



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国医疗器械投资与发展 分析

一、调研说明

《2007年中国医疗器械投资与发展分析》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/36506.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

〔 描述 〕

2005年1~6月，医疗器械行业总资产达到492亿元，第2季度新增资产为78.77亿元。其中：医疗诊断、监护及治疗设备制造业新增资产33.20亿元，占全行业的42.15%；卫生材料及医药用品制造业新增资产18.78亿元，占全行业的23.84%；医疗、外科及兽医用器械制造业新增资产16.70亿元，占全行业的21.20%，以上三者合计占行业总产值的87.18%，比2004年底高出7个百分点，与1季度的各细分行业参差不齐相比，资产增加结构趋于稳定，行业的资产集中度进一步提高。

2005年2季度，医疗器械行业共实现销售收入188.29亿元，比去年同期增加110.57%，呈现产销两旺的势头。其中，卫生材料子行业继续保持了30%以上的比重，销售额居行业之首。医疗诊断/监护治疗设备子行业与医疗、外科及兽医用器械子行业所占比重相当，达到24.46%和23.05%。

《2007年中国医疗器械投资与发展分析》是在中心“十一五”医药研究组课题研究成果基础上，结合我们对企业进行战略分析的基础上撰写而成。报告从2006年医疗器械行业现状、2006年行业市场格局、2006年行业发展预测和企业竞争策略四大部分，为企业把握整个行业发展趋势以及提出基于趋势上可能战略选择。

本研究报告依据国家统计局、国资委、国家信息中心、国务院发展研究中心中国医疗器械行业协会等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对医疗设备行业所进行的市场调查大量资料，综合运用定量和定性的分析方法对中国医疗设备行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。在报告的成稿过程中得到中国医疗器械行业协会的专家、领导耐心的指导建议，在此一并表示感谢。

本报告主要面向于医药设备生产企业、医院及全国各大医疗单位，同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的金融投资集团具有重要的参考价值。

（报告全文共十四章259页，20余万字，其中图表50个，2007年1月份出品）

【 目 录 】

第一部分 2006年中国医疗器械行业发展环境和现状

第一章 医疗器械产业与产品概况

第一节 医疗器械产业定义

第二节 医疗器械产品分类

一、《医疗器械分类目录》的产品分类

二、产品数量和种类分布

第三节 医疗器械产品的特点

一、医疗器械的专用性

二、产品范围广阔

三、使用者的局限性

四、外资医疗器械企业在华投资正走向全球供应

五、医疗器械行业的风险性

六、医疗器械产品售后服务走向产业化

七、医疗器械产品越发往高新技术化方向发展

第二章 2006年中国医疗器械发展环境分析

第一节 2006年中国医疗器械发展经济环境分析

一、2000-2005年中国国民经济总体发展情况

二、2000-2005年中国医药及医疗服务业发展情况

三、2005年医疗器械产业在医药产业中的构成份额

四、2006年国民经济发展预测

第二节 2006年中国医疗器械发展人口环境分析

一、全国各地城乡人口年龄构成

二、居民可支配收入水平

三、居民医疗保健支出情况

第三节 2006年中国医疗器械行业发展的政策环境分析

一、医疗器械出口的国际市场认可标准

二、医疗器械指令---MDD

三、CE标志概况及申请CE标志时应注意的问题

四、欧盟将在2006年实施WEEE和ROHS指令

五、中国相关政策法解读

第四节 2006年中国医疗器械行业发展的技术环境分析

- 一、生物芯片技术
- 二、基因芯片、蛋白质芯片及芯片实验室
- 三、纳米医疗技术
- 四、其它技术分析

第三章 2006年国际医疗器械市场发展现状

第一节 2006年世界医疗器械产业总体现状

- 一、世界医疗器械产业发展现状
- 二、当前国际医疗器械市场规模
- 三、全球医疗器械产业市场分析

第二节 2006年美国医疗器械市场状况

- 一、美国国内医疗器械市场
- 二、美国医疗器械市场
- 三、细分产品发展趋势

第三节 2006年日本医疗器械市场深入分析

- 一、日本医疗器械市场概况
- 二、进口日本涉及的法律法规
- 三、进入日本医疗器械市场策略

第四节 2006年欧洲医疗器械市场分析

- 一、英国医疗器械市场
- 二、波兰医疗器械市场概况
- 三、匈牙利医疗器械市场

第四章 2006年中国医疗器械行业发展现状分析

第一节 中国医疗器械行业发展历史

第二节 2006年中国医疗器械生产企业现状

- 一、企业数量及地域分布
- 二、2006年总体经济效益状况
- 三、企业规模及所有制情况

第三节 2006年中国卫生医疗机构概况分析

第二部分 2006年中国医疗器械市场格局发展分析

第五章 2006年中国医疗器械市场品牌竞争格局

第一节 2006年中国医疗器械企业竞争力对比分析

第二节 2006年高档医疗器械市场竞争格局

一、外企抢占医疗器械市场制高点

二、中国企业面临的问题分析

第三节 2006年医疗影像设备市场格局分析

一、居世界前列的中国医疗影像设备

二、日本医学影像诊断及装置

第四节 2006年医疗器械市场的品牌竞争分析

一、医疗器械国产品牌市场现状

二、医疗器械业的品牌竞争制胜

第五节 2006年中国精密医疗器械业市场格局分析

一、中国精密医疗器械市场现状

二、中国精密医疗器械存在问题及解决建议

第六章 2006年中国医疗器械主要产品市场格局分析

第一节 2006年超声诊断仪器市场分析

一、2006年中国超声诊断产品市场供给分析

二、2006年中国超声诊断产品市场需求分析

三、超声诊断设备医院应用现状

四、2006年彩色多普勒超声诊断仪市场格局

五、2005年超声设备主要品牌市场占有率分析

六、2006年专家预测超声技术发展趋势分析

七、2006年超声诊断仪器市场发展预测

第二节 2006年磁共振成像装置市场发展分析

一、2006年中国磁共振成像（MRI）市场现状

二、磁共振成像设备的前沿技术分析

三、2006年MRI设备的市场规模预测

第三节 2006年CT市场发展分析

一、2006年中国CT市场需求现状

二、CT机主要供应商市场占有率分析

三、CT设备发展的最新动态分析

四、2006年CT设备市场发展预测

第四节 2006年医用电子仪器重点产品市场发展分析

一、2006年心电图记录仪市场概况

二、2006年病房监护仪市场现状

第五节 2006年一次性医疗器械市场发展分析

一、2006年中国一次性医疗器械市场需求现状

二、一次性医疗器械最新发展动态

三、2006年一次性医疗器械市场分析

第六节 2006年家庭医疗器械市场发展分析

一、2006年中国家用中医医疗器械市场概况

二、2006年中国按摩器具市场现状

三、2006年中国睡眠描计仪需求现状

四、其它家庭保健和护理产品市场分析

第七节 2006年呼吸机、麻醉机市场发展分析

一、2006年中国呼吸机、麻醉机市场现状

二、呼吸机、麻醉机技术动态分析

第八节 2006年中国牙科医疗设备市场发展分析

一、2006年中国牙科医疗设备市场需求现状

二、2006年口腔设备市场占有率分析

三、口腔医疗设备的发展新动向

四、2006年中国牙科医疗设备市场预测

第九节 2006年临床检验仪器市场发展分析

一、2006年主要检测仪器品种及医院使用现状

二、检验技术和设备总体的发展方向

三、2006年临床检验仪器市场发展趋势

第十节 2006年医疗光学仪器市场发展分析

一、2006年中国光学仪器市场现状

二、内窥镜发展趋势

三、2006年光学仪器市场容量预测

第十一节 2006年其它医疗器械产品发展分析

- 一、生物医疗器材市场分析
- 二、血液机透析市场分析
- 三、造影剂市场
- 四、血糖仪市场分析
- 五、医疗保健器材市场发展分析

第七章 2006年中国医疗器械行业区域竞争格局

第一节 医疗器械行业结构情况

- 一、行业竞争结构概况
- 二、医疗器械区域销售状况分布
- 三、各区域销售量比较
- 四、各地区竞争力比较

第二节 医疗器械产业产权格局

- 一、外资企业

第三节 中国医疗器械产业区域格局

- 一、2006年医疗器械区域分布现状
- 二、江苏省医疗器械现状
- 三、浙江省医疗器械现状
- 四、上海市医疗器械现状
- 五、北京市医疗器械现状

第三部分 中国医疗器械行业竞争策略分析

第八章 2006年中国医疗器械市场销售渠道分析

第一节 医疗器械市场运作模式分析

- 一、专业市场销售模式
- 二、医疗机构增长与医疗器械市场需求分析

第二节 医疗器械市场直销模式分析

- 一、大中型医院医疗设备使用状况调查
- 二、从医疗机构就诊病人数看医疗器械消耗需求
- 三、医改为医疗器械市场带来商机

第三节 医疗器械销售模式分析

- 一、招标采购

- 二、跨国采购
- 三、产品展览会
- 四、政府贷款和融资租赁
- 五、政府机构购医疗设备将可享受美进出口银行担保

第四节 医疗器械市场招投标分析

- 一、医疗耗材走上公开招标路
- 二、2006年卫生部招标采购情况回顾

第五节 企业市场竞争战略

- 一、强化医疗器械产品的研发能力
- 二、提高营销水平和服务水平
- 三、调整产业结构
- 四、重视质量管理
- 五、提高技术含量，注重成果转化

第九章 2006年医疗器械行业发展趋势分析

第一节 我国医疗器械产品翻新市场发展预测

- 一、2006年我国医疗器械产品翻新市场现状
- 二、医疗器械产品翻新市场发展预测

第二节 我国医疗器械售后服务行业发展预测

- 一、医疗器械售后服务行业发展现状
- 二、影响医疗器械售后服务行业的因素分析
- 三、2006年医疗器械售后服务行业发展预测

第三节 纳米医疗技术发展预测

- 一、2006年纳米医疗技术发展现状
- 二、2006年纳米医疗技术应用前景分析

第四节 生物芯片市场前景预测

- 一、2006年生物芯片市场现状
- 二、2006年生物芯片市场前景广阔

第五节 乡镇卫生机构市场预测

- 一、2006年乡镇卫生机构对医疗设备需求现状
- 二、2006年乡镇卫生机构市场预测

第十章 主要医疗器械企业竞争策略借鉴

第一节 中国医疗器械上市公司经营策略分析

一、北京万东医疗装备有限公司

二、北京长峰股份有限公司

三、哈慈股份有限公司

四、广东威达集团股份有限公司

第二节 其它重点企业介绍

一、中国医疗器械工业公司

二、上海医疗器械股份有限公司

三、江苏金鹿集团

四、山东新华医疗器械股份有限公司

五、深圳安科高技术股份有限公司

第三节 国际知名医疗器械生产企业发展战略分析

一、西门子医疗集团

二、通用电器医疗系统集团

三、拜耳集团

四、飞力浦/安捷伦医疗器械集团

五、日本阿洛卡

六、柯达医疗影像设备公司

七、欧姆龙(中国)有限公司

第四节 合资及进口代理重点企业竞争策略分析

一、航卫通用电气医疗系统有限公司

二、欧姆龙(大连)有限公司

三、上海阿洛卡医用仪器有限公司

四、西门子迈迪特磁共振有限公司

五、泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司

六、杭州京冷医疗器械有限公司

第四部分 2006年中国医疗器械市场发展预测

第十一章 2006年中国医疗器械行业供应预测

第一节 医疗器械市场供应状况分析与预测

一、2006年医疗器械工业总产值

二、国内医疗器械行业生产能力

三、2006年医疗器械工业生产情况预测

第二节 国内医疗器械行业发展存在的问题

第十二章 2006年中国医疗器械行业需求预测

第一节 医疗器械市场供应状况分析与预测

第二节 国内医疗器械行业发展存在的问题

第三节 国内医疗器械行业总体经营状况分析

第十三章 2006年中国医疗器械进出口预测

第一节 2006年中国医疗器械出口现状分析

一、医疗器械出口总体情况

二、医疗器械出口产品种类

三、医疗器械出口目的地

四、医疗器械产品出口主要贸易方式

五、2006年医疗器械出口商品的变化趋势

第二节 2006年中国医疗器械进口现状分析

一、医疗器械进口总体情况

二、医疗器械进口产品种类

三、医疗器械进口来源地区

四、医疗器械产品进口主要贸易方式

五、2006年医疗器械进口商品的变化趋势

第三节 2006年主要医疗器械进出口分析

一、2006年X射线断层检查仪进出口分析

二、2006年彩色超声波诊断仪进出口分析

三、2006年核磁共振成像装置进出口分析

四、2006年B型超声波诊断仪进出口分析

五、2006年内窥镜进出口分析

六、2006年按摩器具进出口分析

七、2006年输血设备进口分析

八、2006年注射器出口分析

九、2006年血压测量仪器及器具进出口分析

第四节 中国出口产品国际竞争力分析

第五节 2006年中国医疗器械出口前景预测

第十四章 中国医疗器械企业发展策略建议

第一节 产品策略

第二节 价格策略

第三节 渠道策略

第四节 销售策略

第五节 服务策略

第六节 品牌策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36506.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。