

2018-2023年中国医用内窥镜维修产业市场竞争现状调研与投资战略评估研究报告

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《2018-2023年中国医用内窥镜维修产业市场竞争现状调研与投资战略评估研究报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/308033308033.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业概括

内窥镜是一种常用的医疗器械,由可弯曲部分、光源及一组镜头组成。经人体的天然孔道,或者是经手术做的小切口进入人体内。使用时将内窥镜导入预检查的器官,可直接窥视有关部位的变化。图像质量的好坏直接影响着内窥镜的使用效果,也标志着内窥镜技术的发展水平。最早的内窥镜被应用于直肠检查。医生在病人的肛门内插入一根硬管,借助于蜡烛的光亮,观察直肠的病变。这种方法所能获得的诊断资料有限,病人不但很痛苦,而且由于器械很硬,造成穿孔的危险很大。尽管有这些缺点,内窥镜检查一直在继续应用与发展,并逐渐设计出很多不同用途与不同类型的器械。

内窥镜,经人体的天然孔道,或者是经手术做的小切口进入人体内。内窥镜是一种常用的医疗器械。由可弯曲部分、光源及一组镜头组成。使用时将内窥镜导入预检查的器官,可直接窥视有关部位的变化。图像质量的好坏直接影响着内窥镜的使用效果,也标志着内窥镜技术的发展水平。

二、发展现状

我国内窥镜微创医疗器械产品的自主生产已有 30 多年的历史,受下游需求旺盛的影响近年来发展迅速,由于受到技术、资金、品牌、人才和经验等因素的综合影响,国内内窥镜微创医疗器械生产企业大多规模较小,产品序列全、档次高的企业为数不多,市场竞争力普遍不强,生产能力和技术水平无法满足临床需要,导致医疗机构、健康服务机构等下游客户大量进口国外产品。

目前已具备内窥镜微创医疗器械的自主研发、生产销售和综合服务能力,企业品牌效应逐步体现,产品质量与国际知名企业的差距逐渐缩小,并开始进入部分中高端市场,目前国内品牌的内窥镜微创医疗器械约占市场份额的 25%。凭借较高的性价比优势,国内领先企业在部分领域初步实现进口替代,主要产品逐步实现出口,出口地区不再局限于东南亚、非洲等发展中国家和地区,已逐渐向日本、德国、美国等微创医疗器械制造强国出口。国内内窥镜微创医疗器械生产企业若能把握市场发展机遇,加强自主研发,不断完善产品种类、提升产品档次,将拥有广阔的发展前景。

目前,我国医用内窥镜已摆脱单纯依赖进口的局面,国产内窥镜也实现了出口,并保持高速增长势头。2015 年,中国内窥镜出口量达 6,043 万美元,2010-2015 年年均复合增

长率6达 21.7%。出口市场相对国内市场对产品的选择上更加理性，对高端品牌的粘性相对不强，中国出口的技术质量过硬、性价比高的产品受到国际市场欢迎。2015年我国医用电子内窥镜行业市场产量约1.83万台，同比2014年的1.58万台增长了15.8%，2016年我国医用电子内窥镜产量在2.09万台左右。

图：2010-2015 年中国医用内窥镜出口金额（万美元）

观研天下发布的《2018-2023年中国医用内窥镜维修产业市场竞争现状调研与投资战略评估研究报告》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。

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。

【报告大纲】

第一章 医用内窥镜维修行业的基本介绍

1.1 行业界定

1.1.1 行业定义

1.1.2 范围界定

1.2 行业在国民经济中的地位

1.2.1 行业政策定位

1.2.2 对国民经济贡献度

1.2.3 对相关行业影响程度

第二章 中国医用内窥镜维修行业竞争环境分析

2.1 政策环境分析

2.1.1 行业重点政策分析

2.1.2 行业发展规划分析

2.1.3 政策发展趋势分析

2.2 经济环境分析

2.2.1 中国经济运行现状

2.2.2 中国国民收入情况

2.2.3 中国经济发展趋势

2.3 社会环境分析

2.3.2 中国工业发展水平

2.3.3 中国人口规模现状

2.3.1 居民收入消费水平

2.4 技术环境分析

2.4.1 行业技术术语解释

2.4.2 行业技术发展趋势

第三章 世界医用内窥镜维修产业竞争格局及经验借鉴

3.1 国际医用内窥镜维修产业的发展

3.1.1 世界医用内窥镜维修产业发展综述

3.1.2 全球医用内窥镜维修产业竞争格局

3.1.3 全球医用内窥镜维修产业发展特点

3.2 主要国家地区医用内窥镜维修产业发展分析

3.2.1 欧洲

3.2.2 亚洲

3.2.3 美国

3.2.4 巴西

3.3 2018-2023年世界医用内窥镜维修产业竞争趋势及前景分析

3.3.1 医用内窥镜维修技术发展及趋势分析

3.3.2 医用内窥镜维修产业发展趋势分析

3.3.3 医用内窥镜维修产业竞争趋势分析

第四章 中国医用内窥镜维修市场发展现状综合分析

4.1 中国医用内窥镜维修市场销售情况分析

4.1.1 经营现状分析

4.1.2 主要经营区域分析

4.2 行业产值分析及预测

4.2.1 市场产值现状

4.2.2 未来产值趋势预测

4.3 需求分析及预测

4.3.1 需求规模分析

4.3.2 需求结构变化分析

4.3.3 2018-2023年需求预测

4.4 市场分析及预测

4.4.1 供需平衡分析及预测

4.4.2 价格变化分析及预测

4.5 医用内窥镜维修市场发展驱动因素分析

4.5.1 产品优势

4.5.2 政策扶持

第五章 中国医用内窥镜维修行业经营状况分析

5.1 行业经营效益分析

5.2 行业盈利能力分析

5.3 行业营运能力分析

5.4 行业偿债能力分析

第六章 中国医用内窥镜维修行业分区域竞争格局分析

6.1 华东地区医用内窥镜维修行业竞争分析

6.1.1 行业总体现状

6.1.2 企业竞争格局

6.1.3 产业区域发展前景

6.2 华北地区医用内窥镜维修行业竞争分析

6.2.1 行业总体现状

6.2.2 企业竞争格局

6.2.3 产业区域发展前景

6.3 华中地区医用内窥镜维修行业竞争分析

6.3.1 行业总体现状

6.3.2 企业竞争格局

6.3.3 产业区域发展前景

6.4 华南地区医用内窥镜维修行业竞争分析

6.4.1 行业总体现状

6.4.2 企业竞争格局

6.4.3 产业区域发展前景

6.5 东北地区医用内窥镜维修行业竞争分析

6.5.1 行业总体现状

6.5.2 企业竞争格局

6.5.3 产业区域发展前景

第七章 中国医用内窥镜维修市场品牌构成

7.1 国外主要企业品牌分析

7.1.1 品牌数量及所占份额

7.1.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

7.2 国内主要品牌分析

7.2.1 品牌数量及所占份额

7.2.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

第八章 医用内窥镜维修行业市场竞争格局分析

8.1 医用内窥镜维修行业企业竞争整体状况

8.2 医用内窥镜维修行业企业竞争特点分析

8.3 企业构成及区域分布分析

8.3.1 企业数量规模

8.3.2 企业区域分布构成分析

8.4 医用内窥镜维修行业市场集中度分析

8.5 医用内窥镜维修行业企业兼并重组情况分析

第九章 医用内窥镜维修行业竞争结构分析

9.1 国际市场竞争格局

9.2 中国市场竞争结构

9.2.1 行业内现有企业的竞争

9.2.2 新进入者的威胁

9.2.3 替代品的威胁

9.2.4 供应商的讨价还价能力

9.2.5 购买者的讨价还价能力

第十章 医用内窥镜维修企业营销调查

10.1 行业重点企业营销模式调查

10.1.1 直销式

10.1.2 区域总经销商式

10.1.3 区域多家经销商式

10.2 行业重点企业销售渠道调查

- 10.2.1 企业产品销售渠道架构及规模
- 10.2.2 各营销渠道销售份额对比
- 10.2.3 营销渠道建设规划
- 10.3 行业重点企业下游典型客户调查
 - 10.3.1 客户分类特点
 - 10.3.2 客户分类规模
 - 10.3.3 客户需求特点
- 10.4 行业重点企业产品营销渠道调查

第十一章 医用内窥镜维修企业综合评价

- 11.1 企业综合竞争力评价
- 11.2 企业价值评估
- 11.3 企业存在问题分析
- 11.4 与企业相关的投资机会
 - 11.4.1 合作交流机会
 - 11.4.2 并购机会
- 11.5 行业企业排名

第十二章 国内医用内窥镜维修业标杆企业竞争力分析

- 12.1 标杆企业整体对比分析
 - 12.1.1 主营业务对比分析
 - 12.1.2 经营状况对比分析
 - 12.1.3 竞争优势对比分析
 - 12.1.4 发展前景对比分析
- 12.2、上海欧太医疗器械有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 12.3、北京修瑞科技有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 12.4、广州志恒医疗器械维修服务有限公司

- (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 12.5、广州市川宏电子有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

12.6、广州市达康医疗器械有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十三章2018-2023年中国医用内窥镜维修企业产销模式渠道竞争力提升对策

13.1 医用内窥镜维修行业企业经营发展分析及建议

13.2 行业主要销售渠道与策略

13.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题

13.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略

13.3 医用内窥镜维修行业营销模式分析及建议

13.3.1 医用内窥镜维修行业营销模式

13.3.2 医用内窥镜维修行业营销策略

13.4 中国医用内窥镜维修市场销售品牌研究

13.4.1 区域热卖品牌

13.4.2 龙头企业动态

13.5 中国医用内窥镜维修市场标杆企业销售模式分析

13.5.1 国外品牌企业

13.5.2 国内龙头企业

13.6 影响中国医用内窥镜维修目标市场策略因素分析

13.6.1 企业的资源特点

13.6.2 产品及市场特点

13.6.3 竞争者策略选择

13.7 中国医用内窥镜维修目标市场营销策略

13.7.1 无差别性市场营销策略

13.7.2 差别性市场营销策略

13.7.3 集中性市场营销策略

图表目录：

图表 1 国内生产总值(GDP)数据一览表

图表 2 固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 3 社会消费品零售总额累计同比增速与M1同比增速

图表 4 CPI环比趋势变化

图表 5 居民消费价格指数(CPI)数据一览表

图表 6 2016-2017年7月欧洲医用内窥镜维修行业市场规模分析

图表 7 2016-2017年7月亚洲医用内窥镜维修行业市场规模分析

图表 8 2016-2017年7月美国医用内窥镜维修行业市场规模分析

图表 9 2016-2017年7月巴西医用内窥镜维修行业市场规模分析

图表 10 2016-2017年7月中国医用内窥镜维修行业销售规模分析

(GYWWPT)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/308033308033.html>