

2021-2027年中国血浆置换 行业发展趋势与投资分析报告

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

《2021-2027年中国血浆置换行业发展趋势与投资分析报告》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/202012/198201.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

血浆置换(PE)是将全血引出体外分离成血浆和细胞成分，将患者的血浆舍弃，然后以同等速度将新鲜血浆、白蛋白溶液、平衡液等血浆代用品代替分离出的血浆回输进体内的过程，达到减轻病理损害、清除致病物质的目的。血浆置换已经成为一种常见的体外循环血液净化疗法。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国血浆置换行业发展趋势与投资分析报告》共十四章。首先介绍了中国血浆置换行业市场发展环境、血浆置换整体运行态势等，接着分析了中国血浆置换行业市场运行的现状，然后介绍了血浆置换市场竞争格局。随后，报告对血浆置换做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国血浆置换行业发展趋势与投资预测。您若想对血浆置换产业有个系统的了解或者想投资中国血浆置换行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 血浆置换市场发展概况

第一节 血浆置换市场及产品介绍

第二节 2018-2019年血浆置换市场发展概况

第三节 血浆置换市场相关政策法规

第四节 2021-2027年血浆置换市场发展前景预测

一、产业宏观环境

二、社会发展环境

第五节 行业技术水平

第六节 市场推广在血浆置换行业的重要性

第七节 营销渠道建设是血浆置换市场竞争的关键

第二章 血浆置换市场容量/市场规模分析

第一节 2015-2019年血浆置换市场容量/市场规模统计

第二节 血浆置换下游应用市场结构

第三节 影响血浆置换市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2021-2027年我国血浆置换市场容量/市场规模预测

第三章 血浆置换市场推广策略研究

第一节 血浆置换行业新品推广模式研究

第二节 血浆置换市场终端产品发布特点

第三节 血浆置换市场中间商、代理商参与机制

一、购买行为分析

二、终端顾客关注的要素

三、终端顾客采购行为特点

第四节 血浆置换市场网络推广策略研究

一、网络推广渠道的重要性

二、渠道销售现状

三、互联网+医疗器械

四、细分目标市场的选择

第五节 血浆置换市场推广与配套供货渠道建立

第六节 血浆置换新产品推广常见问题

第七节 直销模式在血浆置换推广过程中的应用

第八节 国外血浆置换市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

章 血浆置换盈利模式研究

第一节 血浆置换市场盈利模式的分类

第二节 血浆置换生产企业的盈利模式研究

第三节 血浆置换经销代理商盈利模式研究

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

一、1P+3P模式在行业营销中的适用性

二、以产品策略为主，价格、促销、渠道为辅的营销策略探究

三、1P+3P模式运作的风险分析

四、1P+3P模式营销组合策略实施的保障

第六节 第三方经销网络优化管理研究

一、加强营销管理

二、营销组合策略的评价

第五章 血浆置换营销渠道建立策略

第一节 全自动血液净化市场营销渠道结构

一、长度结构

二、宽度结构

三、广度结构

第二节 血浆置换市场伙伴型渠道研究

第三节 血浆置换市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 网络经销渠道优化

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第六章 血浆置换市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 血浆置换主要客户群消费特征分析

第二节 血浆置换主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 渠道经销商维护策略研究

第五节 渠道经销商维护策略研究

第六节 血浆置换市场行业的周期性、区域性或季节性特征

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 金卫医疗集团有限公司

一、企业介绍与血浆置换相关业务

二、产销统计数据

三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理

四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

第二节 山东威高集团医用高分子制品股份有限公司

- 一、企业介绍与血浆置换相关业务
- 二、产销统计数据
- 三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理
- 四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

第三节 珠海健帆生物科技股份有限公司

- 一、企业介绍与血浆置换相关业务
- 二、产销统计数据
- 三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理
- 四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

第四节 蓝帆集团

- 一、企业介绍与血浆置换相关业务
- 二、产销统计数据
- 三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理
- 四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

第五节 百特中国

- 一、企业介绍与血浆置换相关业务
- 二、产销统计数据
- 三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理
- 四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

第六节 广东宝莱特医用科技股份有限公司

- 一、企业介绍与血浆置换相关业务
- 二、产销统计数据
- 三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理
- 四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析

图表目录：

图表 血浆置换产品特点分析

图表 血浆分离器产品

图表 医疗器械监督管理按类别分

图表 我国城乡居民家庭人均可支配收入

图表 我国城乡居民医疗消费支出

图表 我国城乡居民医疗参保统计

图表 我国医疗卫生机构诊疗次数统计

图表 血液净化技术原理及应用比较

图表 血液净化各技术用途比较

图表 膜式与离心式血浆分离技术比较

图表 亲和型免疫吸附剂

图表 2021-2027年中国血液透析病人数量测算

图表 血液透析机生产厂家

图表 血液透析机市场份额情况

图表 国内外透析器生产企业

图表 血液透析器市场份额情况

图表 2015-2019年中国血浆置换市场规模

图表 2015-2019年中国血液灌流器市场

图表 中国血浆置换下游应用市场结构

图表 血浆置换的并发症

图表 血浆置换成效对比

图表 血浆置换术成效—对血液、血浆黏稠度与红血球凝集的功效

图表 血浆置换术成效—治疗后血浆粘度和HCT比较

图表 血浆置换术追踪家族性高胆固醇病患六年

图表 血浆分离治疗前后数据

图表 2021-2027年我国血浆置换市场规模预测

图表 血浆置换流程

图表 珠海健帆生物科技股份有限公司产品销售业绩参考

图表 血浆置换市场整体营销模式

图表 珠海健帆生物科技股份有限公司学术活动营销情况

图表 经销商买断式的销售模式

图表 乐普医疗互联网服务生态系统

图表 血浆置换治疗细分市场结构

图表 目标市场销售三阶段

图表 主要竞争对手的销售渠道

图表 血浆置换生产企业主要盈利模式

图表 营销组合模式实施效果评价指标

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198201.html>