

2018年中国医疗器械行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国医疗器械行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/342386342386.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

医疗器械市场广阔，口腔医疗服务成下一片蓝海

近年来，人们的医疗保健意识不断增强，政府、社会和居民在医疗健康方面的费用支出大幅增加，医疗机构数量的增加和设备的更新换代引起了医疗器械的采购热潮。由于国内人口基数庞大，我国医疗器械市场正迎来快速发展期，前景广阔。在此背景下，人们对牙齿的保健意识不断增强，就诊人次的增加将带动口腔医疗机构的扩张，进而增加对口腔设备和服务需求。

消费升级趋势下，我国医疗器械前景向好

我国医疗器械市场发展较晚，在引进、吸收消化国外技术和自主研发创新过程中，目前已建立了门类较齐全、覆盖领域广阔、产业基础雄厚、产业链条完善以及技术先进性强的产业体系。

近年来，随着国家对于医疗器械产业大力支持和鼓励，各类相应的政策也密集出台，我国医疗器械行业正在步入高速发展时期。2015年我国医疗仪器设备及器械制造实现主营业务收入2382亿元，利润总额232亿元。2016年1-9月实现利润204亿元，同比增36.6%，继续保持快速增长态势。

图：我国医疗仪器设备及器械制造主营收入数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

卫生费用占GDP比重增加，医疗消费支出不断提高。2005-2015年我国卫生费用从8660亿元增至40975亿元，GAGR达17%，卫生费用占GDP的比值也在稳步提升，2015年我国卫生费用占比GDP比重达6.05%，较2005年的4.66%有所提高。与此同时，我国医疗保健消费支出也在稳步提升，2006-2016年我国居民医疗保健支出从620元增至1631元，GAGR达10.1%；2017年1-6月我国医疗保健人均消费支出达876亿元，占比GDP达7.34%。

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

医疗保健意识提高，基层医疗机构激增，国内医疗器械前景广阔。我国十几亿的人口规模决定了医疗器械巨大的市场规模。

随着国家对于居民健康医保覆盖率和报销比例的提高，居民对于医疗卫生和健康的保健意识也在不断加强。另一方面，城市化进程的推进，使得城镇医院、社区服务中心等基层医疗服务机构数量激增，而允许民营医疗机构纳入医保定点范围更是加快了民营医疗领域的发展，截止到2017年4月国内民营医院达16876所，已超过公立医院数量。

数据来源：公开数据整理

基层医疗机构设备更新换代逐步进行带动新增需求。根据国家卫计委统计数据，截止到2017年4月我国基层医疗机构可达93万所。但我国医疗器械市场起步较晚，且医疗器械资源的整体布局较不均衡，中小城市和农村医疗机构资源较为缺乏，尤其是社区和乡镇医疗服务机构的医疗器械设备资源严重匮乏，且设备先进性不足。

随着我国基层医疗改革的逐步深化，对基层医疗机构建设投资将不断增加，而提高基层就诊报销比等措施的出台，更是大大刺激了基层医疗机构的建设和基层就诊人次的增加，新购设备和设备更新将会带动医疗设备采购需求的爆发性增长。

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

(GYWWJP)

观研天下发布的《2018年中国医疗器械行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国医疗器械行业发展概述

第一节 医疗器械行业发展情况概述

- 一、医疗器械行业相关定义
- 二、医疗器械行业基本情况介绍
- 三、医疗器械行业发展特点分析

第二节 中国医疗器械行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗器械行业产业链条分析
- 三、中国医疗器械行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医疗器械行业生命周期分析

- 一、医疗器械行业生命周期理论概述
- 二、医疗器械行业所属的生命周期分析

第四节 医疗器械行业经济指标分析

- 一、医疗器械行业的赢利性分析
- 二、医疗器械行业的经济周期分析
- 三、医疗器械行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医疗器械行业进入壁垒分析

- 一、医疗器械行业资金壁垒分析
- 二、医疗器械行业技术壁垒分析

- 三、医疗器械行业人才壁垒分析
- 四、医疗器械行业品牌壁垒分析
- 五、医疗器械行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医疗器械行业市场发展现状分析

- 第一节 全球医疗器械行业发展历程回顾
- 第二节 全球医疗器械行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲医疗器械行业地区市场分析
 - 一、亚洲医疗器械行业市场现状分析
 - 二、亚洲医疗器械行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲医疗器械行业市场前景分析
- 第四节 北美医疗器械行业地区市场分析
 - 一、北美医疗器械行业市场现状分析
 - 二、北美医疗器械行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美医疗器械行业市场前景分析
- 第五节 欧盟医疗器械行业地区市场分析
 - 一、欧盟医疗器械行业市场现状分析
 - 二、欧盟医疗器械行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟医疗器械行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界医疗器械行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球医疗器械行业市场规模预测

第三章 中国医疗器械产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品医疗器械总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国医疗器械行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国医疗器械产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国医疗器械行业运行情况

第一节 中国医疗器械行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国医疗器械行业市场规模分析

第三节 中国医疗器械行业供应情况分析

第四节 中国医疗器械行业需求情况分析

第五节 中国医疗器械行业供需平衡分析

第六节 中国医疗器械行业发展趋势分析

第五章 中国医疗器械所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗器械所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国医疗器械所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国医疗器械所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国医疗器械市场格局分析

第一节 中国医疗器械行业竞争现状分析

- 一、中国医疗器械行业竞争情况分析
- 二、中国医疗器械行业主要品牌分析
- 第二节 中国医疗器械行业集中度分析
 - 一、中国医疗器械行业市场集中度分析
 - 二、中国医疗器械行业企业集中度分析
- 第三节 中国医疗器械行业存在的问题
- 第四节 中国医疗器械行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国医疗器械行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国医疗器械行业需求特点与价格走势分析

- 第一节 中国医疗器械行业消费特点
- 第二节 中国医疗器械行业消费偏好分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
- 第三节 医疗器械行业成本分析
- 第四节 医疗器械行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
- 第五节 中国医疗器械行业价格现状分析
- 第六节 中国医疗器械行业平均价格走势预测
 - 一、中国医疗器械行业价格影响因素
 - 二、中国医疗器械行业平均价格走势预测
 - 三、中国医疗器械行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医疗器械行业区域市场现状分析

- 第一节 中国医疗器械行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地医疗器械市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区医疗器械市场规模分析
- 四、华东地区医疗器械市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区医疗器械市场规模分析
- 四、华中地区医疗器械市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区医疗器械市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医疗器械行业竞争情况

第一节 中国医疗器械行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国医疗器械行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国医疗器械行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医疗器械行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国医疗器械行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗器械行业未来发展前景分析

一、医疗器械行业国内投资环境分析

二、中国医疗器械行业市场机会分析

三、中国医疗器械行业投资增速预测

第二节 中国医疗器械行业未来发展趋势预测

第三节 中国医疗器械行业市场发展预测

一、中国医疗器械行业市场规模预测

二、中国医疗器械行业市场规模增速预测

三、中国医疗器械行业产值规模预测

四、中国医疗器械行业产值增速预测

五、中国医疗器械行业供需情况预测

第四节 中国医疗器械行业盈利走势预测

一、中国医疗器械行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗器械行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国医疗器械行业投资风险与营销分析

第一节 医疗器械行业投资风险分析

一、医疗器械行业政策风险分析

二、医疗器械行业技术风险分析

三、医疗器械行业竞争风险分析

四、医疗器械行业其他风险分析

第二节 医疗器械行业企业经营发展分析及建议

一、医疗器械行业经营模式

二、医疗器械行业销售模式

三、医疗器械行业创新方向

第三节 医疗器械行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国医疗器械行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗器械行业品牌战略分析

一、医疗器械企业品牌的重要性

二、医疗器械企业实施品牌战略的意义

三、医疗器械企业品牌的现状分析

四、医疗器械企业的品牌战略

五、医疗器械品牌战略管理的策略

第二节 中国医疗器械行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医疗器械行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国医疗器械行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗器械行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择
- 第二节 中国医疗器械行业定价策略分析
- 第三节 中国医疗器械行业营销渠道策略
 - 一、医疗器械行业渠道选择策略
 - 二、医疗器械行业营销策略
- 第四节 中国医疗器械行业价格策略
- 第五节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国医疗器械行业重点投资区域分析
 - 二、中国医疗器械行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxie/342386342386.html>