



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国骨科器材市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国骨科器材市场发展现状及战略咨询报告》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/268276.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

报告目录：

第1章：中国医疗器械行业发展综述

1.1 行业研究背景及研究方法

1.1.1 行业研究背景及研究意义

1.1.2 行业研究方法概述

1.1.3 行业数据来源

1.2 医疗器械行业定义

1.2.1 行业定义及研究范围界定

1.2.2 行业在医药工业中的地位

1.2.3 行业在国民经济中的地位

1.3 行业产品定义及分类

1.3.1 医疗器械行业产品定义

1.3.2 医疗器械行业产品分类

1.4 医疗器械行业产业链分析

1.4.1 医疗器械行业产业链分析

1.4.2 医疗器械下游需求产业分析

（1）医疗服务行业运营状况分析

（2）医疗器械流通行业运营状况分析

1.4.3 医疗器械行业上游供应分析

（1）塑料市场运营状况分析

（2）橡胶市场运营状况分析

（3）钢铁行业运营状况分析

（4）电子元器件行业运营状况分析

（5）紧固件市场运营状况分析

第2章：中国医疗器械行业发展现状

2.1 中国医疗器械行业发展状况分析

2.1.1 中国医疗器械行业发展总体概况

2.1.2 中国医疗器械行业发展主要特点

2.1.3 中国医疗器械行业规模分析

（1）资产规模变化分析

（2）利润变化分析

2.2 中国医疗器械行业供给分析及预测

2.2.1 医疗器械行业供给总量

2.2.2 医疗器械行业供给结构变化

2.2.3 医疗器械行业供给预测

2.3 中国医疗器械行业需求分析及预测

2.3.1 医疗器械行业需求总量

2.3.2 医疗器械行业需求结构变化

2.3.3 医疗器械行业需求预测

2.4 中国医疗器械行业供需平衡分析及预测

2.4.1 医疗器械行业供求平衡情况

2.4.2 医疗器械行业供求平衡预测

2.5 中国医疗器械行业财务状况分析

2.5.1 医疗器械行业经营效益分析

2.5.2 医疗器械行业盈利能力分析

2.5.3 医疗器械行业运营能力分析

2.5.4 医疗器械行业偿债能力分析

2.5.5 医疗器械行业发展能力分析

2.6 2014年医疗器械行业运营状况分析

2.6.1 2014年行业产业规模分析

2.6.2 2014年行业资本/劳动密集度分析

2.6.3 2014年行业产销分析

2.6.4 2014年行业成本费用结构分析

2.6.5 2014年行业盈亏分析

2.7 中国医疗器械行业进出口分析

2.7.1 中国医疗器械行业进口情况

（1）行业进口规模统计

（2）行业进口区域分布

（3）行业进口企业分布

（4）行业进口省市分布

2.7.2 中国医疗器械行业出口情况

（1）行业出口规模统计

(2) 行业出口区域分布

(3) 行业出口企业分布

(4) 行业出口省市分布

2.7.3 医疗器械行业出口创新基地分析

2.7.4 医疗器械行业进出口市场前景分析

(1) 行业进口前景

(2) 行业出口前景

第3章：中国骨科器材市场竞争格局与发展前景分析

3.1 骨科器材应用概况

3.2 骨科器材市场规模

3.3 骨科器材市场竞争格局

3.4 骨科器材主要产品分析

3.4.1 人工关节 市场分析

3.4.2 脊柱市场分析

3.4.3 创伤市场分析

3.5 骨科器材市场发展前景

图表目录：

图表1：医疗仪器设备及器械制造行业分类及代码

图表2：2007-2014年医疗器械行业工业总产值占医药工业总产值的比重走势图（单位：亿元，%）

图表3：2007-2014年医疗器械行业工业总产值及其占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表4：医疗器械分类目录

图表5：医疗器械行业产品分类（1）

图表6：医疗器械行业产品分类（2）

图表7：医疗器械行业产品分类（3）

图表8：医疗器械行业产业链

图表9：2003-2014年中国医疗卫生机构数量变化情况（单位：万个，%）

图表10：2003-2014年全国医疗卫生机构卫生技术人员数量变化情况（单位：万人，%）

图表11：2003-2014年中国医疗卫生机构床位数变化情况（单位：万张，%）

图表12：2005-2014年中国医疗机构门诊量及增长速度（单位：亿人次，%）

图表13：2005-2014年中国医疗机构住院量及增长速度（单位：万人，%）

图表14：医疗器械流通渠道示意图

图表15：2014年我国塑料制品出口数量和出口价格统计情况（单位：吨，美元/吨）

图表16：我国橡胶制品消费结构（单位：%）

图表17：2009-2014年中国主要钢铁产品产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表18：钢铁行业国家主要相关政策

图表19：2013-2014年中国电子元件产量累计增速（单位：%）

图表20：2013-2014年中国电子元器件行业主要产品累计产量增速（单位：%）

图表21：中国主要电子元器件生产厂商优势

图表22：2008-2014年中国电子元器件季度价格指数

图表23：2013-2014年紧固件行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表24：2004-2014年我国医疗器械及医药工业产值同比增长情况（单位：亿元，%）

图表25：我国医疗器械市场各类产品市场份额（单位：%）

图表26：我国医疗器械市场各品牌竞争格局

图表27：2004-2014年中国医疗器械行业主要经济指标统计（单位：家，人，亿元，%）

图表28：2004-2014年中国医疗器械行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表29：2004-2014年中国医疗器械行业利润总额变化情况（单位：亿元，%）

图表30：2004-2014年中国医疗器械行业利润总额变化趋势图（单位：亿元，%）

图表31：2004-2014年中国医疗器械行业工业总产值变化情况（单位：亿元，%）

图表32：2004-2014年中国医疗器械行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）

图表33：2005-2014年中国医疗器械各子行业工业总产值比重变化情况（单位：%）

图表34：2014年中国医疗器械各子行业工业总产值比重图（单位：%）

图表35：2013-2015年中国医疗器械工业总产值预测（单位：亿元）

图表36：2013-2015年中国医疗器械各子行业工业总产值比重预测（单位：%）

图表37：2004-2014年中国医疗器械行业销售收入变化趋势图（单位：亿元，%）

图表38：2005-2014年中国医疗器械各子行业销售收入比重变化情况（单位：%）

图表39：2014年中国医疗器械各子行业销售收入比重图（单位：%）

图表40：2013-2015年中国医疗器械行业销售收入预测（单位：亿元）

图表41：2006-2014年医疗器械行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表42：2004-2014年医疗器械行业库存产成品变化情况（单位：亿元，%）

图表43：2013-2014年医疗器械行业经营效益分析（单位：家，万人，亿元，%）

图表44：2009-2014年中国医疗器械行业盈利能力分析（单位：%）

图表45：2009-2014年中国医疗器械行业运营能力分析（单位：次）

图表46：2009-2014年中国医疗器械行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表47：2009-2014年中国医疗器械行业发展能力分析（单位：%）

图表48：2014年医疗器械行业产业规模分析（单位：家，万人，亿元）

图表49：2014年医疗器械行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：家，人，万元）

图表50：2014年医疗器械行业产业规模分析（按地区划分）（单位：家，人，万元）

图表51：2014年医疗器械行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位）

图表52：2014年医疗器械行业资本/劳动密集度分析（按经济类型划分）（单位：万元/人，万元/单位）

图表53：2014年医疗器械行业资本/劳动密集度分析（重点地区划分）（单位：万元/人，万元/单位）

图表54：2014年医疗器械行业产销情况（单位：亿元，%）

图表55：2014年医疗器械行业产销情况（按经济类型划分）（单位：万元，%）

图表56：2014年医疗器械行业产销情况（按重点地区划分）（单位：万元，%）

图表57：2014年医疗器械行业成本费用情况（单位：亿元）

图表58：2014年医疗器械行业成本费用结构情况（单位：%）

图表59：2014年医疗器械行业成本费用情况（按经济类型划分）（单位：万元）

图表60：2014年医疗器械行业成本费用情况（按重点地区划分）（单位：万元）

图表61：2014年医疗器械行业盈亏情况（单位：亿元，%）

图表62：2014年医疗器械行业盈亏情况（按经济类型划分）（单位：万元，%）

图表63：2014年医疗器械行业盈亏情况（按重点地区划分）（单位：万元，%）

图表64：2014年中国医疗器械进口分类情况（单位：亿美元，%）

图表65：2014年中国医疗器械进口国别集中度分析（单位：亿美元，%）

图表66：2014年中国医疗器械进口企业集中度分析（单位：家，亿美元，%）

图表67：2014年中国医疗器械进口省市集中度分析（单位：%）

图表68：2014年中国医疗器械出口分类情况（单位：亿美元，%）

图表69：2014年中国医疗器械具体产品出口情况（单位：亿美元，%）

图表70：2014年中国医疗器械出口区域分布（单位：亿美元，%）

图表71：2014年中国医疗器械出口企业分布（单位：家，亿美元，%）

图表72：2014年中国医疗器械出口企业前二十强名单

图表73：2014年中国医疗器械出口企业前二十强（分产品统计）

图表74：2014年中国医疗器械出口省市集中度分析（单位：%）

图表75：2014年中国医疗器械出口基地集中度分析（单位：万美元，%）

图表76：全球骨科器材市场结构（单位：%）

图表77：2009年中国骨科器材市场结构（单位：%）

图表78：2006-2015年中国骨科植入医疗器械市场需求规模及预测（单位：亿元，%）

图表79：2006-2014年中国进口和国产骨科器材市场份额（单位：%）

图表80：国内最大3家骨科器材公司的市场份额变化（单位：%）

图表81：全球人工关节 市场地区分布（单位：%）

图表82：2014年脊椎器械企业市场结构（单位：%）

图表83：2014年创伤器械企业市场结构（单位：%）

图表84：2006-2015年中国骨科器材细分市场规模增长及预测（单位：亿元）

图表85："十三五"期间中国骨科植入器械市场规模预测（单位：亿元）

图表86：部分省市的骨科植入医疗器械医保覆盖额度（单位：% ，元）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/268276.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。