数对比表 140

图表 136 强生血糖仪参数情况 140

图表 137 罗氏血糖仪参数情况 141

图表 138 雅培血糖仪参数情况 141

图表 139 京都血糖仪参数情况 141

图表 140 拜耳血糖仪参数情况 142

图表 141 国内上市主要血糖仪品牌详细对比分析表1 142

图表 142 国内上市血糖仪详细对比分析表2 143

图表 143 国内上市血糖仪详细对比分析表3 144

图表 144 中国电子血糖仪市场竞争格局图 157

图表 145 中国电子血糖仪市场主要厂商市场占有率 158

图表 146 中国市场不同品牌血糖仪优缺点对比表 159

图表 147 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司资产负债统计 163

图表 148 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司资产负债率统计 163

图表 149 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司收入及利润统计 163

图表 150 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司收入增长趋势图 163

图表 151 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司利润增长趋势图 164

图表 152 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司毛利率 164

图表 153 2006-2014年强生(中国)医疗器材有限公司销售利润率 164

图表 154 2014年强生(中国)医疗器材有限公司成本费用统计 165

图表 155 2014年强生(中国)医疗器材有限公司成本费用结构图 165

图表 156 2001-2014年上海罗氏制药有限公司资产负债统计 166

图表 157 2001-2014年上海罗氏制药有限公司资产负债率统计 167

图表 158 2001-2013年上海罗氏制药有限公司收入及利润统计 167

图表 159 2001-2013年上海罗氏制药有限公司收入增长趋势图 168

图表 160 2001-2013年上海罗氏制药有限公司利润增长趋势图 168

图表 161 2006-2014年上海罗氏制药有限公司毛利率 169

图表 162 2006-2014年上海罗氏制药有限公司销售利润率 169

图表 163 2014年上海罗氏制药有限公司成本费用统计 169

图表 164 2001-2014年拜耳医药保健有限公司资产负债统计 170

图表 165 2001-2014年拜耳医药保健有限公司资产负债率统计 171

图表 166 2001-2013年拜耳医药保健有限公司收入及利润统计 171

图表 167 2001-2013年拜耳医药保健有限公司收入增长趋势图 171

图表 168 2001-2013年拜耳医药保健有限公司利润增长趋势图 172

图表 169 2006-2014年拜耳医药保健有限公司毛利率 172

图表 170 2006-2014年拜耳医药保健有限公司销售利润率 172

图表 171 2014年拜耳医药保健有限公司成本费用统计 173

图表 172 2014年拜耳医药保健有限公司成本费用结构图 173

图表 173 2001-2014年上海雅培制药有限公司资产负债统计 174

图表 174 2001-2014年上海雅培制药有限公司资产负债率统计 174

图表 175 2001-2013年上海雅培制药有限公司收入及利润统计 174

图表 176 2001-2013年上海雅培制药有限公司收入增长趋势图 175

图表 177 2001-2013年上海雅培制药有限公司利润增长趋势图 175

图表 178 2006-2014年上海雅培制药有限公司毛利率 176

图表 179 2006-2014年上海雅培制药有限公司销售利润率 176

图表 180 2014年上海雅培制药有限公司成本费用统计 176

图表 181 2014年上海雅培制药有限公司成本费用结构图 176

图表 182 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司资产负债统计 177

图表 183 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司资产负债率统计 177

图表 184 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司收入及利润统计 178

图表 185 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司毛利率 178

图表 186 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司销售利润率 178

图表 187 2014年长沙三诺生物传感技术有限公司成本费用统计 178

图表 188 2001-2014年北京怡成生物电子技术有限公司资产负债统计 179

图表 189 2001-2014年北京怡成生物电子技术有限公司资产负债率统计 180

图表 190 2001-2013年北京怡成生物电子技术有限公司收入及利润统计 180

图表 191 2001-2013年北京怡成生物电子技术有限公司收入增长趋势图 181

图表 192 2001-2013年北京怡成生物电子技术有限公司利润增长趋势图 181

图表 193 2006-2014年北京怡成生物电子技术有限公司毛利率 182

图表 194 2006-2014年北京怡成生物电子技术有限公司销售利润率 182

图表 195 2014年北京怡成生物电子技术有限公司成本费用统计 182

图表 196 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司资产负债统计 183

图表 197 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司资产负债率统计 183

图表 198 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司收入及利润统计 184

图表 199 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司收入增长趋势图 184

图表 200 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司利润增长趋势图 184

图表 201 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司毛利率 185

图表 202 2007-2014年上海新立医疗器械有限公司销售利润率 185

图表 203 2014年上海新立医疗器械有限公司成本费用统计 185

图表 204 2001-2014年伟创力科技(深圳)有限公司资产负债统计 186

图表 205 2001-2014年伟创力科技(深圳)有限公司资产负债率统计 186

图表 206 2001-2013年伟创力科技(深圳)有限公司收入及利润统计 187

图表 207 2001-2013年伟创力科技(深圳)有限公司收入增长趋势图 188

图表 208 2001-2013年伟创力科技(深圳)有限公司利润增长趋势图 188

图表 209 2006-2014年伟创力科技(深圳)有限公司毛利率 188

图表 210 2006-2014年伟创力科技(深圳)有限公司销售利润率 188

图表 211 2014年伟创力科技(深圳)有限公司成本费用统计 189

图表 212 2004-2014年潍坊市康华生物技术有限公司资产负债统计 190

图表 213 2004-2014年潍坊市康华生物技术有限公司资产负债率统计 190

图表 214 2008-2014年潍坊市康华生物技术有限公司收入及利润统计 190

图表 215 2008-2014年潍坊市康华生物技术有限公司收入增长趋势图 191

图表 216 2008-2014年潍坊市康华生物技术有限公司利润增长趋势图 191

图表 217 2006-2014年潍坊市康华生物技术有限公司毛利率 191

图表 218 2006-2014年潍坊市康华生物技术有限公司销售利润率 192

图表 219 2014年潍坊市康华生物技术有限公司成本费用统计 192

图表 220 2014年潍坊市康华生物技术有限公司成本费用结构图 192

图表 221 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司资产负债统计 193

图表 222 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司资产负债率统计 193

图表 223 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司收入及利润统计 194

图表 224 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司收入增长趋势图 194

图表 225 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司利润增长趋势图 194

图表 226 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司毛利率 195

图表 227 2006-2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司销售利润率 195

图表 228 2014年桂林优利特医疗电子集团有限公司成本费用统计 195

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253895.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。