2019年中国医用高分子材料行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究

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《2019年中国医用高分子材料行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/weishengcailiao/386548386548.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

医用高分子材料是指用以制造人体内脏、体外器官、药物剂型及医疗器械的聚合物材料，其来源包括天然生物高分子材料和合成生物高分子材料。天然医用高分子材料来源于自然，包括纤维素、甲壳素、透明质酸、胶原蛋白、明胶及海藻酸钠等；合成医用高分子材料是通过化学方法，人工合成的用于医用的高分子材料，目前常用的有聚氨酯、硅橡胶、聚酯纤维、聚乙烯基吡咯烷酮、聚醚醚酮、聚甲基丙烯酸甲酯、聚乙烯醇、聚乳酸、聚乙烯等。

随着人们生活水平的不断提高，健康意识的不断增强，城镇化的深入和老年化比例的提高，一次性无菌医用高分子制品的市场规模将不断增长。此外，随着科学技术的进步，尤其是生物学、临床医学、材料学的的不断进步，以及精密制造业的发展，一次性无菌医用高分子制品的产品质量与性能必将实现新的突破，刺激新的消费需求的出现，不断拓展市场容量。

全球一次性医疗产品市场容量（亿美元）

数据来源：中国医保商会

全球伤口敷料市场容量

数据来源：中国医保商会

1、产业整合是必然趋势

虽然我国一次性高分子医用制品市场总量在持续增长，但产品主要集中于低端普及型产品，效益并不明显。国内一次性无菌医用高分子制品生产企业产品同质化、低水平生产情况严重，企业间容易形成以价格战为主导的恶性竞争局面。

目前我国一次性无菌医用高分子制品行业还存在大量家庭式、作坊式生产企业，这些企业存在规模及技术水平较低、生产资质参差不齐、生产环境较差以及产品质量与售后服务无法保证等特点。随着劳动力成本与原材料价格持续上涨，产业结构升级的深化，一些无法形成规模效应、生产资质、技术水平较差的生产企业将在市场上丧失竞争优势。此外，其他新兴市场国家如巴西、印度等国家同行业企业带来的外部压力和挑战也不容忽视。

因此，在一次性无菌医用高分子制品行业的未来竞争中，一方面需要企业提高产品的竞争优势，通过新材料和新技术的应用、产品质量标准的提高、改善加工工艺等途径来提高产品的档次，跳出在低等级产品层面同质竞争的局面。另一方面，国内生产企业多、规模小，但根据整体布局来看产区相对集中，对企业间建立有序竞争和合理分工合作，形成单个品种规模化发展提出了较高要求。

未来一次性高分子医用制品生产企业既需要通过获得规模经济优势降低生产成本，还需要以建立医用耗材产业基地的形式，以强化龙头产品，提升产品的可靠性、安全性与加强服务为未来发展导向，提高企业差异化竞争能力及议价能力。

2、提升产品附加值是发展之道

传统的一次性无菌医用高分子制品通常是利用自身的物理特性在治疗、手术或者护理

过程中起到抗细菌、防感染和减轻患者痛苦等作用，这些特性主要依靠所使用材料的物理性质和生产工艺的控制达成。随着临床医学的发展，将药物与传统医用高分子制品结合起来是一次性无菌医用高分子制品行业发展的一个重要趋势。如公司的专利产品海藻酸盐敷贴，将海藻酸盐与非织造物敷料复合，具有对伤口渗液极强的吸收性能，并促进伤口凝血及伤口组织再生的功效。随着人们对治疗、护理要求的不断提高，行业竞争的不断加剧以及企业对竞争差异化和打破目前市场上低质化、同质化竞争局面的强烈愿望，这种将治疗手段与医用制品相结合以提升产品附加值的做法将成为一次性无菌医用高分子制品行业未来发展的一个重要趋势。

3、整合流通环节是必经之路

医疗器械价格虚高，虚高部分主要产生于流通环节。一般来说，医用耗材从生产厂家到医院，通常要经过一级代理、大区代理、省级代理等多个层级，每一次转手均有利润加成。因此，将流通环节进行整合，使资源得以合理分配是促进行业健康发展的必经之路。

从进入一次性医用制品行业开始，就着手建设覆盖全国的销售平台与医用物流网络，直接与各地主要医院建立供应关系。通过覆盖面广泛的销售网络，避免了产品由于流通渠道而产生的价格虚高问题，并在医院及患者中树立了质优价低的品牌形象。

4、行业特有的经营模式

一次性无菌医用高分子制品行业企业销售模式包括直销和经销两种。

直销模式下，一次性无菌医用高分子制品生产企业直接面向医院用户和其他医疗机构用户，建立购销关系，并负责产品的配送或委托配送公司完成配送。按照所销售的对象是否集中招标采购，由谁采购进行划分，直销模式下的采购大致包括三类。

第一类：政府及军区集中招标采购。通常由当地卫生局、招标办等政府部门或军区借助自身采购平台或委托第三方交易平台，对辖区内医院使用的指定类型、规格的医用耗材进行集中招标采购。中标供应商可以向招标辖区范围内的医院销售相应中标产品。

第二类：医院集中招标采购。通常由医院借助自身采购平台或委托第三方交易平台，对该医院内不同科室的指定类型医用耗材进行招标采购。中标供应商可以在招标范围内的科室销售中标产品。

第三类：医院或医院各科室自行采购。基于一次性医用耗材种类、规格繁多、量大价低的特点，不同医院或同一家医院的不同科室会根据实际需要，对未在招标范围内的耗材进行自行采购，或者不通过招标形式，直接与长期合作的供应商进行采购。

经销模式是一次性无菌医用高分子制品行业大部分企业采用的销售模式。在这种销售模式下，生产企业将产品授权或销售给经销商，经销商再将产品销售给医院等用户。经销模式存在节省销售费用、便于管理的特点，但也存在不利于产品市场开拓、树立品牌形象的缺点。（YZ）　　观研天下发布的《2019年中国医用高分子材料行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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 2016-2018年中国医用高分子材料行业发展概述
第一节 医用高分子材料行业发展情况概述
一、医用高分子材料行业相关定义
二、医用高分子材料行业基本情况介绍
三、医用高分子材料行业发展特点分析
第二节 中国医用高分子材料行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、医用高分子材料行业产业链条分析
三、中国医用高分子材料行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国医用高分子材料行业生命周期分析
一、医用高分子材料行业生命周期理论概述
二、医用高分子材料行业所属的生命周期分析
第四节 医用高分子材料行业经济指标分析

一、 医用高分子材料行业的赢利性分析
二、 医用高分子材料行业的经济周期分析
三、医用高分子材料行业附加值的提升空间分析
第五节 中国医用高分子材料行业进入壁垒分析
一、医用高分子材料行业资金壁垒分析
二、医用高分子材料行业技术壁垒分析
三、医用高分子材料行业人才壁垒分析
四、医用高分子材料行业品牌壁垒分析
五、医用高分子材料行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医用高分子材料行业市场发展现状分析
第一节 全球医用高分子材料行业发展历程回顾
第二节 全球医用高分子材料行业市场区域分布情况
第三节 亚洲医用高分子材料行业地区市场分析
一、亚洲医用高分子材料行业市场现状分析
二、亚洲医用高分子材料行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲医用高分子材料行业市场前景分析
第四节 北美医用高分子材料行业地区市场分析
一、北美医用高分子材料行业市场现状分析
二、北美医用高分子材料行业市场规模与市场需求分析
三、北美医用高分子材料行业市场前景分析
第五节 欧盟医用高分子材料行业地区市场分析
一、欧盟医用高分子材料行业市场现状分析
二、欧盟医用高分子材料行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟医用高分子材料行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界医用高分子材料行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球医用高分子材料行业市场规模预测

第三章 中国医用高分子材料产业发展环境分析
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、全社会消费品医用高分子材料总额
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 中国医用高分子材料行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国医用高分子材料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 中国医用高分子材料行业运行情况
第一节 中国医用高分子材料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 中国医用高分子材料行业市场规模分析
第三节 中国医用高分子材料行业供应情况分析
第四节 中国医用高分子材料行业需求情况分析
第五节 中国医用高分子材料行业供需平衡分析
第六节 中国医用高分子材料行业发展趋势分析

第五章 中国医用高分子材料所属行业运行数据监测
第一节 中国医用高分子材料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 中国医用高分子材料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 中国医用高分子材料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年中国医用高分子材料市场格局分析
第一节 中国医用高分子材料行业竞争现状分析
一、中国医用高分子材料行业竞争情况分析
二、中国医用高分子材料行业主要品牌分析
第二节中国医用高分子材料行业集中度分析
一、中国医用高分子材料行业市场集中度分析
二、中国医用高分子材料行业企业集中度分析
第三节 中国医用高分子材料行业存在的问题
第四节 中国医用高分子材料行业解决问题的策略分析
第五节 中国医用高分子材料行业竞争力分析
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年中国医用高分子材料行业需求特点与动态分析
第一节 中国医用高分子材料行业消费市场动态情况
第二节 中国医用高分子材料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 医用高分子材料行业成本分析
第四节 医用高分子材料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 中国医用高分子材料行业价格现状分析
第六节 中国医用高分子材料行业平均价格走势预测

一、中国医用高分子材料行业价格影响因素
二、中国医用高分子材料行业平均价格走势预测
三、中国医用高分子材料行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医用高分子材料行业区域市场现状分析
第一节 中国医用高分子材料行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地医用高分子材料市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区医用高分子材料市场规模分析
四、华东地区医用高分子材料市场规模预测
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、华中地区医用高分子材料市场规模分析
四、华中地区医用高分子材料市场规模预测
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、华南地区医用高分子材料市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医用高分子材料行业竞争情况
第一节 中国医用高分子材料行业竞争结构分析（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 中国医用高分子材料行业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 中国医用高分子材料行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境

二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 医用高分子材料行业企业分析（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 2019-2025年中国医用高分子材料行业发展前景分析与预测
第一节 中国医用高分子材料行业未来发展前景分析
一、医用高分子材料行业国内投资环境分析
二、中国医用高分子材料行业市场机会分析
三、中国医用高分子材料行业投资增速预测
第二节 中国医用高分子材料行业未来发展趋势预测
第三节 中国医用高分子材料行业市场发展预测
一、中国医用高分子材料行业市场规模预测
二、中国医用高分子材料行业市场规模增速预测
三、中国医用高分子材料行业产值规模预测
四、中国医用高分子材料行业产值增速预测
五、中国医用高分子材料行业供需情况预测
第四节 中国医用高分子材料行业盈利走势预测
一、中国医用高分子材料行业毛利润同比增速预测
二、中国医用高分子材料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国医用高分子材料行业投资风险与营销分析
第一节 医用高分子材料行业投资风险分析
一、医用高分子材料行业政策风险分析
二、医用高分子材料行业技术风险分析
三、医用高分子材料行业竞争风险分析
四、医用高分子材料行业其他风险分析
第二节 医用高分子材料行业企业经营发展分析及建议
一、医用高分子材料行业经营模式
二、医用高分子材料行业销售模式
三、医用高分子材料行业创新方向
第三节 医用高分子材料行业应对策略
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 2019-2025年中国医用高分子材料行业发展策略及投资建议
第一节 中国医用高分子材料行业品牌战略分析
一、医用高分子材料企业品牌的重要性

二、医用高分子材料企业实施品牌战略的意义
三、医用高分子材料企业品牌的现状分析
四、医用高分子材料企业的品牌战略
五、医用高分子材料品牌战略管理的策略
第二节 中国医用高分子材料行业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、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 中国医用高分子材料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 2019-2025年中国医用高分子材料行业发展策略及投资建议
第一节 中国医用高分子材料行业产品策略分析
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 中国医用高分子材料行业定价策略分析
第三节 中国医用高分子材料行业营销渠道策略
一、医用高分子材料行业渠道选择策略
二、医用高分子材料行业营销策略
第四节 中国医用高分子材料行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国医用高分子材料行业重点投资区域分析
二、中国医用高分子材料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/weishengcailiao/386548386548.html