

2021年中国骨科医院产业分析报告- 行业运营态势与发展趋势预测

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《2021年中国骨科医院产业分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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/zhongxiyao/532536532536.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

中国骨科行业经过近百年的发展，治疗理念、治疗水平和行业体系得到了极大发展，培育了一批具有国际水平的骨科医生以及具备较强竞争力的国产企业，为国内骨科行业的持续良性发展奠定了坚实的基础。

中国骨科行业发展历史 资料来源：观研天下数据中心整理

从骨科医院的发展阶段来看，行业正处于成长期，这期间骨科医院市场不断扩大，行业内企业数量增多，并且随着竞争的加大，一些骨科医疗不断通过创新发展，实行差异化经营，行业开始进入到品牌化、连锁化经营的阶段，头部企业竞争能力开始增强，并形成一定的品牌、技术壁垒。

从骨科企业发展角度来看，中国骨科行业先后经历了外资品牌主导到外资品牌与国产企业共同竞争的过程：

1980年以后，外资品牌进入国内市场，以国外医生先进的理念、疗法培育了早期一批医生。

2000年以后，国产企业开始集中崛起，大博医疗、威高骨科、凯利泰、爱康医疗等均成立于2004年左右，中国医生开始与国产品牌合作，提出理念、疗法，共同研发产品，推动了国内企业的快速发展。

2010年以后，凯利泰、春立医疗、爱康医疗、大博医疗等国内主要骨科企业先后上市，公司实力得到大幅提升，国产企业进入新的发展阶段，开始向技术水平更高的领域加速突破，也逐步从模仿外资到引领行业方向发展。

近年来虽然骨科医院数量保持上升态势，但是相对全国医院总数而言，占比却在下降，2019年我国骨科医院数量估计为669家，全国医院数量为34000家，占比1.97%。具体如下：

2013-2019年中国骨科医院数量占全国医院比例

资料来源：观研天下数据中心整理

骨科医院发展前景：

1、老龄化人口持续增加，第一波婴儿潮即将迈入60岁以上

骨科疾病发病率与年龄相关性极高，随着年龄的增长，人体发生骨折、脊柱侧弯、脊椎病、关节炎、关节肿瘤等骨科疾病的概率大幅上升。另外，随着人口预期寿命的提升，高年龄段的人口将持续增加，骨科疾病高风险人群也将持续增长，且对骨科的改善型治疗需求将持续提升，也在推动骨科医院行业的持续提升。

2011-2019年我国老龄化趋势明显

资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

中国人口平均预期寿命不断提升

资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

随着年龄增长，人体骨量呈先增长后不断下降的趋势，骨量减少严重会导致骨质疏松。对于男性，20-30岁左右可达最高骨密度，随后随年龄增长骨密度平缓下降。其中，女性在绝经后骨量将显著下滑。

人体骨量与年龄的关系 资料来源：国际骨质疏松基金会

根据卫健委2018年发布的中国首个骨质疏松症流行病学调查结果显示，我国40-49岁人群骨质疏松症患病率为3.2%，其中男性为2.2%，女性为4.3%；65岁以上人群骨质疏松症患病率更是高达32.0%，其中男性为10.7%，女性为51.6%。

骨质疏松与年龄的关系

资料来源：卫健委、观研天下数据中心整理

骨质疏松症作为一种以骨量下降、骨组织微结构退变的疾病、骨的脆性增加、骨力学性能下降的疾病，易导致骨折的发生。国际骨质疏松基金会的数据显示，老年人脆性骨折的发病率随年龄增长急剧增长。

从骨科疾病患者数据看，肌肉骨骼系统和结缔组织疾病患者的出院人数持续增长，2018年出院人数达到332万人次。2018年出院患者构成总，45岁以上人群占比达到78%，其中60岁及以上的人群为45%。

具体疾病看，2018年类风湿性关节炎出院患者构成群体中，45岁以上患者人群更是占到了86%，其中60岁及以上人群占据48%。2018年骨密度和骨结构疾病出院患者构成群体中，45岁以上人群占据93%，其中60岁及以上人群占据82%。

从未来十年的人口结构走势看，1949年建国以来，两波婴儿潮分别开始于1962年和1981年，其中1962年出生第一波婴儿潮人群于2017年迈入55岁以上，并且即将迈入60岁以上年龄阶段，骨科疾病的高发人群预计将维持十年的高增长趋势。

2、运动人群数量持续上升，部分骨科疾病亦呈年轻化趋势发展

随着中国体育运动的持续普及，运动群体持续扩大，相关骨科损伤概率也快速提升。以跑步为例，其潜在引起的运动损伤可达近15种，尤其长跑可能带来的半月板损伤，甚至会对膝盖造成较大损害。

数据显示，我国2015年经常参加体育锻炼人数已达到4亿（经常参加体育锻炼的人数是指每周体育活动频度在3次及以上，每次身体活动时间30分钟以上且活动强度达到中等程度以上），预计2025年将达到5亿。

2015-2025年中国经常参加体育锻炼人数持续上升 资料来源：wind、观研天下数据中心整理

国务院办公厅印发《体育强国建设纲要》要求，到2035年经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上。目前中国体育人口占比仅为30%多，低于发达国家水平，更是显著低于美国水平。随着中国体育锻炼人口的持续增长，相关骨科需求也会持续提升。

另外，随着生活方式的逐渐改变，长期伏案工作、久坐、长时间驾车等不良习惯，椎间盘突出的发病人群也在逐渐年轻化。数据显示，我国腰椎间盘突出总体人群患病率为11.6%，男性患病率为12.5%，女性患病率为10.7%。腰椎间盘突出发病年龄呈明显年轻化表现

，15-24岁腰椎间盘突出检出率为2.8%，25-39岁检出率可达13.9%，40-54岁检出率达13.7%，大于或等于55岁检出率达12.8%。

不同年龄段腰椎间盘突出检出率 资料来源：卫健委、观研天下数据中心整理

中国卫生统计年鉴显示，2010-2018年中国公立医院腰椎间盘突出疾病出院人数不断攀升，从15.9万上不断上升至59.6万人，其中，2018年较2017年增长16.4%，彰显了腰间盘突出患者就医需求的持续旺盛。

由于运动损伤疾病多属于年轻人，以及椎间盘突出的年轻化趋势，对微创治疗的新术式发展有很大的推动作用。例如，年轻的运动群体在球类运动中造成的韧带断裂，为了能够减少治疗创伤以及快速回复运动能力，将倾向于介绍关节镜下的韧带重建手术。此外，由于腰间盘突出患者的年轻化，传统的开放性手术对机体损伤较大且运动能力下降，以椎间孔镜为代表的微创治疗方式可以达到接近开放性手术的效果，但是对患者术后的损伤很小，近几年发展较为迅速。

3、医保覆盖能力持续提升，居民自主消费能力持续增加

2019年我国居民人均可支配收入达到3.1万元，同比增长8.9%，2013-2019年复合增长率为9%，预计随着我国经济的持续增长，人均可支配收入水平仍然会保持较快的增长速度，将为骨科疾病的高端治疗需求奠定基础。

另外，2019年我国人均医疗保健支出达到1902元，同比增长12.9%，2013-2019年复合增长率为13%，高于同期人均可支配收入增速，预计仍将以较快速度持续提升，将进一步推动骨科医院需求的整体释放。

2013-2019年我国居民可支配收入持续增长

资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

2013-2019年中国居民人均医疗保健消费支出持续增长资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

随着医院专科化的趋势的不断发展，未来我国的骨科医院的数量将不断增长，预计到2026年将达到867家左右。

2020-2026年中国骨科医院趋势预测 资料来源：观研天下数据中心整理

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国骨科医院产业分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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。

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家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 2017-2020年中国骨科医院行业发展概述

第一节 骨科医院行业发展情况概述

- 一、骨科医院行业相关定义
- 二、骨科医院行业基本情况介绍
- 三、骨科医院行业发展特点分析
- 四、骨科医院行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、骨科医院行业需求主体分析

第二节 中国骨科医院行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、骨科医院行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国骨科医院行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国骨科医院行业生命周期分析

- 一、骨科医院行业生命周期理论概述
- 二、骨科医院行业所属的生命周期分析

第四节 骨科医院行业经济指标分析

- 一、骨科医院行业的赢利性分析
- 二、骨科医院行业的经济周期分析
- 三、骨科医院行业附加值的提升空间分析

第五节 中国骨科医院行业进入壁垒分析

- 一、骨科医院行业资金壁垒分析
- 二、骨科医院行业技术壁垒分析
- 三、骨科医院行业人才壁垒分析
- 四、骨科医院行业品牌壁垒分析
- 五、骨科医院行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球骨科医院行业市场发展现状分析

第一节 全球骨科医院行业发展历程回顾

第二节 全球骨科医院行业市场区域分布情况

第三节 亚洲骨科医院行业地区市场分析

- 一、亚洲骨科医院行业市场现状分析
- 二、亚洲骨科医院行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲骨科医院行业市场前景分析

第四节 北美骨科医院行业地区市场分析

- 一、北美骨科医院行业市场现状分析
- 二、北美骨科医院行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美骨科医院行业市场前景分析

第五节 欧洲骨科医院行业地区市场分析

- 一、欧洲骨科医院行业市场现状分析
- 二、欧洲骨科医院行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲骨科医院行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界骨科医院行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球骨科医院行业市场规模预测

第三章 中国骨科医院产业发展环境分析

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、全社会消费品骨科医院总额

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 中国骨科医院行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国骨科医院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 中国骨科医院行业运行情况

第一节 中国骨科医院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 中国骨科医院行业市场规模分析

第三节 中国骨科医院行业供应情况分析

第四节 中国骨科医院行业需求情况分析

第五节 我国骨科医院行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国骨科医院行业供需平衡分析

第七节 中国骨科医院行业发展趋势分析

第五章 中国骨科医院所属行业运行数据监测

第一节 中国骨科医院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 中国骨科医院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 中国骨科医院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 2017-2020年中国骨科医院市场格局分析

第一节 中国骨科医院行业竞争现状分析

一、中国骨科医院行业竞争情况分析

二、中国骨科医院行业主要品牌分析

第二节 中国骨科医院行业集中度分析

一、中国骨科医院行业市场集中度影响因素分析

二、中国骨科医院行业市场集中度分析

第三节 中国骨科医院行业存在的问题

第四节 中国骨科医院行业解决问题的策略分析

第五节 中国骨科医院行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国骨科医院行业需求特点与动态分析

第一节 中国骨科医院行业消费市场动态情况

第二节 中国骨科医院行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 骨科医院行业成本结构分析

第四节 骨科医院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 中国骨科医院行业价格现状分析

第六节 中国骨科医院行业平均价格走势预测

一、中国骨科医院行业价格影响因素

二、中国骨科医院行业平均价格走势预测

三、中国骨科医院行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国骨科医院行业区域市场现状分析

第一节 中国骨科医院行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区骨科医院市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区骨科医院市场规模分析

四、华东地区骨科医院市场规模预测

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、华中地区骨科医院市场规模分析

四、华中地区骨科医院市场规模预测

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、华南地区骨科医院市场规模分析

四、华南地区骨科医院市场规模预测

第九章 2017-2020年中国骨科医院行业竞争情况

第一节 中国骨科医院行业竞争结构分析（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 中国骨科医院行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国骨科医院行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 骨科医院行业企业分析（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

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

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
- 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
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国骨科医院行业发展前景分析与预测

第一节 中国骨科医院行业未来发展前景分析

- 一、骨科医院行业国内投资环境分析
- 二、中国骨科医院行业市场机会分析
- 三、中国骨科医院行业投资增速预测

第二节 中国骨科医院行业未来发展趋势预测

第三节 中国骨科医院行业市场发展预测

- 一、中国骨科医院行业市场规模预测
- 二、中国骨科医院行业市场规模增速预测
- 三、中国骨科医院行业产值规模预测
- 四、中国骨科医院行业产值增速预测
- 五、中国骨科医院行业供需情况预测

第四节 中国骨科医院行业盈利走势预测

- 一、中国骨科医院行业毛利润同比增速预测
- 二、中国骨科医院行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国骨科医院行业投资风险与营销分析

第一节 骨科医院行业投资风险分析

- 一、骨科医院行业政策风险分析
- 二、骨科医院行业技术风险分析
- 三、骨科医院行业竞争风险分析
- 四、骨科医院行业其他风险分析

第二节 骨科医院行业应对策略

- 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 2021-2026年中国骨科医院行业发展战略及规划建议

第一节 中国骨科医院行业品牌战略分析

- 一、骨科医院企业品牌的重要性
- 二、骨科医院企业实施品牌战略的意义
- 三、骨科医院企业品牌的现状分析
- 四、骨科医院企业的品牌战略
- 五、骨科医院品牌战略管理的策略

第二节 中国骨科医院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 中国骨科医院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

第四节 骨科医院行业竞争力提升策略

- 一、骨科医院行业产品差异性策略
- 二、骨科医院行业个性化服务策略
- 三、骨科医院行业的促销宣传策略
- 四、骨科医院行业信息智能化策略
- 五、骨科医院行业品牌化建设策略
- 六、骨科医院行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国骨科医院行业发展策略及投资建议

第一节 中国骨科医院行业产品策略分析

- 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 中国骨科医院行业营销渠道策略

一、骨科医院行业渠道选择策略

二、骨科医院行业营销策略

第三节 中国骨科医院行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国骨科医院行业重点投资区域分析

二、中国骨科医院行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/532536532536.html>