



艾凯咨询
ICAN Consulting

2020-2025年中国家用医疗器械 行业市场专项调研及投资前景分 析报告

一、调研说明

《2020-2025年中国家用医疗器械行业市场专项调研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/356516.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

家用医疗器械，顾名思义，就是主要适于家庭使用的医疗器械，它区别于医院使用的医疗器械，操作简单、体积小、携带方便是其主要特征。早在很多年前，许多家庭就备有各种简单的医疗器械，如体温计、听诊器、血压计、大小便护理仪等。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 世界家用医疗器械行业整体运营状况分析

第一节 全球医疗器械行业发展综述

一、全球医疗器械市场需求巨大

二、全球医疗器械市场规模分析

三、全球医疗器械市场格局分析

四、国际医疗器械监管现状分析

第二节 世界医疗器械行业市场发展格局

一、欧盟医疗器械发布指令新协调标准

二、全球家用医疗设备市场规模

三、半导体厂商积极投入家用医疗电子领域

四、医疗器械行业国际市场竞争格局

五、医疗器械行业掀起并购热潮

六、国外医疗器械技术设备新进展

七、美国医疗器械行业危机四伏

第三节 世界家用医疗器械市场动态分析

一、全球医疗电子火速升温

二、医疗用半导体市场需求分析

三、全球家用医疗电子驱动因素分析

第四节 世界主要国家医疗器械运行分析

一、美国纳米医疗器械日渐兴起

二、日本医疗器材市场发展分析

三、东盟医疗器械市场空间广阔

四、俄罗斯医疗器械市场发展现状

五、印度成国际医疗器械业后起之秀

六、巴西医疗器械市场发展现状

第五节 2020-2025年世界医疗器械行业发展趋势分析

第二章 中国家用医疗器械市场运行环境解析

第一节 中国宏观经济运行环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家用医疗器械市场政策环境分析

一、新医改政策要点解析

二、医疗器械规划解析

第三节 中国家用医疗器械市场技术环境分析

一、新产品和新技术的应用

二、科技发展重点

三、模块化技术

四、整机技术

五、信息化技术

六、期间重点发展的关键技术

第四节 中国家用医疗器械市场社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、中国人口老龄化进程加剧

三、人口学特征与疾病谱变化

四、中国城镇化率及进程分析

五、居民自我保健意识的加强

六、许多症状较轻微的疾病早期分析、预防与治疗

第三章 中国家用医疗器械市场监管

第一节 中国医疗器械行业的政策与监管

一、中国医疗器械产业监管概况

- 二、中国大型医械采购政策改变
- 三、医疗器械标准研究制定管理取得新进展
- 四、中国医疗器械行业新标准及其特点

第二节 翻新再用医疗器械的市场监管

- 一、市场呼唤有序监管
- 二、安全成为关注焦点
- 三、产品质量需法规把关
- 四、翻新再用医疗器械的相关趋势

第三节 各类医疗器械企业和产品的监管情况分析

- 一、医疗器械生产企业质量管理中存在的问题及对策分析
- 二、医疗器械经营企业管理中存在的问题及监管对策
- 三、医疗器械软件监管状况及对策分析

第四章 中国医疗器械产业运营新形势透析

第一节 中国医疗器械产业发展概况

- 一、中国医疗器械产业发展演进
- 二、中国医疗器械研发领域进展
- 三、中国医疗器械行业集中度分析
- 四、中国医疗器械产业发展之路
- 五、中国医疗器械行业逐渐融入全球产业链

第二节 中国医疗器械市场现状分析

- 一、中国医疗器械市场特点分析
- 二、中国医疗器械市场增长影响因素
- 三、中国医疗器械农村市场需求分析
- 四、中国高端医疗器械市场需求强劲
- 五、中国医疗器械生产企业现状分析

第三节 中国医疗器械行业进出口状况

- 一、中国医疗器械贸易概况
 - (一) 医疗器械进口分析
 - (二) 医疗器械出口分析
- 二、中国医疗器械东盟出口市场分析
- 三、医疗器械出口竞争力影响因素
- 四、中国医疗器械进出口形势

（一）医疗器械进口分析

（二）医疗器械出口分析

第四节 医疗器械行业发展中存在的问题

一、医疗器械产业规模结构分散

二、医疗器械制造业产品结构重复

三、医疗器械制造业技术结构落后

四、医疗器械制造业生产结构失衡

第五节 促进中国医疗器械产业发展

一、欧美医疗器械管理机制对中国的启示

二、培育龙头企业形成医疗器械产业集群

三、中国医疗器械产业提升技术优势策略

四、中国医疗器械产业的国际化发展建议

第五章 中国家用医疗器械行业市场运行态势剖析

第一节 中国家用医疗器械行业发展动态分析

一、鱼跃获中国家用医疗器械突出贡献奖

二、太原市实施社保卡购买家用医疗器械

三、昆明重点整顿家用医疗器械经营市场

第二节 中国家用医疗器械市场现状分析

一、中国家用医疗器械行业现状

二、中国家用医疗器械市场规模

三、中国家用医疗器械出口优势

四、普及型医疗器械市场发展分析

第三节 中国家用医疗器械产业存在的问题

第四节 中国家用医疗器械行业发展策略分析

一、科研创新还需政策支持

二、校企合作才是解决之道

三、构建产学研用一体化平台

第六章 中国家用医疗器械所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业发展分析

一、中国家用医疗器械行业发展概况

第二节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第五节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第六节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第七章 中国家用医疗器械市场运行状况分析

第一节 家用医疗器械市场运行特点分析

第二节 中国家用医疗器械市场动态

一、老龄化带来家用医疗器械新市场

二、中国便携式医疗电子市场兴起

三、国内家用医疗器械品牌将全面崛起

第三节 中国家用医疗器械品牌营销策略

一、家用医疗器械品牌核心价值

二、家用医疗器械品牌营销定位

三、家用医疗器械品牌传播渠道

四、家用医疗器械品牌资产分析

五、家用医疗器械的品牌营销管理

六、家用医疗器械品牌营销前景

第四节 加强家用保健器械市场监管的思考

第八章 中国家用医疗器械业内热点产品运营态势分析

第一节 血压计

- 一、血压计市场运行特点分析
- 二、血压计准确度与检验频率
- 三、新型医用电子血压计特点
- 四、手表式血压计将有望上市
- 五、血压计市场供给现状分析
- 六、血压测量仪器及器具（90189020）进出口数据监测分析
- 七、家用血压计主要品牌分析
- 八、家用血压计投资潜力分析
- 九、血压计行业进入壁垒分析
- 十、未来血压计市场前景展望

第二节 磁疗器具

- 一、磁疗保健器具的功能与机理
- 二、康姿百德进入磁疗寝具市场
- 三、磁疗法治疗的主要特点分析
- 四、磁疗保健器具的临床新进展
- 五、磁疗保健器具市场前景广阔

第三节 家用血糖分析仪

- 一、血糖分析仪相关概述
- 二、血糖仪的核心技术分析
- 三、血糖分析仪十大品牌综述
- 四、血糖分析仪市场发展分析
- 五、三诺将成为血糖仪普及的推动者
- 六、“能说会道”的智能血糖仪
- 七、血糖分析仪市场前景展望

第四节 体温计

- 一、家用体温计相关概述分析
- 二、家用体温计产品普及情况
- 三、家用体温计市场供需分析
- 四、家用体温计市场价格分析

五、欧姆龙推出新型电子体温计

六、中国可直接读数的液体温度计（90251100）进出口数据

第五节 家用心脏除颤器

一、心脏除颤器产品特点及应用

二、心脏除颤器产品技术新进展

三、家用心脏除颤器市场格局分析

四、家用心脏除颤器市场销售状况

五、家用心脏除颤器应用状况分析

第六节 脂肪秤

一、脂肪秤相关概述

二、脂肪秤发展历程

三、脂肪秤发展现状

四、脂肪秤十大品牌

五、脂肪秤发展前景

第九章 中国家用医疗器械市场营销模式及案例探讨

第一节 家用医疗器械营销要点概述

一、品牌运作是持久战

二、价格要合理 外形要适中

三、家用医疗器械主流销售渠道

四、家用医疗器械品牌五大"基因"

第二节 家用医疗器械营销的模式和现状

一、远离平面软文

二、营销模式输出

三、好的产品当道

四、数据库营销的再创新

五、扁平化营销组织的建立

六、成本考核下的目标考核

第三节 家用医疗器械营销渠道及模式探析

一、医疗器械探寻区域营销渠道变革

二、家用医疗器械营销模式待创新

第四节 中国家用医疗器械市场营销解读

一、家用医疗器械蓬勃的破壳而出

二、家用医疗器械正处躁动的青春

三、过分功能延展成家用医械的"恶之花"

四、家用医疗器械营销环境的变迁

五、家用医疗器械仍在成长的道路上

第五节 中国家用医疗器械市场营销解析

一、康复之家首推"轮椅以旧换新"

二、喜来健再探医疗保健器械的发展方向

第十章 中国家用医疗器械市场竞争格局透析

第一节 中国家用医疗器械市场竞争现状分析

一、家用医疗器械市场竞争要素

二、家用医疗器械市场竞争力体现

三、中国家用医疗器械竞争中存在的问题

四、中国家用医疗器械市场竞争焦点分析

第二节 国际医疗器械巨头中国市场转移

一、国际医疗器械巨头布局中国市场

二、国外医疗器械新品扩展二三线城市市场

三、GE医疗进军中国家用医疗市场

第三节 中国家用医疗器械市场集中度分析

第四节 中国家用医疗器械提升竞争策略分析

一、提高家用医疗器械行业竞争力对策

二、品牌效应提高家用医疗器械企业竞争力

三、家用医疗器械企业提高国际竞争力对策

第五节 中国家用医疗器械行业竞争趋势分析

第十一章 世界医疗器械巨头在华投资运行分析

第一节 天津九安医疗电子股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业SWOT分析

四、在华市场投资情况

五、企业在华发展

第二节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业研发进展与投入

五、企业亚太运营中心

第三节 湖南千山制药机械股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业SWOT分析

四、在华市场投资情况

五、GE发展动态分析

第四节 深圳市尚荣医疗股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业SWOT分析

四、在华市场投资情况

五、企业经营策略分析

第五节 北京万东医疗装备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品介绍

三、在华市场投资情况

四、在华本土化策略分析

第六节 福州全日康医疗器械有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业主要品牌分析

四、在华市场投资情况

五、企业发展动态分析

第七节 义乌市百灵医疗器械有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营状况分析

四、企业SWOT分析

第八节 北京博晖创新光电技术股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

第十二章 中国家用医疗器械优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 山东新华医疗器械股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 北京万东医疗装备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节 广东宝莱特医用科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第四节 天津九安医疗电子股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第五节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

第六节 欧姆龙（大连）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第七节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业SWOT分析

第八节 上海西门子医疗器械有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第九节 强生（中国）医疗器材有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第十节 江苏金鹿集团有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

第十三章 2020-2025年中国家用医疗器械行业发展趋势与前景展望

第一节 2020-2025年中国家用医疗器械行业发展前景分析

- 一、21世纪最具发展潜力的明星产业
- 二、中国家用医疗器械市场潜力巨大
- 三、家用医疗器械成为夏季新宠
- 四、家用医疗器械市场前景看好

第二节 2020-2025年中国家用医疗器械行业发展趋势分析

- 一、中国医疗器械行业发展新趋势

二、家用医疗器械发展趋势分析

三、医疗保健器械成为家庭中新的"家电"

四、家用医疗器械日趋多元化

第三节 2020-2025年中国家用医疗器械行业市场预测分析

一、全球医疗器械市场发展形势预测

二、中国医疗器械行业快速增长驱动因素

三、中国医疗器械行业市场规模预测分析

四、中国家用医疗器械行业市场规模预测

第四节 2020-2025年中国家用医疗器械市场盈利预测分析

第十四章 2020-2025年中国家用医疗器械行业前景预测

第一节 2020-2025年中国家用医疗器械投资概况

一、家用医疗器械投资环境分析（AKLT）

二、中国医疗器械行业发展规划

三、家用医疗器械产业支持政策

四、家用医疗器械投资价值研究

第二节 2020-2025年中国家用医疗器械行业投资特性分析

一、医疗器械未来市场发展特征分析

二、家用医疗器械未来投资亮点分析

三、便携式医疗电子设备成投资热点

第三节 2020-2025年中国家用医疗器械行业投资机会分析

一、医疗器械市场掀起投资热潮

二、医疗器械行业受投资商青睐

三、家用医疗器械市场增长驱动力

四、家用医疗器械行业投资潜力分析

第四节 2020-2025年中国家用医疗器械行业投资预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、品牌经营风险

四、创新和人才风险

五、市场价格风险

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/356516.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。