



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年超声仪器行业研究 与市场预测报告

一、调研说明

《2007-2008年超声仪器行业研究与市场预测报告》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/37925.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

第一章 超声仪器的产品分类 6

第一节 按图像信息的获取方法分类 6

一、 反射法超声诊断仪 6

二、多普勒法超声诊断仪 7

三、透射法超声诊断仪 8

第二节 按图像信息显示的成像方式分类 9

一、A型超声仪器 9

二、M型超声仪器 10

三、B型超声仪器 11

四、P型超声仪器 13

五、BP型 超声仪器 13

六、C型超声仪器 13

七、F型超声仪器 13

八、超声全息等除 14

第三节 按超声波束的扫描方式分类, 14

一、低速(手动)扫描 14

二、高速机械线性扫描 14

三、高速机械扇形扫描 14

四、高速电子线性扫描和高速电子扇形(控阵)扫描等 14

第二章 全球超声仪器行业发展状况 15

第一节 全球超声仪器的发展历史 15

第二节 全球超声仪器市场规模分析 15

第三节 全球超声仪器市场供需状况分析 16

第四节 全球超声仪器最新技术及研发动态 17

第五节 主要国家发展状况分析 17

第三章 中国超声仪器市场情况 22

第一节 我国超声仪器产业概况 22

一、我国超声仪器历史回顾	22
1、国内超声诊断发展史	22
2、中国超声诊断产业分析	23
3 中国超声诊断产品结构分析	26
4 超声造影让超声跨前一大步	28
5 超声技术亟待形成规模经济	29
二、我国超声仪器产业现状	30
第二节 中国超声仪器市场分析	30
一、我国超声波市场规模及发展概况	30
1、国内超声仪器市场规模	30
2、超声仪器在医院使用情况	33
3、彩色多谱勒超声诊断仪市场分析	34
二 我国超声仪器市场需求特性分析	34
1、医院要求超声设备必须拥有完善功能	34
2、检查收费水平导致需求差异	35
3、超声白内障乳化仪的中国需求分析	35
三 国内超声仪器市场对外贸易现状	37
1、国内医疗器械对外贸易现状	37
2、医疗器械对外贸易对超声仪器行业的影响	38
四 我国超声仪器市场前景趋势分析	39
1、超声技术进步带来商机无限	39
2、超声市场前景分析	40
五 国内超声市场竞争现状分析	41
1、市场重组	41
2、建立低成本的生产基地	42
3、主要企业超声开发情况	42
4、未来3~5年应重点开发的技术、品种	43
第三节 2000-2006 北京超声仪器保有量情况	50
一、2000-2006 北京超声仪器保有量情况	50
二、超声仪器不同使用状态情况	51
三、进口/国产对比情况	51
四 新设备/二手设备对比情况	51

五 设备的高中低档分布情况	51
1.2000-2005 超声仪器平均价格变动情况	51
2.主要品牌价格情况	52
第四节 2000-2006 上海超声仪器保有量情况	53
第五节 2000-2006 成都超声仪器保有量情况	54
第六节 2000-2006 重庆超声仪器保有量情况	55
第七节 2000-2006 武汉超声仪器保有量情况	56
第八节 2000-2006 深圳超声仪器保有量情况	56
第九节 2000-2006 西安超声仪器保有量情况	57
第十节 2000-2006 沈阳超声仪器保有量情况	58
第十一节 2000-2006 南京超声仪器保有量情况	59
第十二节 2000-2006 广州超声仪器保有量情况	60
第十三节 其它城市保有量情况分析	61
第四章 2001-2006 年国内超声仪器进出口分析	61
第一节 2001-2006 年超声仪器出口分析	61
1、超声仪器出口数量与金额分析	61
2、超声仪器出口结构分布统计分析	62
3、超声仪器细分产品出口数量与比重分析	63
第二节 2001-2006 年超声仪器进口分析	66
1、超声仪器进口数量与金额分析	66
2、超声仪器出口结构分布统计分析	67
3、超声仪器细分产品出口数量与比重分析	68
第三节 未来几年国内超声仪器进出口预测	70
一、2007-2008年超声仪器进口预测	70
一、2007-2008年超声仪器出口预测	71
第五章 我国超声仪器销售渠道运行分析	73
第一节 市场运作模式分析	73
第二节 直销模式分析	73
一、大中型医院超声仪器使用状况调查	73
二、从医疗机构就诊病人数看超声诊断设备消耗需求	75

三、 医疗改革为超声仪器市场带来商机	75
第三节 销售模式分析	76
一、 招标采购	76
二、 跨国采购	77
三、 产品展览会	78
四、 政府贷款和融资租赁	78
一、 医疗耗材走上公开招标路	81
二、 2005 年北京医用耗材集中招标回顾	82
第六章 我国超声仪器市场区域市场分析	83
第一节 超声仪器市场行业区域销售状况	83
第二节 超声仪器市场制造行业区域利润情况	83
第三节 超声仪器市场制造业区域盈亏状况	84
第四节 主要城市超声仪器市场分析	84
一、 北京市场分析	84
二、 上海市场分析	85
三、 广州市场分析	85
四、 深圳市场分析	86
五、 杭州市场分析	86
六、 重庆市场分析	86
第五节 主要城市分析综合评价	86
第七章 我国超声仪器市场产品细分市场分析	89
第一节 B 型超声波诊断仪	89
一、 我国B 型超声波诊断仪产品结构分析	89
二、 我国B 型超声波诊断仪的需求与发展趋势	89
三、 B 型超声波诊断仪使用情况	89
四、 B 型超声波诊断仪主要品牌分析	90
五、 今后几年重点开发的产品	90
六、 B 型超声波诊断仪市场发展趋势预测	90
第二节 其它产品市场分析	91

第八章 我国主要生产超声仪器企业优劣势分析	92
第一节 国内主要超声仪器企业	92
一、深圳安科高技术股份有限公司	92
二、上海麦迪逊	92
三、深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	93
四、汕头超声电子(集团)公司	94
第二节 国外主要超声仪器企业	97
美国阿克松公司	97
通用电气公司GE	97
三、ATL超声公司	98
四、HP	99
五、西门子	99
六、日立	100
七、东芝	101
八、阿洛卡	102
第九章 我国超声仪器产业未来存在问题及未来发展趋势	103
第一节 存在问题	103
第二节 发展趋势	104
一、今后几年重点开发的产品	104
二、超声技术将诊断、治疗越来越多的疾病	104
三、超声影像的未来趋势	105
四、我国超声诊断产品的需求与趋势分析	109
五 超声诊断市场发展趋势预测	109
第三节 发展机会	110
图表目录	
图表 1 A型和B型超声仪器图文特点对比图	13
图表 2 2003~2008年全球医疗器械市场规模及预测	19
图表 3 2004-2006年全球超声食品市场规模走势图	20
图表 4 全球医疗器械市场分布情况	21
图表 5 全球主要国家影像用超声波仪器装置相关专利数目的比较	22

图表 6	2003~2004年日本医疗器材市场分布	24
图表 7	医用超声仪器在医疗电子产品领域比例分布	30
图表 8	2002-2006年国内电子医疗设备产业规模走势图	35
图表 9	2003-2006年中国与全球医疗电子市场增长率比较	36
图表 10	2007年上半年国内医用超声仪器市场规模及市场份额统计	36
图表 11	不同规模医院超声仪器购买数量分布	37
图表 12	到医院就诊的白内障患者年龄构成情况表	41
图表 13	2008-2010年国内超声仪器发展数量走势	45
图表 14	超声成像仪器主要工作原理图	48
图表 15	模拟波束形成系统和数字波束形成系统工作原理图	49
图表 16	2000-2006年北京地区超声仪器保有量走势图	54
图表 17	国内医院对于超声仪器设备购买价格分布图	55
图表 18	超声仪器市场不同成长阶段购买价格变化图	56
图表 19	2000-2006年上海地区超声仪器保有量走势图	57
图表 20	2000-2006年成都地区超声仪器保有量走势图	58
图表 21	2000-2006年重庆地区超声仪器保有量走势图	59
图表 22	2000-2006年重庆地区超声仪器保有量走势图	60
图表 23	2000-2006年重庆地区超声仪器保有量走势图	61
图表 24	2000-2006年西安地区超声仪器保有量走势图	61
图表 25	2000-2006年沈阳地区超声仪器保有量走势图	62
图表 26	2000-2006年南京地区超声仪器保有量走势图	63
图表 27	2000-2006年广州地区超声仪器保有量走势图	65
图表 28	2001-2006年国内超声波诊断仪器出口数量与金额走势图	66
图表 29	2006年国内超声波诊断仪器出口结构分布图	66
图表 30	2001-2006年国内B型超声波诊断仪出口数量及占行业比重走势图	67
图表 31	2001-2006年国内彩色超声波诊断仪出口数量及占行业比重走势图	68
图表 32	2001-2006年国内未列名超声波扫描装置出口数量及占行业比重走势图	69
图表 33	2001-2006年国内超声波诊断仪器进口数量与金额走势图	70
图表 34	2006年国内超声波诊断仪器进口结构分布图	71
图表 35	2001-2006年国内B型超声波诊断仪进口数量及占行业比重走势图	72
图表 36	2001-2006年国内彩色超声波诊断仪出口数量及占行业比重走势图	72
图表 37	2001-2006年国内未列名超声波扫描装置出口数量及占行业比重走势图	73

图表 38 2001-2006年国内超声波仪器进口曲线拟合走势图	74
图表 39 2007-2008年国内超声波仪器进口预测	74
图表 40 2001-2006年国内超声波仪器出口曲线拟合走势图	75
图表 41 2007-2008年国内超声波仪器出口预测	76
图表 42 2005年国内大、中、小型医院购买超声仪器构成图	78
图表 43 我国医院购买超声仪器计划分布图	78
图表 44 国内医院超声仪器购买渠道分布	81
图表 45 申请外国政府贷款的详细程序图	82
图表 46 上海麦迪逊超声仪器设备销售区域图	97
图表 47 2006年汕头超声电子股份有限公司产品结构分布图	99
图表 48 2001-2006年汕头超声电子股份有限公司工业总产值走势图	99
图表 49 2001-2006年汕头超声电子股份有限公司营业收入走势图	100
图表 50 2001-2006年汕头超声电子股份有限公司出口创汇走势图	100
图表 51 2008-2010年国内超声仪器市场销售数量发展预期	113
图表 52 2008-2010年国内超声仪器市场销售金额发展预期	114

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37925.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。