

# 2009-2013年中国家用医疗器械市场调查及投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2013年中国家用医疗器械市场调查及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxie/8134781347.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 摘要

康复之家医疗器械连锁自2004年创立以来，已在全国十多个省市自治区建立了30多家医疗器械直营连锁店，并与众多世界性著名品牌企业结成战略合作伙伴，为中国健康消费群体带来高品质的生活。公司主要致力于制氧机、轮椅、护理床、褥疮垫、血糖仪、血压计、治疗仪等各种家用医疗器械、康复护理产品的零售与批发，满足提前步入老年社会的健康需求。康复之家医疗器械连锁拥有大量医学、药学及医疗器械、护理行业等专业人才，用专业人才从事专业事业。通过严格培训、考核及实践，康复之家人成为中国家庭医疗护理行业的市场营销和客户服务的佼佼者。这些专业的、稳固的人才资源构筑了康复之家核心竞争力的坚实基础。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国家用医疗器械行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区家用医疗器械市场的发展状况、家用医疗器械消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国家用医疗器械市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对家用医疗器械未来发展趋势进行了研判，是家用医疗器械生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前家用医疗器械行业动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

### 目录

#### 第一章 2009-2010年中国家用医疗器械行业市场发展环境解析

##### 第一节、国内宏观经济环境分析

###### 一、GDP历史变动轨迹分析

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

###### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

##### 第二节2009-2010年中国家用医疗器械市场政策环境分析

###### 一、新医改政策要点解析

###### 二、医疗器械广告审查新标准实施

###### 三、国家药监局发布《医疗器械注册管理办法》

###### 四、一类医疗器械审批将改由省级实施

###### 五、《医疗器械监督管理条例》修订

##### 第三节2009-2010年中国家用医疗器械市场技术环境分析

##### 第四节2009-2010年中国家用医疗器械市场社会环境分析

###### 一、人口老龄化

###### 二、人们自我保健意识的加强

###### 三、许多症状较轻微的疾病早期分析、预防与治疗

## 第二章 2009-2010年中国家用医疗器械市场运行状况分析

### 第一节 家用医疗器械市场运行特点分析

#### 第二节 2009-2010年中国家用医疗器械市场动态分析

##### 一、全国最大家用医疗器械连锁店发力大卖场

##### 二、首家家用医疗器械卖场亮相银川

##### 三、国内最大的家用医疗器械连锁机构登陆天津

#### 第三节 2009-2010年中国家用医疗器械市场运行状况

##### 一、中国医疗器械的三大区域市场分析

##### 二、推动医疗器械需求提升的因素

##### 三、医疗器械设备厂商出击农村市场

#### 第四节 加强家用保健器械市场监管的思考

## 第三章 2009-2010年中国医疗器械行业发展形势分析

### 第一节 2009-2010年中国医疗器械行业运营格局分析

#### 一、中国医疗器械产业发展概况

#### 二、政策引导我国医疗器械行业快速发展

#### 三、我国医疗器械产业已逐步融入全球产业链

#### 四、我国普及型医疗器械发展状况分析

#### 五、中国医疗器械研发领域进展分析

### 第二节 2009-2010年中国医疗器械市场发展概况分析

#### 一、中国医疗器械市场发展现状分析

#### 二、推动医疗器械需求提升的因素

#### 三、中国医疗器械的三大区域市场分析

#### 四、医疗器械设备厂商出击农村市场

### 第三节 2009-2010年中国医疗器械行业发展中存在的问题分析

#### 一、中国医疗器械业面临的问题与挑战

#### 二、医疗器械行业各环节中存在的问题

#### 三、国产医疗器械在国内市场面临的困难

#### 四、中国高端医疗器械有待开发

#### 五、医疗器械行业期待政策扶持

#### 六、进口医疗器械包装标识亟需规范

#### 七、中国医疗器械本土企业研发面临的难题

### 第四节 2009-2010年促进中国医疗器械产业健康发展的策略分析

#### 一、浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示

#### 二、中国医疗器械行业利用创新实行降本增效

#### 三、中国医疗器械行业的发展措施

#### 四、中国医疗器械行业的国际化发展建议

#### 第四章 2005-2010年中国医疗器械制造行业运行经济指标监测与分析

##### 第一节 2006-2009年中国医疗器械制造行业数据统计与监测分析

###### 一、2006-2009年中国医疗器械制造行业企业数量增长分析

###### 二、2006-2009年中国医疗器械制造行业从业人数调查分析

###### 三、2005-2009年中国医疗器械制造行业总销售收入分析

###### 四、2005-2009年中国医疗器械制造行业利润总额分析

###### 五、2005-2009年中国医疗器械制造行业投资资产增长性分析

##### 第二节 2010年1-2月中国医疗器械制造行业最新数据统计与监测分析

###### 一、企业数量与分布

###### 二、销售收入

###### 三、利润总额

###### 四、从业人数

##### 第三节 2010年1-2月中国医疗器械制造行业投资状况监测

###### 一、行业资产区域分布

###### 二、主要省市投资增速对比

#### 第五章 2009-2010年中国血压计产业市场运行动态分析

##### 第一节 2009-2010年中国血压市场发展动态分析

###### 一、新型医用电子血压计准确环保兼营顾

###### 二、福建建宁县首次血压计免费检定全面完成

###### 三、血压计技术进展分析

##### 第二节 2009-2010年中国血压计市场营运形势分析

###### 一、血压计市场运行特点分析

###### 二、血压计质量另人堪忧

###### 三、新型医用电子血压计准确环保兼营顾

###### 四、手表式血压计将有望上市

###### 五、家用血压计投资潜力分析

##### 第三节 2010-2013年中国血压计市场前景展望

#### 第六章 2009-2010年中国家用医疗器械业内其它热点产品运营态势分析

##### 第一节 磁疗器具

###### 一、磁疗保健器具的功能与机理

###### 二、康姿百德强势问鼎磁疗寝具市场

###### 三、磁疗器具市场运行分析

###### 四、磁疗保健器具的临床新进展

###### 五、磁疗保健器具市场前景广阔

## 第二节 家用血糖分析仪

- 一、血糖分析仪相关概述
- 二、血糖分析仪品牌综述
- 三、三诺要做中国血糖仪普及的推动者
- 四、“能说会道”的智能血糖仪问世
- 五、血糖仪市场前景展望

## 第七章 2009-2010年中国家用医疗器械市场营销模式及案例探讨

### 第一节 家用医疗器械营销要点概述

### 第二节 家用医疗器械营销的模式和现状

- 一、远离平面软文
- 二、营销模式输出
- 三、好的产品当道
- 四、数据库营销的再创新
- 五、扁平化营销组织的建立
- 六、成本考核下的目标考核

### 第三节 家用医疗器械营销渠道及模式探析

- 一、医疗器械探寻区域营销渠道变革
- 二、家用医疗器械营销模式待创新

### 第四节 2009-2010年中国家用医疗器械市场营销案例分析

- 一、家庭医疗器械企业销售出奇招,首推“轮椅以旧换新”
- 二、喜来健再探医疗保健器械的发展方向

## 第八章 2009-2010年中国家用医疗器械市场竞争格局分析

### 第一节 2009-2010年中国家用医疗器械市场竞争激烈

### 第二节 2009-2010年国外巨头看好中国医疗器械市场

- 一、国际医疗器械巨头布局中国市场
- 二、国外医疗器械新品加强扩展二三线城市市场
- 三、GE医疗进军中国家用医疗市场

### 第三节 2010-2013年中国家用医疗器械行业竞争趋势分析

## 第九章 2009-2010年世界医疗器械巨头运行分析

### 第一节 欧姆龙

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第二节 瑞士罗氏集团

一、企业概况

二、在华市场投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 GE

一、企业概况

二、在华市场投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第四节 强生

一、企业概况

二、在华市场投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第十章 2009-2010年中国家用医疗器械优势企业竞争力分析

第一节 山东新华医疗器械股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 北京万东医疗装备股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 欧姆龙（大连）有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

### 三、企业资产及负债情况分析

### 四、企业成本费用情况

#### 第五节 美敦力（上海）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

#### 第六节 强生(中国)医疗器材有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

#### 第七节 江苏金鹿集团有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

### 第十二章 2010-2015年中国家用医疗器械行业投资机会与投资风险分析

#### 第一节 2010-2015年中国家用医疗器械行业投资机会分析

##### 一、中国家用医疗器械行业投资潜力分析

##### 二、家用医疗器械行业投资吸引力分析

#### 第二节 2010-2015年中国家用医疗器械行业投资风险预警

##### 一、宏观调控政策风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、市场运营机制风险

#### 第三节 2010-2015年中国家用医疗器械行业投资规划指引

### 第十三章 2010-2015年中国家用医疗器械行业发展趋势与前景展望

#### 第一节 2010-2015年中国家用医疗器械行业发展前景分析

##### 一、医疗器械市场掀起投资热潮

##### 二、医疗器械行业受投资商青睐

#### 第二节 2010-2015年中国家用医疗器械行业发展趋势分析

##### 一、家用医疗器械的未来主流趋向

##### 二、家用医疗器械发展趋势

#### 第三节 2010-2015年中国家用医疗器械行业市场预测分析

##### 一、家用医疗器械市场供给情况预测分析

## 二、家用医疗器械行市场需求情况预测分析

## 三、家用医疗器械行产品进出口贸易分析

### 第四节 2010-2015年中国家用医疗器械行市场盈利预测分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2006-2009年医疗器械制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2009年中国医疗器械制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2009年医疗器械制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国医疗器械制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国医疗器械制造业毛利率变化趋势图

图表：2009-2010年中国医疗器械制造业亏损企业对比图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业不同规模企业分布结构图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业利润总额前五省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业利润总额前五省市对比图

图表：2010年中国医疗器械制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年中国医疗器械制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产总计前五省市统计表

- 图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产总计前五省市资产情况对比图
- 图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产总计前五省市分布结构图
- 图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元
- 图表：2010年1-2月中国医疗器械制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势图
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司主营业务收入增长趋势图
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司净利润增长趋势图
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司利润率走势图
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司成长能力指标表
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司经营能力指标表
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司盈利能力指标表
- 图表：2006-2009年山东新华医疗器械股份有限公司偿债能力指标表
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司主营业务收入增长趋势图
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司净利润增长趋势图
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司利润率走势图
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司成长能力指标表
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司经营能力指标表
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司盈利能力指标表
- 图表：2006-2009年北京万东医疗装备股份有限公司偿债能力指标表
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司销售收入情况
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司盈利指标情况
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司盈利能力情况
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司资产运行指标状况
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：欧姆龙（大连）有限公司成本费用构成情况
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司销售收入情况
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司盈利指标情况
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司盈利能力情况
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司资产运行指标状况
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司成本费用构成情况
- 图表：美敦力（上海）有限公司销售收入情况
- 图表：美敦力（上海）有限公司盈利指标情况
- 图表：美敦力（上海）有限公司盈利能力情况
- 图表：美敦力（上海）有限公司资产运行指标状况
- 图表：美敦力（上海）有限公司资产负债能力指标分析

图表：美敦力（上海）有限公司成本费用构成情况

图表：强生(中国)医疗器材有限公司销售收入情况

图表：强生(中国)医疗器材有限公司盈利指标情况

图表：强生(中国)医疗器材有限公司盈利能力情况

图表：强生(中国)医疗器材有限公司资产运行指标状况

图表：强生(中国)医疗器材有限公司资产负债能力指标分析

图表：强生(中国)医疗器材有限公司成本费用构成情况

图表：江苏金鹿集团有限公司销售收入情况

图表：江苏金鹿集团有限公司盈利指标情况

图表：江苏金鹿集团有限公司盈利能力情况

图表：江苏金鹿集团有限公司资产运行指标状况

图表：江苏金鹿集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：江苏金鹿集团有限公司成本费用构成情况

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/8134781347.html>