

2016-2022年中国医疗器械产业规模现状及十三五 未来趋势研究报告

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《2016-2022年中国医疗器械产业规模现状及十三五未来趋势研究报告》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/yiliaoqixie/244086244086.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

医疗器械是指直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品，包括所需要的计算机软件。

医疗器械行业涉及到医药、机械、电子、塑料等多个行业，是一个多学科交叉、知识密集、资金密集的高技术产业。而高新技术医疗设备的基本特征是数字化和计算机化，是多学科、跨领域的现代高新技术的结晶，其产品技术含量高，利润高，因而是各科技大国，国际大型公司相互竞争的制高点，介入门槛较高。即使是在行业整体毛利率较低、投入也不高的子行业也会不断有技术含量较高的产品出现，并从中孕育出一些具有较强盈利能力的企业。因此行业总体趋势是高投入、高收益。很长时间以来，进口医疗器械都垄断着中国中高端市场，国产品牌因“产品低端、技术落后，创新不足”备受冷落。我国医疗器械产业还处于吸收创新发展阶段，自主创新医疗器械品牌多数集中在中低端产品市场，自主研发能力相对薄弱，核心技术和关键部件依赖国外进口的局面还没有根本扭转。但中国医疗器械行业已经成为一个产品门类比较齐全、创新能力不断增强、国内外市场需求十分旺盛的朝阳产业。

近年来，医疗器械国产化步伐不断加快，《中国制造 2025》、“十三五”规划建议等重要文件都明确将高性能医疗器械列为重点发展产业，审批评审制度改革，对国产创新医疗器械开辟了特殊审批通道，鼓励国产医疗器械研发创新，未来医疗器械产业发展思路将以提高企业技术研发能力为核心来调整产业发展方向和产品结构，扶持和发展国产医疗器械产业。

《2016-2022年中国医疗器械产业规模现状及十三五未来趋势研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 行业运行现状

第一章 医疗器械行业概述

第一节 医疗器械行业概述

一、医疗器械行业定义及特点

1、医疗器械定义

2、医疗器械使用目的

3、.医疗器械行业特点

二、医疗器械行业分类

1、医疗器械的分类

2、医疗器械的分类界定

三、医疗器械行业地位及作用分析

1、行业地位阐述

2、在卫生健康事业的作用

3、对经济发展的带动作用

4、对科技发展的带动作用

第二节 2014-2015年中国医疗器械经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、行业规模

第三节 医疗器械行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、上下游之间的关联性

三、主要环节的增值空间

四、产业链上游相关行业分析

1、相关行业分析

2、影响及风险提示

五、产业链下游相关行业分析

1、相关行业分析

2、影响及风险提示

第二章 医疗器械行业用户分析

第一节 医疗器械行业用户认知程度

第二节 医疗器械行业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第二部分 市场发展分析

第三章 医疗器械行业全球发展分析

第一节 全球医疗器械市场格局

- 一、市场增长动力
- 二、全球市场规模
- 三、市场发展格局
- 四、行业专利纷争
- 五、行业热点分析
- 六、行业整合加速
- 七、市场发展预测

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

- 1、发展现状
- 2、市场结构
- 3、发展前景预测

二、美国

- 1、发展现状
- 2、市场结构
- 3、发展前景预测

三、日本

- 1、发展现状
- 2、市场结构
- 3、发展前景预测

四、印度

- 1、发展现状
- 2、市场结构
- 3、发展前景预测

五、其它国家和地区

- 1、中东地区医疗器械市场分析
- 2、新加坡医疗器械市场分析
- 3、泰国医疗器械市场分析
- 4、韩国医疗器械市场分析
- 5、俄罗斯医疗器械市场分析
- 6、巴西医疗器械市场分析

第四章 中国医疗器械市场发展分析

第一节 中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

三、中国医疗器械发展状况

四、影响医疗器械行业发展的因素

五、新常态下看医疗器械行业的三大变革

第四节 文化环境分析

第五节 生态环境分析

第五章 中国医疗器械市场运行分析

第一节 行业发展现状

一、行业发展阶段

二、行业发展特点

三、行业商业模式

四、行业发展存在的问题

第二节 市场情况分析

1、民用医疗器械

2、家用医疗器械

第三节 市场规模分析

一、东北地区市场规模

二、华北地区市场规模

三、华东地区市场规模

四、华中地区市场规模

五、华南地区市场规模

六、西南地区市场规模

七、西北地区市场规模

第四节 医疗器械市场价格分析

一、定价机制

1、价格机制的作用

2、价格机制的弊端

3、价格机制对医疗器械的影响

二、价格影响因素分析

三、价格走势分析

第六章 中国医疗器械进出口数据分析

第一节 2014-2015年中国医疗器械行业进口情况

一、行业进口规模统计

二、行业进口区域分布

三、行业进口企业分布

四、行业进口产品结构

第二节 2014-2015年中国医疗器械行业出口情况

一、行业出口规模统计

二、行业出口产品结构

三、行业出口区域分布

四、行业出口企业分布

五、行业出口省市分布

第七章 2014-2015年中国医疗器械行业总体发展状况

第一节 2014-2015年中国医疗器械行业供给分析及预测

一、医疗器械行业供给情况

二、医疗器械行业供给结构

三、医疗器械供给区域分布

第二节 2014-2015年中国医疗器械行业需求分析及预测

一、医疗器械行业需求总量

二、医疗器械行业需求结构

三、医疗器械需求区域分布

第三节 2014-2015年中国医疗器械行业供需平衡分析

第四节 2014-2015年中国医疗器械行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第三部分 行业企业竞争格局

第八章 医疗器械行业竞争力优势分析

第一节 行业地位分析

第二节 行业竞争力评价

第三节 产品竞争力评价结果分析

第九章 2014-2015年医疗器械市场竞争策略分析

第一节 行业竞争力分析

一、竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

二、SWOT分析

- 1、优势
- 2、劣势
- 3、机会
- 4、威胁

三、集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

第二节 企业竞争力分析

一、竞争格局分析

- 1、不同类型企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

二、影响企业竞争力的因素

三、提高企业核心竞争力的对策

第十章 医疗器械行业竞争格局分析

第一节 国际医疗器械市场竞争状况分析

- 一、全球医疗器械行业发展现状分析
- 二、全球医疗器械行业市场竞争分析
- 三、全球医疗器械行业研发投入分析
- 四、重点国家医疗器械市场发展分析
- 五、全球医疗器械行业发展前景分析

第二节 跨国医疗器械企业在华投资分析

- 一、GE医疗集团在华投资布局分析
- 二、西门子医疗系统集团在华投资布局分析

- 三、飞利浦医疗系统集团在华投资布局分析
- 四、美国美敦力公司在华投资布局分析
- 五、美国强生医疗公司在华投资布局分析
- 六、柯惠医疗在华投资布局分析
- 七、波士顿科学国际有限公司在华投资布局分析
- 八、碧迪医疗在华投资布局分析
- 九、圣犹达公司在华投资布局分析
- 十、3M医疗在华投资布局分析

第四部分 企业发展规划与展望

第十一章 2014-2015年医疗器械行业重点企业竞争分析

第一节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 航卫通用电气医疗系统有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 山东淄博山川医用器材有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 山东威高集团医用高分子制品股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 山东新华医疗器械股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第七节 华润万东医疗装备股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第八节 上海西门子医疗器械有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第九节 珠海和佳医疗设备股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十节 江苏中惠医疗科技股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2014-2015年企业经营状况分析
- 三、2014-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五部分 行业前景预测

第十二章 2016-2022医疗器械行业投资与发展前景分析

第一节 医疗器械行业投资机会分析

- 一、医疗器械投资特性分析
 - 1、行业进入壁垒分析
 - 2、盈利因素分析
 - 3、盈利模式分析
- 二、医疗器械投资项目分析
- 三、可以投资的医疗器械模式

第二节 2016-2022年中国医疗器械行业发展预测

- 一、2016-2022年供给预测
- 二、2016-2022年产量预测
- 三、2016-2022年需求预测
- 四、2016-2022年供需平衡预测
- 五、2016-2022年进出口预测
- 第三节 2016-2022年中国医疗器械行业投资风险分析
 - 一、2016-2022年市场风险分析
 - 二、2016-2022年政策风险分析
 - 三、2016-2022年经营风险分析
 - 四、2016-2022年技术风险分析
 - 五、2016-2022年同业竞争风险
 - 六、2016-2022年管理风险分析
 - 七、2016-2022年其他风险分析
- 第十三章 2016-2022年中国医疗器械细分市场分析
 - 第一节 细分产品特色
 - 第二节 2014-2015年细分产品市场规模及增速
 - 第三节 2016-2022年细分产品市场规模及增速预测
 - 第四节 2016-2022年重点细分产品市场前景预测
- 第十四章 2016-2022医疗器械行业投资战略研究
 - 第一节 发展战略研究
 - 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
 - 第二节 对我国医疗器械品牌的战略思考
 - 一、品牌的重要性
 - 二、实施品牌战略的意义
 - 三、品牌的现状分析
 - 四、企业的品牌战略
 - 五、品牌战略管理的策略
 - 第三节 医疗器械经营策略分析
 - 一、医疗器械市场细分策略

二、医疗器械市场创新策略

三、品牌定位于品类规划

四、医疗器械新产品差异化战略

第六部分 行业投资分析与建议

第十五章 专家观点与结论

第一节 医疗器械行业营销策略分析及建议

一、医疗器械行业营销模式

二、医疗器械行业营销策略

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、医疗器械行业生产模式

三、医疗器械知识产权保护

三、2016年医疗器械投资机会

第三节 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

四、高端医疗器械发展的关键

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十六章 医疗器械行业投资建议

第一节 行业发展策略建议

第二节 行业投资方向建议

第三节 行业投资方式建议

图表目录

图表：医疗器械分类

图表：2015年医疗器械相关分类界定

图表：2015年医疗器械行业利润总额

图表：2014年-2015年医疗器械市场销售规模（亿元）

图表：医疗器械产业链

图表：医疗器械产业价值链

图表：医疗器械行业发展驱动力

图表：全国医疗卫生服务机构医疗服务量

图表：我国医疗器械销售规模

图表：2014-2015年我国医疗器械销售规模

图表：2010-2020年中国人口老龄化趋势

图表：2015各省医疗器械销售产值

图表：2015年医疗器械产品类别进出口统计

图表：2010-2015年医疗器械行业累计营业收入及增速

图表：2010-2015年医疗器械行业累计利润总额及增速

图表：2010-2015年医疗器械行业累计收入及利润增速对比

图表：2015年我国医疗器械市场结构比重

图表：全球销售额前20大公司和市场份额

图表：医疗器械行业潜在进入者分布

图表：2014-2015年全国就业人数（万人）

图表：2016-2022年医疗器械行业营业收入预测

图表：2016-2022年我国医疗器械总产值预测及增长趋势（亿元）

图表：2016-2022年我国销售收入预测及增长趋势（亿元）

图表：2016-2022年中国医疗器械主营业务收入预测

图表：2016-2022年中国医疗器械市场规模预测

图表：2016-2022年我国医疗仪器设备及器械制造行业销售收入预测

图表：2016-2022年我国医疗仪器设备及器械制造行业销售利润预测

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqxie/244086244086.html>