



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国医用内窥镜市 场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国医用内窥镜市场分析及投资策略研究报告》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/283863.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

内窥镜是一种常用的医疗器械.由可弯曲部分、光源及一组镜头组成。经人体的天然孔道，或者是经手术做的小切口进入人体内。使用时将内窥镜导入预检查的器官，可直接窥视有关部位的变化。图像质量的好坏直接影响着内窥镜的使用效果，也标志着内窥镜技术的发展水平。最早的内窥镜被应用于直肠检查。医生在病人的肛门内插入一根硬管，借助于蜡烛的光亮，观察直肠的病变。这种方法所能获得的诊断资料有限，病人不但很痛苦，而且由于器械很硬，造成穿孔的危险很大。尽管有这些缺点，内窥镜检查一直在继续应用与发展，并逐渐设计出很多不同用途与不同类型的器械。

内窥镜，经人体的天然孔道，或者是经手术做的小切口进入人体内。内窥镜是一种常用的医疗器械。由可弯曲部分、光源及一组镜头组成。使用时将内窥镜导入预检查的器官，可直接窥视有关部位的变化。图像质量的好坏直接影响着内窥镜的使用效果，也标志着内窥镜技术的发展水平。

世界上第一个内窥镜是1853年法国医生德索米奥创制的。内窥镜是一种常用的医疗器械。由头端、弯曲部、插入部、操作部、导光部组成。使用时先将内窥镜导光部接到配套的冷光源上，然后将插入部导入预检查的器官，控制操作部可直接窥视有关部位的病变。

最早的内窥镜被应用于直肠检查。医生在病人的肛门内插入一根硬管，借助于蜡烛的光亮，观察直肠的病变。这种方法所能获得的诊断资料有限，病人不但很痛苦，而且由于器械很硬，造成穿孔的危险很大。尽管有这些缺点，内窥镜检查一直在继续应用与发展，并逐渐设计出很多不同用途与不同类型的器械。

1855年，西班牙人卡赫萨发明了喉镜。德国人海曼·冯·海莫兹于1861年发明了眼底镜。

1878年，爱迪生发明了灯泡，特别是出现微型灯泡后，使内窥镜有了很大发展，临时安排的手术内窥也可达到非常精确的程度。

1878年德国泌尿科专家姆·尼兹创造了膀胱镜，用它可以检查膀胱内的某些病变。

1897年，德国人哥·基利安设想支气管镜。

1862年，德国人斯莫尔创造了食道镜。

1903年，美国人凯利创制了直肠镜，但是到1930年后才开始普遍使用。

1913年，瑞典人雅各布斯改革了胸膜镜检查法。

1922年，美国人欣德勒创立了胃镜检查法。

1928年，德国人卡尔克创立了腹腔镜检查法。

1936年，美国人斯卡夫进行了脑室镜检试验，直到1962年，才由德国人古奥和弗累斯梯尔创

立了脑室镜检法。从此形成一整套镜检法系列。

1963年，日本开始生产纤维内窥镜，

1964年研制成功纤维内窥镜的活检装置，这种取活检的特别活检钳能够有合适的病理取材而且危险小。

1965年，纤维结肠镜制成，扩大了对于下消化道疾病的检查范围。

1967年开始研究放大纤维内窥镜以观察微细病变。光纤内窥镜还可以用来做体内化验，如测量体内温度、压力、移位、光谱吸收以及其他数据。

1973年，激光技术应用于内窥镜的治疗上，并逐渐成为经内窥镜治疗有消化道出血的手段之一。

1981年，内窥镜超声波技术研制成功，这种把先进的超声波技术与内窥镜结合在一起的新发展，大大增加了对病变诊断的准确性。

我国开展内窥镜检查及微创治疗的时间较晚，但普及速度非常快，医用内窥镜市场规模增长迅速。根据中国医疗器械协会统计，2011年中国内窥镜市场规模已达67亿元，2006至2011年复合增长率高达25.7%。预计2015年中国内窥镜市场将达156亿元。2006-2011中国医用内窥镜市场规模（亿元）

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。

报告目录：第一章 医用内窥镜行业的基本介绍 15 1.1 行业界定 15 1.1.1 行业定义 15 1.1.2 范围界定 15 1.2 行业在国民经济中的地位 15 1.2.1 行业政策定位 15 1.2.2 对国民经济贡献度 16 1.2.3 对相关行业影响程度 17 第二章 中国医用内窥镜行业竞争环境分析 19 2.1 政策环境分析 19 2.1.1 行业重点政策分析 19 2.1.2 行业发展规划分析 19 2.1.3 政策发展趋势分析 20 2.2 经济环境分析 20 2.2.1 中国经济运行现状 20 2.2.2 中国国民收入情况 24 2.2.3 中国经济发展趋势 25 2.3 社会环境分析 28 2.3.2 中国工业发展水平 28 2.3.3 中国进出口规模现状 34 目前，我国医用内窥镜已摆脱单纯依赖进口的局面，国产内窥镜也实现了出口，并保持高速增长势头。2014年，中国内窥镜出口量达4,526万美元，近5年年均复合增长率7达23%。出口市场相对国内市场对产品的选择上更加理性，对高端品牌的粘性相对不强，中国出口的技术质量过硬、性价比高的产品受到国际市场欢迎。2009-2014年中国医用内窥镜出口金额（万美元） 2.3.1 居民收入消费水平 35 2.4 技术环境分析 37 2.4.1 行业技术术语解释 37 2.4.2 行业技术发展趋势 38 第三章 世界医用内窥镜产业竞争格局及经验借鉴 39 3.1 国际医用内窥镜产业的发展 39 3.1.1 世界医用内窥镜产业发展综述 39 3.1.2 全球医用内窥镜产业竞争格局 39 3.1.3 全球医用内窥镜产业发展特点 40 3.2 主要国家地区医用内窥镜产业发展分析 40 3.2.1 欧洲 40 3.2.2 亚洲 41 3.2.3 美国 42 3.2.4 巴西 42 3.3

2017-2022年世界医用内窥镜产业竞争趋势及前景分析 43 3.3.1 医用内窥镜技术发展及趋势分析 43 3.3.2 医用内窥镜产业发展趋势分析 44 3.3.3 医用内窥镜产业竞争趋势分析 44 第四章 中国医用内窥镜市场发展现状综合分析 47 4.1 中国医用内窥镜市场销售情况分析 47 4.1.1 经营现状分析 47 4.1.2 主要经营区域分析 47 4.2 行业产值分析及预测 48 4.2.1 市场产值现状 48 4.2.2 未来产值趋势预测 49 4.3 需求分析及预测 50 4.3.1 需求规模分析 50 4.3.2 需求结构变化分析 50 4.3.3 2017-2022年需求预测 51 4.4 市场分析及预测 52 4.4.1 供需平衡分析及预测 52 4.4.2 价格变化分析及预测 53 4.5 医用内窥镜市场发展驱动因素分析 53 4.5.1 产品优势 53 4.5.2 政策扶持 54 第五章 中国医用内窥镜行业经营状况分析 56 5.1 行业经营效益分析 56 5.2 行业盈利能力分析 56 5.3 行业营运能力分析 57 5.4 行业偿债能力分析 58 第六章 中国医用内窥镜行业分区域竞争格局分析 59 6.1 华东地区医用内窥镜行业竞争分析 59 6.1.1 行业总体现状 59 6.1.2 企业竞争格局 59 6.1.3 产业区域发展前景 60 6.2 华北地区医用内窥镜行业竞争分析 61 6.2.1 行业总体现状 61 6.2.2 企业竞争格局 61 6.2.3 产业区域发展前景 62 6.3 华中地区医用内窥镜行业竞争分析 63 6.3.1 行业总体现状 63 6.3.2 企业竞争格局 63 6.3.3 产业区域发展前景 64 6.4 华南地区医用内窥镜行业竞争分析 65 6.4.1 行业总体现状 65 6.4.2 企业竞争格局 65 6.4.3 产业区域发展前景 66 6.5 东北地区医用内窥镜行业竞争分析 67 6.5.1 行业总体现状 67 6.5.2 企业竞争格局 67 6.5.3 产业区域发展前景 68 第七章 中国医用内窥镜市场品牌构成 69 7.1 国外主要企业品牌分析 69 7.1.1 品牌数量及所占份额 69 7.1.2 主要品牌在华发展历程及经验分析 69 7.2 国内主要品牌分析 70 7.2.1 品牌数量及所占份额 70 7.2.2 主要品牌在华发展历程及经验分析 70 第八章 医用内窥镜行业市场竞争格局分析 72 8.1 医用内窥镜行业企业竞争整体状况 72 8.2 医用内窥镜行业企业竞争特点分析 72 8.3 企业构成及区域分布分析 73 8.3.1 企业数量规模 73 8.3.2 企业区域分布构成分析 74 8.4 医用内窥镜行业市场集中度分析 74 8.5 医用内窥镜行业企业兼并重组情况分析 75 第九章 医用内窥镜行业竞争结构分析 76 9.1 国际市场竞争格局 76 9.2 中国市场竞争结构 76 9.2.1 行业内现有企业的竞争 76 9.2.2 新进入者的威胁 77 9.2.3 替代品的威胁 78 9.2.4 供应商的讨价还价能力 80 9.2.5 购买者的讨价还价能力 81 第十章 医用内窥镜企业营销调查 83 10.1 行业重点企业营销模式调查 83 10.1.1 直销式 83 10.1.2 区域总经销商式 83 10.1.3 区域多家经销商式 83 10.2 行业重点企业销售渠道调查 84 10.2.1 企业产品销售渠道架构及规模 84 10.2.2 各营销渠道销售份额对比 84 10.2.3 营销渠道建设规划 85 10.3 行业重点企业下游典型客户调查 87 10.3.1 客户分类特点 87 10.3.2 客户分类规模 87 10.3.3 客户需求特点 87 10.4 行业重点企业产品营销渠道调查 88 第十一章 医用内窥镜企业综合评价 89 11.1 企业综合竞争力评价 89 11.2 企业价值评估 90 11.3 企业存在问题分析 90 11.4 与企业相关的投资机会 90 11.4.1 合作交流机会 90 11.4.2 并购机会 91 11.5 行业企业排名 91 第十二章 国内医用内窥镜业标杆企业竞争力分析 92 12.1 标杆企业整体对比分析 92 12.1.1 主营业务对比分析 92 12.1.2 经营状况对比分析 93

12.1.3 竞争优势对比分析 93 12.1.4 发展前景对比分析 94 12.2、上海欧太医疗器械有限公司 94
12.2.1 企业发展概况 94 12.2.2 经营效益分析 94 12.2.3 业务经营分析 97 12.2.4 未来前景展望 97
12.3、北京修瑞科技有限公司 97 12.3.1 企业发展概况 97 12.3.2 经营效益分析 98 12.3.3 业务经营分析 100 12.3.4 未来前景展望 100 12.4、广州志恒医疗器械服务有限公司 101 12.4.1 企业发展概况 101 12.4.2 经营效益分析 101 12.4.3 业务经营分析 103 12.4.4 未来前景展望 106 12.5、广州市川宏电子有限公司 106 12.5.1 企业发展概况 106 12.5.2 经营效益分析 106 12.5.3 业务经营分析 109 12.5.4 未来前景展望 109 12.6、广州市达康医疗器械有限公司 109 12.6.1 企业发展概况 109 12.6.2 经营效益分析 110 12.6.3 业务经营分析 112 12.6.4 未来前景展望 113 第十三章
2017-2022年中国医用内窥镜企业产销模式渠道竞争力提升对策 114 13.1 医用内窥镜行业企业经营发展分析及建议 114 13.2 行业主要销售渠道与策略 116 13.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题 116 13.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略 118 13.3 医用内窥镜行业营销模式分析及建议 119 13.3.1 医用内窥镜行业营销模式 119 13.3.2 医用内窥镜行业营销策略 120 13.4 中国医用内窥镜市场销售品牌研究 121 13.4.1 区域热卖品牌 121 13.4.2 龙头企业动态 121 13.5 中国医用内窥镜市场标杆企业销售模式分析 122 13.5.1 国外品牌企业 122 13.5.2 国内龙头企业 122
13.6 影响中国医用内窥镜目标市场策略因素分析 123 13.6.1 企业的资源特点 123 13.6.2 产品及市场特点 123 13.6.3 竞争者策略选择 124 13.7 中国医用内窥镜目标市场营销策略 124 13.7.1 无差别性市场营销策略 124 13.7.2 差别性市场营销策略 125 13.7.3 集中性市场营销策略 127 (AK HT) 图表目录：图表 1 国内生产总值(GDP)数据一览表 21 图表 2 固定资产投资（不含农户）同比增速 23 图表 3 社会消费品零售总额累计同比增速与M1同比增速 25 图表 4 CPI环比趋势变化 26 图表 5 居民消费价格指数(CPI)数据一览表 36 图表 6 2012-2016年9月欧洲医用内窥镜行业市场规模分析 40 图表 7 2012-2016年9月亚洲医用内窥镜行业市场规模分析 41 图表 8 2012-2016年9月美国医用内窥镜行业市场规模分析 42 图表 9 2012-2016年9月巴西医用内窥镜行业市场规模分析 42 图表 10 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业销售规模分析 47 图表 11 2016年1-9月中国医用内窥镜行业销售区域集中度分析 47 图表 12 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业市场产值分析 48 图表 13 2017-2022年中国医用内窥镜行业市场产值预测 49 图表 14 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业需求规模分析 50 图表 15 2016年1-9月中国医用内窥镜行业需求集中度分析 50 图表 16 2017-2022年中国医用内窥镜行业需求规模预测 51 图表 17 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业供需分析 52 图表 18 2017-2022年中国医用内窥镜行业供需预测 52 图表 19 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业净资产增长率分析 56 图表 20 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业成本费用利润率分析 56 图表 21 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业总资产周转率分析 57 图表 22 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业资产负债率分析 58 图表 23 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业华东地区成本费用利润率分析 59 图表 24 2012-2016年9

月中国医用内窥镜行业华东地区总资产周转率分析 59 图表 25 2017-2022年中国医用内窥镜行业华东地区成本费用利润率预测 60 图表 26 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业华北地区成本费用利润率分析 61 图表 27 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业华北地区总资产周转率分析 61 图表 28 2017-2022年中国医用内窥镜行业华北地区成本费用利润率预测 62 图表 29 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业华中地区成本费用利润率分析 63 图表 30 2012-2016年9月中国医用内窥镜行业华中地区总资产周转率分析 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283863.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。