

2016-2022年中国家用医疗器械市场深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国家用医疗器械市场深度研究与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqxie/5591657NOW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

家用医疗器械主要分为治疗仪、检测器械、保健器械和护理康复器械四大类，其中血糖仪、血压计、按摩器械等细分品类已成为家用消费品的标配。全球家用医疗设备市场规模从2010年的179亿美元增至2014年的229亿美元，年复合增长率达到6.7%，2013年至2018年家用医疗器械的市场增速有望保持在6.52%，超过同期医疗器械母行业增速2.12%，更高于医药市场整体增速的3.81%。

2010年中国家用医疗市场规模为137.65亿元，2014年市场规模为376.42亿元，近5年GAGR=29.8%，高于同期医药工业增速的7.26%和医疗器械全行业的11.70%。

家用医疗器械产品仅占国内医疗器械市场总销售额的17%，而在国外这一比例一般在25%左右。美国家用医疗器械的人均消费水平为国内的20~30倍左右，国内市场家用医疗器械提升空间很大，远未达到天花板。

家用医疗器械很多都跟老年病、慢性病相关（比如高血压、高血糖和呼吸类疾病），随着人口老龄化、收入水平提高以及保健意识增强，未来医药卫生重心会逐步从治疗->保健->预防转变，将利好家用医疗器械的长足发展，社区和家庭将成为两个重要的阵地。与治疗用药品相对，家用医疗器械与保健品类似，属于弹性需求，随着生活水平提升，空间巨大。

《2016-2022年我国家用医疗器械市场深度研究与投资前景评估报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了家用医疗器械行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国家用医疗器械行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国家用医疗器械行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：第一章 家用医疗器械的相关概述 17

1.1 医疗器械简介 17

1.1.1 医疗器械定义 17

1.1.2 医疗器械分类 17

1.2 家用医疗器械 17

1.2.1 家庭保健器材 17

- 1.2.2 家用保健按摩产品 18
- 1.2.3 家庭医疗康复设备 18
- 1.2.4 家庭护理设备 18

第二章 2012-2015年中国家用医疗器械行业发展环境分析 19

2.1 宏观经济环境 19

- 2.1.1 2011-2015年中国GDP增长分析 19
- 2.1.2 2011-2015年中国商品进出口贸易 19
- 2.1.3 2015年中国居民收入与消费状况 20
- 2.1.4 2015年中国经济运行分析 22

2.2 产业政策环境 25

- 2.2.1 2012-2015年中国医药行业政策环境 25
- 2.2.2 2012-2015年中国新医改的相关政策 40
- 2.2.3 中国医疗器械行业相关政策分析 41
- 2.2.4 《医疗器械生产质量管理规范（试行）》 42

2.3 社会环境分析 42

- 2.3.1 2015年中国人口及老龄化情况 42
- 2.3.2 中国提高企业退休人员基本养老金 44
- 2.3.3 人口老龄化增加家用医疗器械需求 45
- 2.3.4 中国老年人康复护理将向家庭转移 46

第三章 2011-2015年中国医疗器械行业经济运行分析 47

3.1 2011-2015年中国医疗器械行业发展运行概况 47

- 3.1.1 2013年中国医疗器械行业发展概况 47
- 3.1.2 2014年中国医疗器械行业发展概况 50
- 3.1.3 2015年中国医疗器械行业发展概况 53

3.2 2011-2015年中国医疗器械总体运行情况 56

- 3.2.1 2011-2015年中国医疗器械行业企业数量统计 56
- 3.2.2 2011-2015年中国医疗器械行业从业人员统计 59
- 3.2.3 2011-2015年中国医疗器械行业产值增长情况 63
- 3.2.4 2011-2015年中国医疗器械行业资产状况分析 66
- 3.2.5 2011-2015年中国医疗器械行业销售收入分析 70

3.2.6 2011-2015年中国医疗器械行业利润增长情况	74
3.3 2011-2015年中国医疗器械行业经营效益分析	78
3.3.1 2011-2015年中国医疗器械行业盈利能力分析	78
3.3.2 2011-2015年中国医疗器械行业偿债能力分析	83
3.3.3 2011-2015年中国医疗器械行业营运能力分析	86
3.4 2011-2015年中国医疗器械行业成本费用分析	90
3.4.1 2011-2015年中国医疗器械行业销售成本分析	91
3.4.2 2011-2015年中国医疗器械行业销售费用分析	92
3.4.3 2011-2015年中国医疗器械行业管理费用分析	92
3.4.4 2011-2015年中国医疗器械行业财务费用分析	93

第四章 2012-2015年中国家用医疗器械行业市场现状分析 95

4.1 中国便携医疗电子市场现状	95
4.1.1 便携医疗电子产品细分情况	95
4.1.2 中国便携医疗电子市场发展特点	95
4.1.3 2015年中国便携医疗电子市场规模分析	97
4.1.4 2015年中国家用便携医疗电子产品结构	98
4.1.5 中国便携医疗电子市场竞争格局分析	99
4.2 中国家用医疗器械行业现状	102
4.2.1 全球家用医疗器械市场现状	102
4.2.2 中国家用医疗器械产业发展现状	103
4.2.3 中国家用医疗器械市场产品情况	103
4.2.4 中国家用医疗器械销售情况分析	103
4.2.5 家用医疗保健器械主要品牌现状	104
4.3 家用医疗器械市场分析	104
4.3.1 中国家用医疗器械销量快速增长	104
4.3.2 家用医疗器械市场逐渐走向成熟	104
4.3.3 2015年中国家用医疗器械市场规模	105
4.3.4 2015年中国家用医疗器械市场分析	105
4.4 家用医疗器械存在的问题及发展对策	106
4.4.1 家用医疗器械与国际先进水平的差距	106
4.4.2 家用医疗器械市场准入门槛有待提高	106

4.4.3 加强家用保健器械市场监管的思考 106

第五章 2012-2015年中国家用医疗器械细分产品市场分析 109

5.1 电子血压计 109

5.1.1 中国电子血压计技术水平现状 109

5.1.2 中国电子血压计市场竞争格局 109

5.1.3 2015年中国电子血压计市场规模 110

5.1.4 中国电子血压计的市场前景分析 110

5.2 电子血糖仪 110

5.2.1 中国血糖仪市场主要品牌分析 110

5.2.2 中国电子血糖仪市场竞争格局 113

5.2.3 2015年中国电子血糖仪市场规模 114

5.2.4 2015年电子血糖仪市场价格分析 115

5.2.5 中国血糖仪市场将迎来快速增长 117

5.3 轮椅 118

5.3.1 中国轮椅行业生产现状分析 118

5.3.2 中国轮椅市场需求情况分析 119

5.3.3 中国轮椅市场价格情况分析 119

5.3.4 未来高档电动轮椅需求将升温 121

5.3.5 中国轮椅产品出口市场潜力大 121

5.4 助听器 121

5.4.1 中国助听器行业发展历程 121

5.4.2 中国助听器市场发展现状分析 125

5.4.3 中国助听器市场竞争状况分析 127

5.4.4 2015年中国助听器市场分析 129

5.4.5 2015年中国助听器进出口形势 129

5.4.6 助听器市场与产品的发展趋势 132

5.5 家用制氧机 133

5.5.1 氧疗与氧保健的相关概述 133

5.5.2 市场常见的家庭供氧设备 134

5.5.3 家庭制氧机市场消费群体分析 135

5.5.4 中国家用制氧机市场需求规模 136

5.5.5 中国家用制氧机市场价格情况 136

第六章 2012-2015年中国家用医疗器械市场竞争分析 138

6.1 2012-2015年国外巨头中国医疗器械市场竞争 138

6.1.1 国际医疗器械巨头布局中国市场 138

6.1.2 半导体厂商积极投入家用医疗器械市场 139

6.1.3 国外医疗器械新品加强扩展二三线市场 140

6.1.4 GE医疗进军中国家用医疗市场 140

6.2 2012-2015年中国家用医疗器械行业竞争策略 142

6.2.1 以专业服务提升营销内涵 142

6.2.2 以售后保障拓展销售渠道 142

第七章 2012-2015年中国家用医疗器械营销策略分析 144

7.1 家用医疗器械营销的模式和现状 144

7.1.1 软文策略 144

7.1.2 营销模式 144

7.1.3 产品策略 145

7.1.4 数据库营销 145

7.1.5 渠道模式 146

7.1.6 目标考核 146

7.2 家用医疗器械营销策略 147

7.2.1 家用医疗器械市场运作现状 147

7.2.2 家用医疗器械的营销模式创新 147

7.2.3 家用医疗器械国际化市场策略 148

7.2.4 家用医疗器械营销现实与展望 149

7.3 家用医疗器械品牌策略 151

7.3.1 家用医疗器械品牌运作误区 151

7.3.2 家用医疗器械品牌的传播策略 152

7.3.3 家用医疗器械品牌管理策略分析 154

7.3.4 家用医疗器械品牌营销定位分析 155

7.3.5 家用医疗器械品牌运作措施分析 158

第八章 2012-2015年中国家用医疗器械企业发展战略分析 160

8.1 2012-2015年中国家用医疗器械企业战略分析 160

8.1.1 核心竞争力 160

8.1.2 竞争地位分析 161

8.1.3 医疗器械行业创建核心竞争力存在的问题 162

8.1.4 提升中国医疗器械行业核心竞争力的对策 163

8.2 2012-2015年中国家用医疗器械企业盈利模式 165

8.2.1 企业盈利模型 165

8.2.2 持久竞争优势分析 167

8.2.3 行业发展规律竞争策略 168

8.2.4 供应链一体化战略 169

8.3 2012-2015年中国家用医疗器械行业SWOT分析 170

第九章 2012-2015年中国家用医疗器械重点企业竞争分析 171

9.1 国外家用医疗器械重点企业介绍 171

9.1.1 通用电气医疗系统集团 171

9.1.2 西门子医疗系统集团 172

9.1.3 飞利浦医疗保健事业部 173

9.1.4 拜耳医药保健有限公司 174

9.1.5 日本阿洛卡株式会社 175

9.2 家用医疗器械合资企业分析 176

9.2.1 欧姆龙（大连）有限公司 176

9.2.2 瑞声达听力技术（中国）有限公司 178

9.2.3 优利康听力技术(苏州)有限公司 180

9.2.4 鸿邦电子（深圳）有限公司 182

9.2.5 泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司 184

9.2.6 西门子迈迪特（深圳）磁共振有限公司 186

9.2.7 沈阳东软医疗系统有限公司 188

9.2.8 航卫通用电气医疗系统有限公司 191

9.3 天津九安医疗电子股份有限公司 193

9.3.1 公司简介 193

9.3.2 2015年公司经营情况分析 194

- 9.3.3 2012-2015年企业财务指标 196
- 9.3.4 公司未来发展展望 198
- 9.4 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 201
 - 9.4.1 企业基本情况 201
 - 9.4.2 企业竞争优势分析 202
 - 9.4.3 2015年企业经营状况分析 204
 - 9.4.4 2012-2015年企业财务指标 207
 - 9.4.5 企业未来发展的展望 209
- 9.5 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 210
 - 9.5.1 企业基本情况 210
 - 9.5.2 深圳迈瑞公司发展史 212
 - 9.5.3 2015年企业经营情况 213
 - 9.5.4 深圳迈瑞品牌创新发展分析 215
- 9.6 上海阿洛卡医用仪器有限公司 217
 - 9.6.1 企业基本情况 217
 - 9.6.2 企业偿债能力分析 217
 - 9.6.3 企业盈利能力分析 218
 - 9.6.4 企业成本费用分析 219
- 9.7 杭州京冷医疗器械有限公司 220
 - 9.7.1 企业基本情况 220
 - 9.7.2 企业偿债能力分析 220
 - 9.7.3 企业盈利能力分析 221
 - 9.7.4 企业成本费用分析 222
- 9.8 上海光电医用电子仪器有限公司 223
 - 9.8.1 企业基本情况 223
 - 9.8.2 企业偿债能力分析 224
 - 9.8.3 企业盈利能力分析 224
 - 9.8.4 企业成本费用分析 226
 - 9.8.5 企业发展动态 226
- 9.9 上海医疗器械股份有限公司 227
 - 9.9.1 企业基本情况 227
 - 9.9.2 企业偿债能力分析 227

- 9.9.3 企业盈利能力分析 228
- 9.9.4 企业成本费用分析 229
- 9.9.5 企业最新动态分析 229
- 9.10 江苏金鹿集团有限公司 229
 - 9.10.1 企业基本情况 229
 - 9.10.2 企业偿债能力分析 230
 - 9.10.3 企业盈利能力分析 230
 - 9.10.4 企业成本费用分析 232
- 9.11 威海威高集团有限公司 232
 - 9.11.1 企业基本情况 232
 - 9.11.2 企业偿债能力分析 233
 - 9.11.3 企业盈利能力分析 234
 - 9.11.4 企业成本费用分析 235
 - 9.11.5 2015年企业最新动态 236
- 9.12 深圳安科高技术股份有限公司 236
 - 9.12.1 企业基本情况 236
 - 9.12.2 企业偿债能力分析 237
 - 9.12.3 企业盈利能力分析 237
 - 9.12.4 企业成本费用分析 238
 - 9.12.5 企业最新动态分析 239
- 9.13 汕头超声仪器研究所有限公司 239
 - 9.13.1 企业基本情况 239
 - 9.13.2 企业偿债能力分析 240
 - 9.13.3 企业盈利能力分析 241
 - 9.13.4 企业成本费用分析 242
 - 9.13.5 企业最新动态分析 243
- 9.14 苏州六六视觉科技股份有限公司 243
 - 9.14.1 企业基本情况 243
 - 9.14.2 企业偿债能力分析 244
 - 9.14.3 企业盈利能力分析 245
 - 9.14.4 企业成本费用分析 246
- 9.15 深圳市益心达医学新技术有限公司 246

- 9.15.1 企业基本情况 246
- 9.15.2 企业偿债能力分析 247
- 9.15.3 企业盈利能力分析 247
- 9.15.4 企业成本费用分析 249

第十章 2016-2022年中国家用医疗器械行业发展前景分析 250

- 10.1 2016-2022年中国家用医疗器械行业发展前景分析 250
 - 10.1.1 中国医疗器械市场将持续稳定增长 250
 - 10.1.2 家用医疗电子设备成为最具发展潜力的明星产业 250
 - 10.1.3 家用医疗器械逐渐成为市场新宠 251
 - 10.1.4 中国家用医疗器械市场潜力巨大 251
- 10.2 2016-2022年中国家用医疗器械行业发展趋势分析 251
 - 10.2.1 慢病监测产品飞速增长 251
 - 10.2.2 家用医疗器械日趋多元化 252
 - 10.2.3 与电子技术的革新与整合 252
- 10.3 2016-2022年中国家用医疗器械市场预测分析 253
 - 10.3.1 2016-2022年中国医疗器械市场前景预测分析 253
 - 10.3.2 2016-2022年中国家用医疗器械市场预测分析 253

第十一章 2016-2022年中国家用医疗器械行业的投资及风险分析 255

- 11.1 2016-2022年中国家用医疗器械行业投资潜力分析 255
 - 11.1.1 家用医疗器械行业投资吸引力分析 255
 - 11.1.2 家用医疗器械市场增长动力分析(zyyzg) 256
 - 11.1.3 家用医疗器械区域投资潜力分析 258
- 11.2 2016-2022年中国家用医疗器械行业投资风险分析 259
 - 11.2.1 宏观经济波动风险 259
 - 11.2.2 市场竞争加剧风险 259
 - 11.2.3 技术与质量风险 260
- 11.3 2016-2022年中国家用医疗器械行业投资策略分析 260
 - 11.3.1 企业融资方式多样化 260
 - 11.3.2 “以人为中心”的经营理念 263
 - 11.3.3 专业化服务 263

11.3.4 销售渠道优化管理 264

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/5591657NOW.html>