



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2011年中国血糖仪市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2011年中国血糖仪市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/36388.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

世界卫生组织的报告指出，2003年中国有4000万人患有糖尿病，并以每天至少3000人的速度增加，2006年我国约有5000万糖尿病患者。目前血糖仪占我国自我诊断检测市场的16%。资料显示，目前全球糖尿病患者约为2亿人，全世界血糖检测市场容量为50亿美元，美国市场容量约为20亿美元。而国内血糖检测市场尚处于市场培育期，增长迅速。中国糖尿病患者中仅有1.5%-2%的患者拥有自己的血糖监测仪，而欧美国家这个比率高达90%以上。未来几年，随着进口产品的大幅降价，如果中国5%左右的患者要购买血糖监测仪，这个市场容量就高达数十亿元。

中国的血糖仪市场增长迅猛。

由于血糖仪的技术目前已经不是什么秘密了，所以目前市场上的血糖仪犹如雨后春笋般冒出来很多，特别是台湾生产的一些血糖仪，更是数不胜数，所有的血糖仪品牌加起来都有二三十个，强生、罗氏、京都、雅培、怡成、三诺、会好、瑞特、唐博士、贝朗、拜耳、脉道、施家乐、台欣、安蜜、金鹊、五鼎、聿新、艾康、厚美德、康培、泰德、威望、Hypoguard和BD血糖监测仪等等。血糖仪市场将面临着最终的洗牌。

目前我国血糖仪行业市场主要由美国强生、德国罗氏等国外品牌所占领，国产品牌仅仅只有10%左右的市场份额，而仅仅强生就拥有约45%的中国市场份额。要对整个电子血糖仪行业进行了解，就必须对主要的品牌企业进行了解。

本报告详细介绍了我国电子血糖仪行业的市场情况，对市场上主要的几个品牌进行详细的分析，并对几个主要品牌在中国地区的制造企业进行了介绍与详细的财务分析，透过占据大部分市场品牌的制造企业的发展来透析整个行业的发展，大量的图表让各种分析更为直观。本报告是进行投资与制定商业发展计划的重要参考资料

【 目 录 】

第一章 中国血糖仪所在行业宏观环境分析

第一节 国际医疗器械市场情况分析 9

第二节 2007年中国医疗器械市场总体情况 12

一、2003-2007年中国医疗器械市场规模和增长率 12

二、2007年中国医疗器械市场竞争状况 14

三、中国医疗器械总体进出口情况分析 14

第二章 2004-2007年中国血糖仪市场规模

第一节 2004-2007年中国血糖仪市场理论规模 17

一、2004-2007年中国糖尿病患者人数和地区分布 17

二、2004-2007年中国血糖仪市场理论规模 21

第二节 2004-2007年中国血糖仪市场调研规模 26

一、2004-2007年中国血糖仪市场规模 26

二、2004-2007年中国血糖仪试纸市场规模 28

第三节 中国血糖仪未来需求潜力分析 31

一、2004-2007年中国血糖仪检测市场总体规模（血糖仪和试纸合计） 31

二、2008-2011年需求潜力分析 32

第三章：世界血糖仪市场

第一节 2003-2007年全球血糖检测市场需求概况 34

第二节 2003-2009年世界血糖检测市场规模 37

第三节 全球主要血糖检测仪市场占有率 38

第四节 美国市场概况 39

一、美国弗罗斯特-沙利文公司的统计的市场规模 39

二、美国商务部统计数据 40

第五节 欧洲市场 41

第四章 电子血糖仪行业市场竞争分析

第一节 产品价格分析 42

第二节 主要品牌分析 43

一、品牌竞争格局 43

二、中国血糖仪主要品牌市场占有率分析 44

第五章 血糖仪消费者分析

第一节 消费群体分析 46

第二节 消费者调查 47

- 一、调查基本概况和样本情况说明 47
 - 二、糖尿病日常测试途径和频率 49
 - 三、消费者购买血糖仪考虑的因素 50
 - 四、血糖仪在消费者中的普及率 51
 - 五、血糖仪和试纸价格接受程度分析 52
 - 六、糖尿病患者获取信息的途径 53
- ### 第三节 浙江某城市糖尿病患者血糖仪使用比例和使用情况调查 57
- 一、调查的对象与方法 57
 - 二、调查结果分析 58

第六章 电子血糖仪行业制造商分析

第一节 行业企业总体分析 60

第二节 主要制造商分析 62

- 一、上海强生制药有限公司 62
 - (一) 企业介绍 62
 - (二) 企业发展情况 62
 - (三) 企业资产、主营收入、利润及成本分析 64
 - (四) 企业盈利能力分析 64
 - (五) 企业偿债能力分析 65
- 二、上海罗氏制药有限公司 65
 - (一) 罗氏血糖仪产品情况 66
 - (二) 企业资产、主营收入、利润及成本分析 67
 - (三) 企业盈利能力分析 68
 - (四) 企业偿债能力分析 68
 - (五) 企业成长能力分析 68
- 三、拜耳医药保健有限公司 69
 - (一) 企业介绍 69
 - (二) 企业资产、主营收入、利润及成本分析 70
 - (三) 企业盈利能力分析 71

(四) 企业偿债能力分析	72
(五) 企业成长能力分析	72
四、上海雅培制药有限公司	73
(一) 企业介绍	73
(二) 企业资产、主营收入、利润及成本分析	76
(三) 企业盈利能力分析	76
(四) 企业偿债能力分析	77
(五) 企业成长能力分析	77
五、北京怡成生物电子技术有限公司	78
(一) 企业介绍	78
(二) 怡成血糖仪产品系列	79
(三) 企业资产、主营收入、利润及成本分析	83
(四) 企业盈利能力分析	83
(五) 企业偿债能力分析	84
(六) 企业成长能力分析	84
六、上海***医疗器械有限公司	86
七、长沙**生物传感技术有限公司	87

第七章 中国血糖仪市场营销分析

第一节 个人医疗器械市场销售模式和现状 90

第二节 医疗器械通用销售渠道分析 95

一、专业市场 95

1、医疗器械国营经销单位 95

2、交易市场 95

二、销售模式 96

1、招标采购 96

2、跨国采购 96

3、品牌展览会 97

第三节 血糖仪经营渠道 98

一、血糖仪总体经营渠道 98

二、代理公司现状 99

第四节 血糖仪购买渠道分析 101

一、血糖仪购买渠道变动情况	101
二、血糖仪试纸购买渠道分析	101
第五节 血糖仪直销模式探讨	102
一、价格与市场定位	102
二、产品质量	104
三、宣传推广策略	105
四、营销模式	106

图表目录

图表 1 2005年全球主要医疗器械公司经营业绩	10
图表 2 2007年世界医疗器械市场分布	11
图表 3 2003—2007年中国医疗器械工业（包括一次性及卫生材料）销售情况表	12
图表 4 2003-2007年中国医疗器械产业销售收入增长趋势图	12
图表 5 2004-2007年中国糖尿病患者新增人数一览表	18
图表 6 中国部分地区糖尿病人统计表	19
图表 7 中国部分地区糖尿病人统计图	20
图表 8 2004-2007年中国糖尿病患者数量、血糖仪普及率、血糖仪新增需求等指标一览表	22
图表 9 2004-2007年中国血糖仪销售量增长趋势图	23
图表 10 2004-2007年中国血糖仪市场销售额一览表	27
图表 11 2004-2007年中国血糖仪市场销售额增长趋势图	28
图表 12 2004-2007年中国血糖仪试纸市场规模一览表	29
图表 13 2004-2007年中国血糖仪检测试纸市场规模增长趋势一览表	30
图表 14 2004-2007年中国血糖检测仪市场（血糖仪和检测试纸合计）市场规模增长趋势图	31
图表 15 2008-2011年中国血糖检测仪市场（血糖仪和检测试纸合计）市场规模预计	33
图表 16 2003-2007年全球糖尿病人数	35
图表 17 2003-2007年全球糖尿病主要地区所占人口比例图	36
图表 18 2003-2009年全球血糖检测市场规模	37
图表 19 2006年全球血糖检测仪主要品牌市场占有率	38
图表 20 1997-2007年美国血糖仪市场规模	39
图表 21 2003-2007年美国血糖检测市场规模	40
图表 22 中国血糖仪市场主要品牌分布情况	43
图表 23 2007年中国血糖仪市场国内外品牌市场占有率比例图	44

图表 24	2007年中国血糖仪市场主要品牌市场占有率	45
图表 25	血糖仪使用者消费者调查的男女比例	47
图表 26	血糖仪使用者文化程度分布一览表	48
图表 27	血糖仪使用者文化程度分布比例图	48
图表 28	糖尿病患者血糖测试频率	49
图表 29	消费者血糖测试方式	50
图表 30	消费者购买血糖仪考虑因素	51
图表 31	血糖仪价格区间消费者调查	52
图表 32	糖尿病患者获取糖尿病相关知识的途径	53
图表 33	糖尿病患者希望获取的信息	54
图表 34	组建糖尿病俱乐部所希望获取的利益	56
图表 35	32例血糖仪使用情况调查	58
图表 36	中国血糖仪品牌结构一览表	61
图表 37	强生(中国)医疗器材有限公司基本情况一览表	62
图表 38	2006年强生(中国)医疗器材有限公司经营情况一览表	64
图表 39	2006年强生(中国)医疗器材有限公司毛利率、销售利润率等指标情况一览表	65
图表 40	2006年强生(中国)医疗器材有限公司资产负债率等指标情况一览表	65
图表 41	罗氏主要血糖仪系列一览表	66
图表 42	2004-2007年上海罗氏制药有限公司经营情况一览表	67
图表 43	2004-2007年上海罗氏制药有限公司毛利率销售利润率情况一览表	68
图表 44	2004-2007年上海罗氏制药有限公司资产负债率经营情况一览表	68
图表 45	2004-2007年上海罗氏制药有限公司经营情况一览表	68
图表 46	拜耳股份有限公司基本概况	69
图表 47	拜耳股份有限公司主要研发领域	70
图表 48	拜耳股份有限公司中国业务部门分布情况	70
图表 49	2004-2007年拜耳医药保健有限公司经营情况一览表	71
图表 50	2004-2007年拜耳医药保健有限公司毛利率销售利润率情况一览表	71
图表 51	2004-2007年拜耳医药保健有限公司资产负债率经营情况一览表	72
图表 52	2004-2007年拜耳医药保健有限公司经营情况一览表	72
图表 53	2004-2007年上海雅培制药有限公司经营情况一览表	76
图表 54	2004-2007年上海雅培制药有限公司毛利率销售利润率一览表	76
图表 55	2004-2007年上海雅培制药有限公司资产负债率一览表	77

图表 56 2004-2007年上海雅培制药有限公司资产销售收入增长情况一览表	77
图表 57 怡成超越JPS-5型血糖仪主要技术指标	79
图表 58 怡成超越JPS-6型血糖仪主要技术指标	80
图表 59 怡成5D-1型血糖仪血糖仪主要技术指标	81
图表 60 怡成5D-2型血糖仪主要技术指标	82
图表 61 怡成T-1型血酮体测试仪主要技术指标	82
图表 62 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司经营情况一览表	83
图表 63 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司盈利能力分析	83
图表 64 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司资产负债率	84
图表 65 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司资产、销售收入、利润增长情况一览表	84
图表 66 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司销售收入增长情况一览表	85
图表 67 2004-2007年北京怡成生物电子技术有限公司利润增长情况一览表	85

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36388.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提供投资咨询报告、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。