



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国医疗器械行业年度报告 (6月版)

一、调研说明

《2008年中国医疗器械行业年度报告(6月版)》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/36398.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

一、行业供需分析及预测

近五年来，我国医疗器械行业保持高速增长，销售收入增速保持在17%以上，平均增速为20.81%。2006年医疗器械行业销售收入达到427.71亿元，2007年1~11月达到了493.18亿元，较2006年增长22.17%。预计2007年全年销售收入增长率将超越2006年同期水平。

截止2007年11月，该比重由2003年的41.37%下降至35.06%；口腔科用设备及器具制造也小幅下降；其余五个行业销售收入比重则平稳上升，假肢、人工器官及植（介）入器械制造子行业比重上升趋势最为明显。此种比重变化反应了传统医疗器械市场需求已基本饱和，而具体细分市场则需求旺盛、地位上升。

我国医疗器械行业企业数量逐步增加，但自2005年增幅逐年降低，行业竞争更加激烈。2007年全国共有医疗器械制造企业806家，经营企业144977家。

从增速来看，口腔科用设备及器具制造子行业与实验室及医用消毒设备和器具的制造子行业呈现出明显的上升趋势，其他子行业继2006年增速上升后均表现出不同程度的下降趋势，其中又以机械治疗及病房护理设备制造、假肢、人工器官及植（介）入器械制造两个子行业降幅最为明显。

2007年，我国医疗器械进口在经历2006年的缩量后开始回暖，进口量值转跌为升。据海关统计，2007年我国医疗器械进出口总额为126.97亿美元，同比增长20.33%，占医药保健类商品进出口总额的32.9%。其中，进口额为42.82亿美元，同比增长16.32%；出口额为84.15亿美元，同比增长22.47%；全年贸易顺差从2002年的5亿多美元猛增到2007年的41.33亿美元。

行业的旺盛需求推动了资产以及收入、利润快速稳定的增长。近五年来，医疗器械行业增速保持在12%以上，截止2007年11月，资产规模达到494.99亿元，同比增长16.53%；2007年11月，全行业实现销售收入493.18亿元，同比增长22.17%；利润方面，除2005年行业利润增速大幅下降、低于收入增速23.1个百分点外，其余年份，利润增速均快于行业收入增速。截止2007年11月，全行业实现利润52.64亿元，同比增长42.51%。

分析2007年医疗器械企业规模。全国仅一家深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司大型医疗器械企业，占医疗器械总数量的0.12%，其资产占全行业资产比重的4.56%；另外，中型企业79家，占比9.8%，资产占比39.9%；小型企业726家，占比90.07%。

小型企业亏损面较大，约1/5的企业亏损，中型企业中仅有3.8%亏损，大型企业则全部盈利。此外，小型企业亏损总额为0.08亿元，同比减少89.16%，而小型企业亏损总额却同比增加35.27%，占到总亏损金额的97.24%。

大型企业具有规模优势，保持稳定、高速增长，盈利能力很强。截止2007年11月，我国大型医疗器械企业实现销售收入19.23亿元，同比增长46.64%；利润6.75亿元，同比增长65.93%；资金利润率61.32%，销售利润率35.11%，远高于中型企业的16.66%与9.02%，也远高于小型企业17.03%与10.28%。

我国医疗器械行业所有制类型以外商企业、私营企业等为主。2007年我国仅有国有企业36家、集体企业25家，分别占比4%、3%。与此相对照的是，我国拥有298家私营医疗器械企业、外商及港澳台投资企业240家，占到总企业数量的68%。医疗器械行业，外商及港澳台投资企业、私营企业具有较大优势。

从企业规模上看，私营企业、外商和港澳台投资企业以及其他性质的所有制企业资产规模扩展速度较快，分别为16.21%、19.21%和21.14%，远高于其他所有制形式的企业扩展速度。这些所有制类型的企业，经营相对比较灵活，可以快速捕捉市场发展的动态时机，适时调整自身经营战略，故资产规模扩大较快。

所有企业中，亏损面最大的所有制类型为国有企业，36家国有企业中有16家亏损，亏损面将近1/2，亏损额达到0.14亿元，但较去年同期有所下降；国有企业由于体制原因，经营管理效率低，很多企业亏损。亏损面最低的为私营企业，由于其经营制度灵活，仅为11.41%。

销售收入增速最快的为私营企业以及其他所有制性质的企业，增速分别为31.91%和31.09%，利润增速最快的为外商和港澳台投资企业以及私营企业，增速分别为43.78%和42.72%。其中，外商和港澳台投资企业销售收入仅增加17.4%，低于行业平均22.17%的增速

，但其利润增速却达到了43.78%，资金利润率与销售利润率分别达到23.14%与14.24%，为所有所有制类型中最高。

区域上看，我国有长三角、珠三角以及环渤海三个大的医疗器械。三大区域经济较发达，开放程度高，依靠本地区工业技术、科学技术人才、临床医学基础及政策性优势，吸引了大批医疗器械行业企业，逐步形成医疗器械行业产业群。

【 目录 】

第一章 医疗器械行业市场供需分析及预测	1
第一节 医疗器械行业在国民经济中地位变化	1
一、行业产业链分析	1
二、医疗器械行业工业总产值变化	2
三、医疗器械行业投资额度占全国投资总额比重变化分析	2
第二节 医疗器械行业供给分析及预测	4
一、医疗器械行业企业数量分析	4
二、医疗器械经营企业状况	4
三、供给结构分析	5
四、2008~2010年供给预测	6
第三节 行业需求分析及预测	8
一、需求总量及速率分析	8
二、需求结构变化分析	8
三、2008~2010年需求预测	10
第四节 医疗器械行业进出口分析及预测	12
一、行业进出口总额分析	12
二、行业进出口特点分析	12
三、医疗电子产品进出口状况及预测	14
四、2008年行业进出口预测	15
第五节 供需平衡及价格分析	17
一、库存变化	17
二、供需平衡分析及预测	17

第二章 行业规模与效益分析及预测	19
第一节 行业规模分析及预测	19
一、资产规模变化分析	19
二、收入和利润变化分析	19
第二节 医疗器械行业效益分析及预测	22
一、行业三费变化	22
二、行业效益分析	23
三、平均劳动生产率变化分析	25
四、行业效益预测	25
第三章 医疗器械行业竞争分析及预测	26
第一节 我国医疗器械的行业特点	26
第二节 医疗器械行业市场竞争现状	27
一、我国医疗器械行业竞争现状	27
二、“医疗器械”低端市场硝烟四起	27
三、医疗器械高端市场“洋货”一统天下	29
四、医疗器械市场价格乱象丛生	29
第三节 医疗器械行业投融资状况	31
一、医疗器械成风投新宠，医疗器械市场掀起投资热潮	31
二、中国医疗器械企业“出海”	31
三、行业动态	33
第四节 医疗器械技术发展	36
一、我国医疗器械行业技术水平	36
二、医疗器械产业研发状况	36
三、全球数字技术快速发展	37
四、我国医疗器械产业未来发展的四大热点	40
第四章 医疗器械子行业分析	41
第一节 子行业对比分析	41
一、子行业规模比重变化	41
二、子行业经济运行对比分析	44

第二节 口腔科用设备及器具制造行业发展状况分析及预测	47
一、行业发展现状	47
二、行业规模状况	48
三、行业经济运行状况分析	49
四、行业发展预测	50
第三节 医疗、外科及兽医用器械制造业发展状况分析及预测	51
一、兽医用器械制造行业发展状况	51
二、行业规模状况	51
三、行业经济运行状况分析	52
四、行业发展预测	53
第四节 民用医疗器械发展状况分析及预测	54
一、民用医疗器械发展的现实可能性	54
二、民用医疗器械的目标消费群	54
第五章 细分地区分析	56
第一节 医疗器械行业区域分布总体分析及预测	56
一、行业区域分布特点分析及预测	56
二、行业规模指标区域分布分析及预测	56
三、行业效益指标区域分布分析及预测	58
第二节 北京市医疗器械行业发展分析及预测	61
一、区域在行业中的地位及特征分析	61
二、区域行业经济运行状况分析	64
三、区域子行业对比分析	67
四、区域行业发展趋势预测	69
第三节 广东省医疗器械行业发展分析及预测	71
一、区域在行业中的地位及特征分析	71
二、区域行业经济运行状况分析	75
三、区域子行业对比分析	76
四、深圳医疗器械产业发展经验借鉴	77
五、区域行业发展趋势预测	80
第四节 江苏省医疗器械行业发展分析及预测	82
一、区域在行业中的地位及特征分析	82

二、区域行业经济运行状况分析	84
三、区域子行业对比分析	86
四、区域行业发展趋势预测	88
第六章 医疗器械行业企业分析	90
第一节 行业企业特征分析	90
一、企业规模特征分析	90
二、企业所有制特征分析	92
三、企业的区域分布分析	94
第二节 公司重点企业对比分析	96
一、盈利能力分析	96
二、偿债能力分析	97
三、发展能力分析	98
四、营运能力分析	99
第三节 山东新华医疗器械厂分析	101
一、企业基本状况	101
二、企业经营状况分析	101
三、公司发展前景预测	103
第四节 北京万东医疗装备股份有限公司分析	105
一、企业基本状况	105
二、企业经营状况分析	105
三、《万东医疗装备股份有限公司2007 - 2011年战略规划报告》	106
四、公司发展前景预测	107
第七章 医疗器械行业投资风险分析及提示	109
第一节 环境风险分析及提示	109
一、宏观经济对行业影响分析及风险提示	109
二、汇率政策对行业影响分析及风险预测	109
第二节 医疗体制改革风险分析及提示	110
一、医改内容	110
二、五类型企业受益于新医疗改革	111
三、医改对医疗器械市场影响	111

第三节 医疗器械行业政策风险分析及提示	113
一、医疗器械集中采购制度	113
二、医疗器械质量管理体系规范政策	114
三、《医药器械监督管理条例》修订	115
四、国家发改委发出《关于加强医疗器械价格管理的公告》	116
五、中美药品和医疗器械安全合作备忘录签订	116

第八章 医疗器械行业投资机会及建议 117

第一节 行业投资机会及建议	117
一、总体投资机会及投资建议	117
二、子行业投资机会及建议	117
三、区域投资机会及建议	118
四、分企业类型的投资机会及建议	118
第二节 产业链投资机会及建议	120
一、医药行业投资机会及建议	120
二、医药商业投资机会及建议	120
三、健康管理服务业	120

附表

表1 医疗仪器设备及器械制造类别分类及代码	1
表2 医疗器械子行业工业总产值比重变化	5
表3 2007年医疗器械行业主要在建及拟建项目	6
表4 医疗器械子行业销售收入比重变化	9
表5 2003~2007年医疗器械行业盈利能力变化分析	23
表6 2003~2007年医疗器械行业偿债能力变化分析	24
表7 2003~2007年医疗器械行业发展能力变化分析	24
表8 2003~2007年医疗器械行业营运能力变化分析	24
表9 口腔科用设备及器具制造行业运行状况分析	49
表10 口腔科用设备及器具制造行业运行状况分析	53
表11 医疗器械行业企业数量地区分布	56
表12 医疗器械行业资产地区分布	57
表13 医疗器械行业销售收入地区分布	58

表14	医疗器械行业地区盈利状况	59
表15	医疗器械行业区域亏损状况	59
表16	北京市医疗器械行业企业类型状况	63
表17	北京市医疗器械行业分所有制类型运营状况	64
表18	北京市医疗器械行业运行状况	66
表19	北京市医疗器械行业子行业规模变化	68
表20	北京市医疗器械子行业盈利状况对比	68
表21	广东省医疗器械行业企业类型状况	73
表22	广东省医疗器械行业分所有制类型运营状况	75
表23	广东省医疗器械行业运行状况	76
表24	广东省医疗器械行业子行业规模变化	77
表25	广东省医疗器械子行业盈利状况对比	77
表26	江苏省医疗器械行业企业类型状况	83
表27	江苏省医疗器械行业分所有制类型运营状况	84
表28	江苏省医疗器械行业运行状况	86
表29	江苏省医疗器械行业子行业规模变化	87
表30	江苏省医疗器械子行业盈利状况对比	87
表31	医疗器械行业不同规模企业的资产状况	91
表32	医疗器械行业不同规模企业亏损状况	91
表33	医疗器械行业不同规模企业发展及盈利状况	92
表34	医疗器械行业不同所有制企业的资产状况	93
表35	医疗器械行业不同所有制企业亏损状况	93
表36	医疗器械行业不同所有制企业发展及盈利状况	94
表37	医疗器械行业企业数量分布	94
表38	2007年11月部分医疗器械企业盈利能力分析	97
表39	2007年11月部分医疗器械企业偿债能力分析	98
表40	2007年11月部分医疗器械企业发展能力分析	99
表41	2007年11月部分医疗器械企业营运能力分析	100
表42	新华医疗盈利能力分析	101
表43	新华医疗偿债能力分析	102
表44	新华医疗经营能力分析	102
表45	新华医疗发展能力分析	102

表46	万东医疗盈利能力分析	105
表47	万东医疗偿债能力分析	106
表48	万东医疗经营能力分析	106
表49	万东医疗发展能力分析	106

附图

图1	医疗器械行业工业总产值变化	2
图2	医疗器械行业固定资产规模	3
图3	单个企业平均固定资产净值	3
图4	医疗器械行业企业数量变化	4
图5	2007年各省市医疗器械经营企业比例分布	4
图6	2005~2007年医疗器械各子行业工业总产值增速变化	6
图7	2003~2007年医疗器械行业销售收入及增速变化	8
图8	2003~2007年医疗器械各子行业销售收入增速变化	9
图9	2003~2007年进出口变动情况	12
图10	2003~2007年医疗器械行业库存增速变化及比重	17
图11	2003~2007年医疗器械资产变化	19
图12	2003~2007年医疗器械行业收入与利润变化	21
图13	2003~2007年医疗器械行业三费增速变化	22
图14	2003~2007年三费占销售收入比重变化	23
图15	2004~2007年医疗器械行业平均劳动生产率变化	25
图16	2003~2007年医疗器械子行业资产比重变化	41
图17	2003~2007年医疗器械子行业销售收入比重变化	42
图18	2003~2007年医疗器械子行业利润比重变化	42
图19	2003~2007年医疗器械行业子行业销售利润率	44
图20	2003~2007年医疗器械子行业资产增速变化	45
图21	2003~2007年医疗器械子行业销售收入增速变化	45
图22	2003~2007年医疗器械子行业利润增速变化	46
图23	2003 - 2007年我国口腔科用设备及器具制造业资产变化	48
图24	2003 - 2007年我国口腔科用设备及器具制造业收入以及利润变化	49
图25	2003 - 2007年我国医疗、外科及兽医用设备及器具制造业资产变化	52
图26	2003 - 2007年我国医疗、外科及兽医用器械制造业收入以及利润变化	52

图27	北京市医疗器械行业在全国地位变化	61
图28	北京市医疗器械行业所有制类型分布	64
图29	广东省医疗器械行业在全国地位变化	71
图30	广东省医疗器械行业所有制类型分布	73
图31	江苏省医疗器械行业在全国地位变化	82
图32	江苏省医疗器械行业所有制类型分布	83
图33	医疗器械行业企业规模分布状况	90
图34	医疗器械行业企业所有制类型分布	92

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36398.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。