

2020-2026年中国血压仪产业 发展现状与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国血压仪产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202003/157214.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一章血压仪行业相关概述8

第一节血压仪行业相关概述8

一、产品概述8

二、产品分类8

三、产品用途9

第二节血压仪行业经营模式分析9

一、生产模式9

二、采购模式10

三、销售模式12

第二章2019年血压仪行业发展环境分析13

第一节2019年中国经济发展环境分析13

一、中国GDP增长情况分析13

二、工业经济发展形势分析14

三、社会固定资产投资分析15

四、全社会消费品零售总额16

五、全国居民收入增长分析17

六、居民消费价格变化分析18

七、对外贸易发展形势分析19

第二节中国血压仪行业政策环境分析20

一、行业监管管理体制20

二、行业相关政策分析21

三、进出口政策影响分析22

第三节中国血压仪行业技术环境分析22

一、血压仪核心部件气泵生产工艺22

二、血压仪产成品生产工艺分析22

第四节中国血压仪行业社会环境分析22

一、人口规模与结构22

二、老年人口规模分析23

三、中国城镇化率分析24

第三章2015-2019年中国电子血压仪市场供需分析25

第一节中国电子血压仪市场供给状况25

一、国内电子血压仪市场主要品牌分析25

二、国内电子血压仪行业发展情况概述29

三、2015-2019年中国电子血压仪产量分析29

四、2020-2026年中国电子血压仪产量预测30

第二节中国电子血压仪市场需求状况30

一、2015-2019年中国电子血压仪需求分析30

二、2020-2026年中国电子血压仪需求预测31

第三节中国电子血压仪市场价格分析32

第四章中国血压仪行业产业链分析33

第一节血压仪行业产业链概述33

第二节血压仪上游产业（电子元器件）发展状况33

一、电子元器件产量分析33

二、电子元器件行业概况33

三、电子元器件发展趋势34

第三节血压仪下游应用需求市场分析35

一、医疗卫生机构数量统计35

二、医疗卫生机构床位数量36

三、医疗卫生机构人员情况37

四、医疗卫生机构门诊服务37

第五章2015-2019年血压仪产品进出口数据分析39

第一节2015-2019年血压仪进口情况分析39

一、进口数量情况分析39

二、进口金额变化分析39

三、进口来源地区分析40

四、进口价格变动分析41

第二节2015-2019年血压仪出口情况分析41

- 一、出口数量情况分析41
- 二、出口金额变化分析41
- 三、出口国家流向分析42
- 四、出口价格变动分析43

第六章国内电子血压仪生产厂商竞争力分析44

第一节欧姆龙（大连）有限公司44

- 一、企业发展基本情况44
- 二、企业主要产品分析44
- 三、企业经营状况分析45
- 四、企业销售网络分析46

第二节江苏鱼跃医疗设备股份有限公司46

- 一、企业发展基本情况46
- 二、企业主要产品分析46
- 三、企业经营情况分析47
- 四、企业竞争优势分析49

第三节天津九安医疗电子股份有限公司51

- 一、企业基本情况分析51
- 二、企业主要产品分析51
- 三、企业经营情况分析51
- 四、企业竞争优势分析53

第四节广东乐心医疗电子股份有限公司56

- 一、企业发展基本情况56
- 二、企业主要产品分析57
- 三、企业经营状况分析57
- 四、企业竞争优势分析59

第五节康泰医学系统（秦皇岛）股份有限公司60

- 一、企业发展基本情况60
- 二、企业主要产品分析61
- 三、企业经营状况分析61
- 四、企业竞争优势分析62

第六节深圳市攀高电子有限公司64

- 一、企业发展基本情况64
- 二、企业主要产品分析64
- 三、企业经营状况分析66
- 四、企业销售网络布局66

第七章2020-2026年中国血压仪行业发展趋势与前景分析68

第一节2020-2026年中国血压仪行业投资前景分析68

- 一、血压仪行业发展前景68
- 二、血压仪发展趋势分析68
- 三、血压仪市场前景分析69

第二节2020-2026年中国血压仪行业投资风险分析70

- 一、产业政策风险70
- 二、原材料价格波动风险70
- 三、市场竞争风险70
- 四、技术风险分析71

第三节2020-2026年血压仪行业投资策略及建议71

第八章血压仪企业投资战略与客户策略分析73

第一节血压仪企业发展战略规划背景意义73

- 一、企业转型升级的需要73
- 二、企业做强做大的需要73
- 三、企业可持续发展的需要73

第二节血压仪企业战略规划制定依据73

- 一、国家产业政策74
- 二、行业发展规律74
- 三、企业资源与能力74
- 四、可预期的战略定位74

第三节血压仪企业战略规划策略分析74

- 一、战略综合规划74
- 二、技术开发战略75
- 三、区域战略规划75
- 四、产业战略规划75

五、营销品牌战略76

六、竞争战略规划77

第四节血压仪企业重点客户战略实施78

一、实施重点客户战略的必要性78

二、企业重点客户的鉴别与确定81

三、企业重点客户的开发与培育82

四、重点客户战略需要解决的问题86

五、重点客户的市场营销策略分析91

图表目录：

图表1电子血压仪产品分类9

图表2血压仪行业生产流程图10

图表3血压仪原材料采购流程图11

图表42015-2019年中国国内生产总值变化趋势图13

图表52015-2019年中国国内生产总值及构成14

图表62015-2019年中国全部工业增加值变化趋势图15

图表72015-2019年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图16

图表82015-2019年中国社会消费品零售总额变化趋势图17

图表92015-2019年中国居民人均可支配收入变化趋势图18

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/157214.html>