

2021年中国医疗机器人市场分析报告- 行业运营现状与未来前景研究

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《2021年中国医疗机器人市场分析报告-行业运营现状与未来前景研究》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/yiliaoqixie/538126538126.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

医疗机器人是指用于医院、诊所的医疗或辅助医疗的机器人。医疗机器人是一种智能型服务机器人，它能独自编制操作计划，并依据实际情况确定动作程序，然后把动作变为操作机构的运动。它能够辅助医生，扩展医生的能力，具有医用性、临床适应性以及良好交互性三大特点。

目前我国医疗机器人尚处于起步阶段，市场规模不大，2019 约为43.2亿元，增长较为迅速，增速达到26.7%左右，未来增长潜力较大，预计2020年市场规模将达到56.16亿元。

2015-2020年我国医疗机器人市场规模 数据来源：公开资料整理

我国医疗机器人种类较多，主要包括康复机器人、辅助机器人、手术机器人、非治疗服务机器人以及其他机器人等。其中康复机器人占主要比重，比例达到42%，其次为辅助机器人，占比为17%，手术机器人占比16%，非治疗服务机器人占比8%。

我国医疗机器人种类占比情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

对于医疗机器人生产企业来说，供应商为金属材料、生物医学材料、医用高分子材料等材料的提供者，电子元件、电路板等医疗器械零配件的提供者。对于高端、品质优良的材料、零配件的供应商来说，他们的产品往往具有稀缺性，比如介入产品的原材料主要有支架管材、导管等生物材料，要求材料具有良好的强度、塑性、生物相容性、耐腐蚀性等，能够生产的厂商很少，因此他们具有较强的议价能力；对于低端材料、部件的供应商来说，他们相互之间的竞争比较激烈，往往用价格优势来获取客户，因此低端的普通材料、部件的供应商议价能力较弱。

二、购买者的议价能力

一方面，高端大型医疗机器人主要存在于医疗设施比较齐全的三甲医院等，而且由于信息不对称，消费者获取资讯的能力多来自亲戚朋友等的交流，所以消费者谈判能力相对于医院、医疗机器人生产企业来说很不合理。另一方面，随着生活节奏的不断加快，处于亚健康的人群日益增加，越来越多的病人需要在出院后使用辅以治疗慢性病痛为主要功能的家用医疗机器人，所以家用医疗机器人的市场正呈现出井喷的趋势。综合来看消费者的议价能力比较弱。

三、新进入者的威胁

产品技术含量高、所需资金大、监管严格，新进入者的威胁较小。作为医疗机器人的使用者，在选择产品时更加倾向于选择品牌知名度高、口碑好的产品，医疗机器人的知名度、品牌形象的建立是一个长期的过程，需要在产品研发、质量控制、市场推广等多方面进行长期的投入，良好的品牌形象一般难以在短时间内树立，这使得行业新进入者的品牌壁垒较高。

医疗机器人行业进入壁垒分析

壁垒类型

分析

资金壁垒

众所周知，医疗机器人与自动化成套装备是一项综合高新技术，需要很长的研发周期、大量的研发资金投入和持续不断的创新，因此，医疗机器人行业需要雄厚的资金支持。

技术壁垒

医疗机器人的研发涉及力学、机构学、材料科学、自动控制、计算机、人工智能、光电、通信、传感、仿生学等多学科知识，同时，从技术角度来看，属于多学科综合的技术密集型行业，受制于多个新兴行业的发展状态。较高的技术门槛，对缺乏技术沉淀和经验积累的新企业形成一定的技术壁垒。

人才壁垒

医疗机器人属于跨学科、技术密集型的新兴产业，因此，汇聚各类专业人才是企业发展的基础。目前，国内既精通机器人技术、又熟悉人工智能以及其他行业的复合型人才相对匮乏，对行业新进企业造成一定的人才壁垒。

品牌壁垒

品牌化是此类产品消费市场发展的必然趋势，医疗机器人的品牌意味着安全与质量的保障。因此，品牌认知度成为了消费者选择一款医疗机器人产品时的重要参考。消费者对品牌的认知度在很大程度上决定了他们的消费选择，尤其是中高端消费阶层对品牌有较强的信赖感和依赖感，医疗机器人产品的品牌优势至关重要。 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

从目前疾病诊断到治疗的过程进行分析，医疗机器人充斥整个诊疗过程。疾病的诊断离不开各种医疗器械的辅助作用，医疗机器人越来越走向家庭化，帮助人们进行疾病康复。医疗机器人属于专用设备，在医疗活动中作为疾病康复、预防、监护、治疗或缓解的工具，具有不可替代性。

五、同业竞争者的竞争程度

我国医疗机器人行业目前的状况是“产品低端、数量多规模小、恶性竞争严重”。由于我国的医疗机器人行业起步较晚，与发达国家相比仍有相当大的差距。企业规模小，集中化程度低，创新研发能力薄弱。产品多集中在低端产品生产，缺乏品牌较大的企业。在低端产品中，产品性能同质化严重，自主专利较少，缺乏市场细分，导致产业供给过剩，医疗机器人厂商之间普遍使用低价策略而导致恶性竞争，使市场利润率下降。

我国医疗机器人主要品牌

类型

主要品牌

手术机器人

妙手机器人

天智航

康复机器人

柯马

大艾机器人

力迈德医疗

辅助机器人

美的集团

卫邦科技

桑谷医疗

医疗服务机器人

钛米机器人

青岛悟牛

越凡创新

赛特智能 数据来源：公开资料整理

2019年中国医疗机器人行业集中度 数据来源：公开资料整理（TF）

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年中国医疗机器人市场分析报告-行业运营现状与未来前景研究》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。

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年中国医疗机器人行业发展概述

第一节 医疗机器人行业发展情况概述

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

第二节 中国医疗机器人行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗机器人行业产业链条分析
- 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、中国医疗机器人行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国医疗机器人行业生命周期分析

一、医疗机器人行业生命周期理论概述

二、医疗机器人行业所属的生命周期分析

第四节 医疗机器人行业经济指标分析

一、医疗机器人行业的赢利性分析

二、医疗机器人行业的经济周期分析

三、医疗机器人行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医疗机器人行业进入壁垒分析

一、医疗机器人行业资金壁垒分析

二、医疗机器人行业技术壁垒分析

三、医疗机器人行业人才壁垒分析

四、医疗机器人行业品牌壁垒分析

五、医疗机器人行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球医疗机器人行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗机器人行业发展历程回顾

第二节 全球医疗机器人行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗机器人行业地区市场分析

一、亚洲医疗机器人行业市场现状分析

二、亚洲医疗机器人行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲医疗机器人行业市场前景分析

第四节 北美医疗机器人行业地区市场分析

一、北美医疗机器人行业市场现状分析

二、北美医疗机器人行业市场规模与市场需求分析

三、北美医疗机器人行业市场前景分析

第五节 欧洲医疗机器人行业地区市场分析

一、欧洲医疗机器人行业市场现状分析

二、欧洲医疗机器人行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲医疗机器人行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界医疗机器人行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球医疗机器人行业市场规模预测

第三章 中国医疗机器人产业发展环境分析

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、全社会消费品医疗机器人总额
- 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 中国医疗机器人行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国医疗机器人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 中国医疗机器人行业运行情况

第一节 中国医疗机器人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 中国医疗机器人行业市场规模分析

第三节 中国医疗机器人行业供应情况分析

第四节 中国医疗机器人行业需求情况分析

第五节 我国医疗机器人行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国医疗机器人行业供需平衡分析

第七节 中国医疗机器人行业发展趋势分析

第五章 中国医疗机器人所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗机器人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 中国医疗机器人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 中国医疗机器人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年中国医疗机器人市场格局分析

第一节 中国医疗机器人行业竞争现状分析

一、中国医疗机器人行业竞争情况分析

二、中国医疗机器人行业主要品牌分析

第二节 中国医疗机器人行业集中度分析

一、中国医疗机器人行业市场集中度影响因素分析

二、中国医疗机器人行业市场集中度分析

第三节 中国医疗机器人行业存在的问题

第四节 中国医疗机器人行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗机器人行业钻石模型分析

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年中国医疗机器人行业需求特点与动态分析

第一节 中国医疗机器人行业消费市场动态情况

第二节 中国医疗机器人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 医疗机器人行业成本结构分析

第四节 医疗机器人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 中国医疗机器人行业价格现状分析

第六节 中国医疗机器人行业平均价格走势预测

一、中国医疗机器人行业价格影响因素

二、中国医疗机器人行业平均价格走势预测

三、中国医疗机器人行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国医疗机器人行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗机器人行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医疗机器人市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗机器人市场规模分析

四、华东地区医疗机器人市场规模预测

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、华中地区医疗机器人市场规模分析

四、华中地区医疗机器人市场规模预测

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、华南地区医疗机器人市场规模分析

四、华南地区医疗机器人市场规模预测

第九章 2017-2020年中国医疗机器人行业竞争情况

第一节 中国医疗机器人行业竞争结构分析（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 中国医疗机器人行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国医疗机器人行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 医疗机器人行业企业分析（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年中国医疗机器人行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗机器人行业未来发展前景分析

一、医疗机器人行业国内投资环境分析

二、中国医疗机器人行业市场机会分析

三、中国医疗机器人行业投资增速预测

第二节 中国医疗机器人行业未来发展趋势预测

第三节 中国医疗机器人行业市场发展预测

一、中国医疗机器人行业市场规模预测

二、中国医疗机器人行业市场规模增速预测

三、中国医疗机器人行业产值规模预测

四、中国医疗机器人行业产值增速预测

五、中国医疗机器人行业供需情况预测

第四节 中国医疗机器人行业盈利走势预测

一、中国医疗机器人行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗机器人行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医疗机器人行业投资风险与营销分析

第一节 医疗机器人行业投资风险分析

一、医疗机器人行业政策风险分析

二、医疗机器人行业技术风险分析

三、医疗机器人行业竞争风险

四、医疗机器人行业其他风险分析

第二节 医疗机器人行业应对策略

- 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年中国医疗机器人行业发展战略及规划建议

第一节 中国医疗机器人行业品牌战略分析

- 一、医疗机器人企业品牌的重要性
- 二、医疗机器人企业实施品牌战略的意义
- 三、医疗机器人企业品牌的现状分析
- 四、医疗机器人企业的品牌战略
- 五、医疗机器人品牌战略管理的策略

第二节 中国医疗机器人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 中国医疗机器人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 医疗机器人行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国医疗机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗机器人行业产品策略分析

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 中国医疗机器人行业营销渠道策略

一、医疗机器人行业渠道选择策略

二、医疗机器人行业营销策略

第三节 中国医疗机器人行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医疗机器人行业重点投资区域分析

二、中国医疗机器人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/yiliaojixie/538126538126.html>