

# 中国医疗脑电类企业产品市场定位市场分析及发展趋势研究报告 ( 2007 )

## 一、调研说明

《中国医疗脑电类企业产品市场定位市场分析及发展趋势研究报告（2007）》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/36429.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

本报告以目前中国医疗器械设备市场需求持续增长的情况和国际市场对中国制造的医疗器械设备需求的不断扩大及在激烈的市场竞争下国内医疗器械生产企业存在的竞争力低下等问题为背景，对医疗脑电类产品的市场现状、欧美等国进口政策及国内医疗产品上市政策、该产品的相关技术环境、竞争优势和购买对象的购买行为进行了分析。本报告重点对医疗脑电类产品的差异化市场定位及竞争策略进行研究，分析该类产品市场的竞争情况，进而进行市场细分和目标市场选择，确立了差异化市场定位的策略。另外，本报告通过对脑电类产品典型的生产企业进行实例分析，根据该公司的产品结构和现有市场情况，明确细分市场，并构建了“以顾客为中心”的差异化竞争策略。

### 【 目 录 】

#### 第1章：绪言

##### 第1节：研究的意义

##### 第2节：研究的方法

##### 第3节：研究的内容

#### 第2章：目标市场营销战略的相关理论

##### 第1节：市场细分

###### 1.市场细分的概念及理论依据

###### 2.医疗脑电类市场细分的依据

###### 3.市场细分的原则

###### 4.市场细分的作用

##### 第2节：目标市场选择

###### 1.目标市场的确定原则

###### 2.目标市场的确定模式

##### 第3节：目标市场营销策略的类型

##### 第4节：市场定位

##### 第5节：市场定位的含义

第6节：市场定位的方式

第7节：市场定位的步骤

第8节：市场定位的原则

### 第3章：医疗脑电类企业的市场营销环境分析

#### 第4章：医疗脑电类企业发展分析

第1节：医疗脑电类行业发展分析

第2节：医疗脑电类行业市场发展分析

第3节：医疗脑电类企业五力分析

1.医疗脑电类产业地位分析

2.新进入者威胁

3.现有竞争者的竞争能力

4.买方的讨价还价能力

5.供方的讨价还价能力

6.替代品的威胁

第4节：医疗脑电类企业SWOT分析

1.优势与劣势分析

2.机会与威胁分析

3.SWOT矩阵分析

#### 第5章：医疗脑电类企业的市场定位战略研究

第1节：医疗脑电类企业的市场细分

1.医疗脑电类企业的市场细分变量

2.医疗脑电类企业细分市场的市场容量评估

第2节：医疗脑电类企业的目标市场选择

1.A产品的目标市场选择

2.B产品的目标市场选择

3.C产品目标市场选择

第3节：医疗脑电类企业的市场定位

1.A产品的市场定位

2.B产品的市场定位

### 3.C产品的市场定位

## 第6章：医疗脑电类企业基于市场定位的营销策略选择与对策

### 第1节：避强定位和产品差异化定位

### 第2节：实施品牌忠诚的营销策略

- 1.树立以顾客为导向的长期的市场营销观念
- 2.实施CIS策略
- 3.建立完善的顾客服务系统
- 4.建立客户数据库，做好品牌忠诚型顾客的管理工作

### 第3节：保障医疗脑电类企业营销策略顺利实施的有效措施

- 1.提高产品质量，赋予产品新的特色
- 2.重新评价和选择分销渠道，开辟和进入新的销售渠道
- 3.寻找和进入新的细分市场
- 4.改变促销目标
- 5.适时降价，吸引价格敏感消费者

## 结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36429.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](http://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。