

2018年中国彩超行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国商超行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/368930368930.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

彩超诞生的早期，全球彩超设备的生产厂商规模并不大，并且只聚焦彩超设备，属于早期技术的探索者角色。随着彩超技术的进步，图像质量的不断提高，超声影像作为一种实时的，无放射性的检查方法逐步得到了临床医生的认可，彩超设备的需求得到了逐步的释放，彩超市场规模的增大，引起了全球医疗巨头的关注，尤其是以大影像为核心产品的全球医疗影像的巨头GPS的关注（通用电子GE, 飞利浦Philips, 西门子Siemens）。

在2000年前后，GPS三大巨头利用自己的规模优势和行业地位纷纷跑马圈地，各自进行了一系列的超声影像业务的大规模并购和整合。自此，GPS三大影像巨头悉数登场，彩超的临床应用拓展和市场规模的扩容都同步进入了高速发展阶段。

中国在2000年以前彩超市场几乎完全被进口品牌所垄断。国产超声厂家只有零星的几家国有背景的企业，比如汕头超声，无锡海鹰，四川绵阳等能够生产黑白超声，直到2004年深圳开立公司生产出国内第一台彩超产品。随后的2006年国内医疗器械龙头深圳迈瑞公司生产出第一台彩超产品，并在此后的十几年中一直引领着国产超声行业的发展。

二胎的放开，孕检的普及是近几年来与彩超行业息息相关的社会影响因素。由于胎儿及孕妇对放射影像的天然禁忌，彩超成为产筛最重要也是绝对必选的检查方法，因此专科妇产超声必然是近几年最火的产品。正是由于产前胎儿筛查的重要性的和高风险性，导致医生对妇产彩超的设备性能和图像要求极高，对价格却并不敏感。

根据IHS的统计数据，2017年，全球彩超市场规模约为70亿美元，预计2019年，规模将达74亿美元，年均复合增长率为3.6%。

2013-2019年全球彩超市场规模 资料来源：IHS，中国报告网整理

2017年中国彩超市场规模超过80亿元，随着刚性需求释放、升级换代、政策红利持续推进，我国彩超市场未来几年还将快速增长。

2013-2019年全球彩超市场规模 资料来源：IHS，中国报告网整理

随着中美贸易战进一步激化，许多行业进出口情况趋紧，其中也包括彩超行业，根据2017年的数据，我国出口美国彩超总金额约为1.4亿美元，单价偏低，而从美国进口的彩超总金额达到2.6亿美元，因此在中美贸易战的背景下将进一步加速，进口替代和国产化将加速进行，整体而言对我国彩超行业利大于弊，对于国产龙头更是利好。

国产彩超品牌的SWOT分析：

- （1）优势：中低端产品性价比高，服务网络覆盖面广
- （2）劣势：技术上与进口品牌有差距，高端机型研发薄弱
- （3）机会：政策倾斜，市场招标回暖，POC市场打开
- （4）威胁：进口品牌对国产品牌的多方位竞争和压制

国产彩超品牌SWOT分析

资料来源：公开资料整理（YM）

观研天下发布的《2018年中国商超行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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年中国商超行业发展概述

第一节 商超行业发展情况概述

- 一、商超行业相关定义
- 二、商超行业基本情况介绍
- 三、商超行业发展特点分析

第二节 中国商超行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、商超行业产业链条分析
- 三、中国商超行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国商超行业生命周期分析

- 一、商超行业生命周期理论概述

二、商超行业所属的生命周期分析

第四节 商超行业经济指标分析

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

第五节 国中商超行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球商超行业市场发展现状分析

第一节 全球商超行业发展历程回顾

第二节 全球商超行业市场区域分布情况

第三节 亚洲商超行业地区市场分析

- 一、亚洲商超行业市场现状分析
- 二、亚洲商超行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲商超行业市场前景分析

第四节 北美商超行业地区市场分析

- 一、北美商超行业市场现状分析
- 二、北美商超行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美商超行业市场前景分析

第五节 欧盟商超行业地区市场分析

- 一、欧盟商超行业市场现状分析
- 二、欧盟商超行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟商超行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界商超行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球商超行业市场规模预测

第三章 中国商超产业发展环境分析

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、全社会消费品彩超总额

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

第二节中国彩超行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国彩超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 中国彩超行业运行情况

第一节 中国彩超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 中国彩超行业市场规模分析

第三节 中国彩超行业供应情况分析

第四节 中国彩超行业需求情况分析

第五节 中国彩超行业供需平衡分析

第六节 中国彩超行业发展趋势分析

第五章 中国彩超所属行业运行数据监测

第一节 中国彩超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 中国彩超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 中国商超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年中国商超市场格局分析

第一节 中国商超行业竞争现状分析

- 一、中国商超行业竞争情况分析
- 二、中国商超行业主要品牌分析

第二节 中国商超行业集中度分析

- 一、中国商超行业市场集中度分析
- 二、中国商超行业企业集中度分析

第三节 中国商超行业存在的问题

第四节 中国商超行业解决问题的策略分析

第五节 中国商超行业竞争力分析

- 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年中国商超行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国商超行业消费特点

第二节 中国商超行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 商超行业成本分析

第四节 商超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 中国商超行业价格现状分析

第六节 中国商超行业平均价格走势预测

- 一、中国商超行业价格影响因素
- 二、中国商超行业平均价格走势预测
- 三、中国商超行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国商超行业区域市场现状分析

第一节 中国商超行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地商超市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区商超市场规模分析
- 四、华东地区商超市场规模预测

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、华中地区商超市场规模分析
- 四、华中地区商超市场规模预测

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、华南地区商超市场规模分析

第九章 2016-2018年中国商超行业竞争情况

第一节 中国商超行业竞争结构分析（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 中国商超行业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 中国彩超行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 彩超行业企业分析（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年中国商超行业发展前景分析与预测

第一节 中国商超行业未来发展前景分析

一、商超行业国内投资环境分析

二、中国商超行业市场机会分析

三、中国商超行业投资增速预测

第二节 中国商超行业未来发展趋势预测

第三节 中国商超行业市场发展预测

一、中国商超行业市场规模预测

二、中国商超行业市场规模增速预测

三、中国商超行业产值规模预测

四、中国商超行业产值增速预测

五、中国商超行业供需情况预测

第四节中国彩超行业盈利走势预测

- 一、中国彩超行业毛利润同比增速预测
- 二、中国彩超行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国彩超行业投资风险与营销分析

第一节 彩超行业投资风险分析

- 一、彩超行业政策风险分析
- 二、彩超行业技术风险分析
- 三、彩超行业竞争风险分析
- 四、彩超行业其他风险分析

第二节 彩超行业企业经营发展分析及建议

- 一、彩超行业经营模式
- 二、彩超行业销售模式
- 三、彩超行业创新方向

第三节 彩超行业应对策略

- 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年中国彩超行业发展策略及投资建议

第一节 中国彩超行业品牌战略分析

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

第二节中国彩超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 中国彩超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年中国商超行业发展策略及投资建议

第一节 中国商超行业产品策略分析

- 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 中国商超行业定价策略分析

第三节 中国商超行业营销渠道策略

- 一、商超行业渠道选择策略
- 二、商超行业营销策略

第四节 中国商超行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国商超行业重点投资区域分析
- 二、中国商超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/yiliaoqixie/368930368930.html>