

2021-2027年中国家用医疗器械市场深度评估与行业前景预测报告

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年中国家用医疗器械市场深度评估与行业前景预测报告》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/202107/230350.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

家用医疗产品多用于老年人和慢性病患者，产品主要包括血压计、血糖仪、制氧机、轮椅车、睡眠呼吸机等。数据显示，过去几年国内家用医疗器械市场增长较快，增速保持在20%左右，

国内市场总量持续增长，结构方面：从不同层级城市的发展水平来看，三四线城市收入水平的提高为医疗产品长远增长提供了有力保障。一个消费型医疗产品的生命周期一般为：进入一线城市是导入期，向二线城市扩展的时候是成长期，这也是快速放量加快增长的阶段；然后就是向三四线城市的下沉，这通常对应的是成长期的后半阶段，增速会有下降（价格接受度、医疗资源的覆盖需要时间等），但会以一个平稳的速度保持很长时间的增长，特别是在三四线城市消费能力提升的情况下会极大地拓展产品的发展空间和成长周期。在整个生命周期中，导入期解决的是技术成熟度、民众认知度的问题，成长期解决的是价格敏感度的问题，随着产品价格的下降与消费能力的提高，产品逐渐进入加快成长的阶段。

作为覆盖人群最广的三四线城市（人口占比合计超过50%），随着其人均可支配收入的进一步提高，医疗保健消费升级的趋势正在加快，为消费升级受益的行业的成长提供强劲的内生动力。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家用医疗器械市场深度评估与行业前景预测报告》共九章。首先介绍了中国家用医疗器械行业市场发展环境、家用医疗器械整体运行态势等，接着分析了中国家用医疗器械行业市场运行的现状，然后介绍了家用医疗器械市场竞争格局。随后，报告对家用医疗器械做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家用医疗器械行业发展趋势与投资预测。您若想对家用医疗器械产业有个系统的了解或者想投资中国家用医疗器械行业，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 家用医疗器械的相关概述

1.1 医疗器械简介

1.1.1 医疗器械定义

1.1.2 医疗器械分类

1.2 家用医疗器械

1.2.1 家庭保健器材

1.2.2 家用保健按摩产品

1.2.3 家庭医疗康复设备

1.2.4 家庭护理设备

第二章 2015-2019年中国家用医疗器械行业发展环境分析

2.1 宏观经济环境

2.1.1 2015-2019年中国GDP增长分析

2.1.2 2015-2019年中国商品进出口贸易

2.1.3 2019年中国居民收入与消费状况

2.1.4 2019年1-12月中国经济运行分析

2.2 产业政策环境

2.2.1 2015-2019年中国医药行业政策环境

2.2.2 2015-2019年中国新医改的相关政策

2.2.3 中国医疗器械行业相关政策分析

2.2.4 《医疗器械生产质量管理规范（试行）》

2.3 社会环境分析

2.3.1 2019年中国人口及老龄化情况

2.3.2 中国提高企业退休人员基本养老金

2.3.3 人口老龄化增加家用医疗器械需求

2.3.4 中国老年人康复护理将向家庭转移

第三章 2015-2019年中国医疗器械所属行业经济运行分析

3.1 2015-2019年中国医疗器械所属行业发展运行概况

3.1.1 2019年中国医疗器械行业发展概况

3.1.2 2019年中国医疗器械行业发展概况

3.1.3 2019年中国医疗器械所属行业发展概况

3.2 2015-2019年中国医疗器械所属行业总体运行情况

3.2.1 2015-2019年中国医疗器械所属行业企业数量统计

3.2.2 2015-2019年中国医疗器械所属行业从业人员统计

3.2.3 2015-2019年中国医疗器械所属行业产值增长情况

- 3.2.4 2015-2019年中国医疗器械所属行业资产状况分析
- 3.2.5 2015-2019年中国医疗器械所属行业销售收入分析
- 3.2.6 2015-2019年中国医疗器械所属行业利润增长情况
- 3.3 2015-2019年中国医疗器械所属行业经营效益分析
 - 3.3.1 2015-2019年中国医疗器械所属行业盈利能力分析
 - 3.3.2 2015-2019年中国医疗器械所属行业偿债能力分析
 - 3.3.3 2015-2019年中国医疗器械所属行业营运能力分析
- 3.4 2015-2019年中国医疗器械所属行业成本费用分析
 - 3.4.1 2015-2019年中国医疗器械所属行业销售成本分析
 - 3.4.2 2015-2019年中国医疗器械所属行业销售费用分析
 - 3.4.3 2015-2019年中国医疗器械所属行业管理费用分析
 - 3.4.4 2015-2019年中国医疗器械所属行业财务费用分析

第四章 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业市场现状分析

- 4.1 中国便携医疗电子市场现状
 - 4.1.1 便携医疗电子产品细分情况
 - 4.1.2 中国便携医疗电子市场发展特点
 - 4.1.3 2019年中国便携医疗电子市场规模分析
 - 4.1.4 2019年中国家用便携医疗电子产品结构
 - 4.1.5 中国便携医疗电子市场竞争格局分析
- 4.2 中国家用医疗器械行业现状
 - 4.2.1 全球家用医疗器械市场现状
 - 4.2.2 中国家用医疗器械产业发展现状
 - 4.2.3 中国家用医疗器械市场产品情况
 - 4.2.4 中国家用医疗器械销售情况分析
 - 4.2.5 家用医疗保健器械主要品牌现状
- 4.3 家用医疗器械市场分析
 - 4.3.1 中国家用医疗器械销量快速增长
 - 4.3.2 家用医疗器械市场逐渐走向成熟
 - 4.3.3 2019年中国家用医疗器械市场规模
 - 4.3.4 2019年中国家用医疗器械市场分析
- 4.4 家用医疗器械存在的问题及发展对策

- 4.4.1 家用医疗器械与国际先进水平的差距
- 4.4.2 家用医疗器械市场准入门槛有待提高
- 4.4.3 加强家用保健器械市场监管的思考

第五章 2015-2019年中国家用医疗器械细分产品市场分析

5.1 电子血压计

- 5.1.1 中国电子血压计技术水平现状
- 5.1.2 中国电子血压计市场竞争格局
- 5.1.3 2019年中国电子血压计市场规模
- 5.1.4 中国电子血压计的市场前景分析

5.2 电子血糖仪

- 5.2.1 中国血糖仪市场主要品牌分析
- 5.2.2 中国电子血糖仪市场竞争格局
- 5.2.3 2019年中国电子血糖仪市场规模
- 5.2.4 2019年电子血糖仪市场价格分析
- 5.2.5 中国血糖仪市场将迎来快速增长

5.3 轮椅

- 5.3.1 中国轮椅行业生产现状分析
- 5.3.2 中国轮椅市场需求情况分析
- 5.3.3 中国轮椅市场价格情况分析
- 5.3.4 未来高档电动轮椅需求将升温
- 5.3.5 中国轮椅产品出口市场潜力大

5.4 助听器

- 5.4.1 中国助听器行业发展发展历程
- 5.4.2 中国助听器市场发展现状分析
- 5.4.3 中国助听器市场竞争状况分析
- 5.4.4 2019年中国助听器市场分析
- 5.4.5 2019年中国助听器进出口形势
- 5.4.6 助听器市场与产品的发展趋势

5.5 家用制氧机

- 5.5.1 氧疗与氧保健的相关概述
- 5.5.2 市场常见的家庭供氧设备

5.5.3 家庭制氧机市场消费群体分析

5.5.4 中国家用制氧机市场需求规模

5.5.5 中国家用制氧机市场价格情况

第六章 2015-2019年中国家用医疗器械市场竞争分析

6.1 2015-2019年国外巨头中国医疗器械市场竞争

6.1.1 国际医疗器械巨头布局中国市场

6.1.2 半导体厂商积极投入家用医疗器械市场

6.1.3 国外医疗器械新品加强扩展二三线市场

6.1.4 2019年GE医疗进军中国家用医疗市场

6.2 2015-2019年中国家用医疗器械行业竞争策略

6.2.1 以专业服务提升营销内涵

6.2.2 以售后保障拓展销售渠道

第七章 2015-2019年中国家用医疗器械营销策略分析

7.1 家用医疗器械营销的模式和现状

7.1.1 软文策略

7.1.2 营销模式

7.1.3 产品策略

7.1.4 数据库营销

7.1.5 渠道模式

7.1.6 目标考核

7.2 家用医疗器械营销策略

7.2.1 家用医疗器械市场运作现状

7.2.2 家用医疗器械的营销模式创新

7.2.3 家用医疗器械国际化市场策略

7.2.4 家用医疗器械营销现实与展望

7.3 家用医疗器械品牌策略

7.3.1 家用医疗器械品牌运作误区

7.3.2 家用医疗器械品牌的传播策略

7.3.3 家用医疗器械品牌管理策略分析

7.3.4 家用医疗器械品牌营销定位分析

7.3.5 家用医疗器械品牌运作措施分析

第八章 2015-2019年中国家用医疗器械企业发展战略分析

8.1 2015-2019年中国家用医疗器械企业战略分析

8.1.1 核心竞争力

8.1.2 竞争地位分析

8.1.3 医疗器械行业创建核心竞争力存在的问题

8.1.4 提升中国医疗器械行业核心竞争力的对策

8.2 2015-2019年中国家用医疗器械企业盈利模式

8.2.1 企业盈利模型

8.2.2 持久竞争优势分析

8.2.3 行业发展规律竞争策略

8.2.4 供应链一体化战略

8.3 2015-2019年中国家用医疗器械行业SWOT分析

第九章 中国家用医疗器械重点企业竞争分析

9.1 国外家用医疗器械重点企业介绍

9.1.1 通用电气医疗系统集团

9.1.2 西门子医疗系统集团

9.1.3 飞利浦医疗保健事业部

9.1.4 拜耳医药保健有限公司

9.1.5 日本阿洛卡株式会社

9.2 家用医疗器械合资企业分析

9.2.1 欧姆龙（大连）有限公司

9.2.2 瑞声达听力技术（中国）有限公司

9.2.3 优利康听力技术(苏州)有限公司

9.2.4 鸿邦电子（深圳）有限公司

9.2.5 泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司

9.2.6 西门子迈迪特（深圳）磁共振有限公司

9.2.7 沈阳东软医疗系统有限公司

9.2.8 航卫通用电气医疗系统有限公司

9.3 天津九安医疗电子股份有限公司

9.3.1 公司简介

9.3.2 公司经营情况分析

9.3.3 企业财务指标

9.3.4 公司未来发展展望

9.4 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

9.4.1 企业基本情况

9.4.2 企业竞争优势分析

9.4.3 2019年企业经营状况分析

9.4.4 企业财务指标

9.4.5 企业未来发展的展望

9.5 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

9.5.1 企业基本情况

9.5.2 深圳迈瑞公司发展史

9.5.3 2019年企业经营情况

9.5.4 深圳迈瑞品牌创新发展分析

9.6 上海阿洛卡医用仪器有限公司

9.6.1 企业基本情况

9.6.2 企业偿债能力分析

9.6.3 企业盈利能力分析

9.6.4 企业成本费用分析

9.7 杭州京冷医疗器械有限公司

9.7.1 企业基本情况

9.7.2 企业偿债能力分析

9.7.3 企业盈利能力分析

9.7.4 企业成本费用分析

9.8 上海光电医用电子仪器有限公司

9.8.1 企业基本情况

9.8.2 企业偿债能力分析

9.8.3 企业盈利能力分析

9.8.4 企业成本费用分析

9.8.5 企业发展动态

9.9 上海医疗器械股份有限公司

9.9.1 企业基本情况

9.9.2 企业偿债能力分析

9.9.3 企业盈利能力分析

9.9.4 企业成本费用分析

9.9.5 企业最新动态分析

9.10 江苏金鹿集团有限公司

9.10.1 企业基本情况

9.10.2 企业偿债能力分析

9.10.3 企业盈利能力分析

9.10.4 企业成本费用分析

第十章 2021-2027年中国家用医疗器械行业发展前景分析

10.1 2021-2027年中国家用医疗器械行业发展前景分析

10.1.1 中国医疗器械市场将持续稳定增长

10.1.2 家用医疗电子设备成为最具发展潜力的明星产业

10.1.3 家用医疗器械逐渐成为市场新宠

10.1.4 中国家用医疗器械市场潜力巨大

10.2 2021-2027年中国家用医疗器械行业发展趋势分析

10.2.1 慢病监测产品飞速增长

10.2.2 家用医疗器械日趋多元化

10.2.3 与电子技术的革新与整合

10.3 2021-2027年中国家用医疗器械市场预测分析

10.3.1 2021-2027年中国医疗器械市场前景预测分析

10.3.2 2021-2027年中国家用医疗器械市场预测分析

第十一章 2021-2027年中国家用医疗器械行业的投资及风险分析

11.1 2021-2027年中国家用医疗器械行业投资潜力分析

11.1.1 家用医疗器械行业投资吸引力分析

11.1.2 家用医疗器械市场增长动力分析

11.1.3 家用医疗器械区域投资潜力分析

11.2 2021-2027年中国家用医疗器械行业投资风险分析

11.2.1 宏观经济波动风险

11.2.2 市场竞争加剧风险

11.2.3 技术与质量风险

11.3 2021-2027年中国家用医疗器械行业投资策略分析

11.3.1 企业融资方式多样化

11.3.2 “以人中心”的经营理念

11.3.3 专业化服务

11.3.4 销售渠道优化管理

图表目录：

图表 1 2015-2019年中国国内生产总值及增长速度

图表 2 2019年中国货物进出口总额及其增长速度

图表 3 2015-2019年中国商品进出口贸易总额增长趋势图

图表 4 2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表 5 2015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表 6 2015-2019年中国城镇居民家庭恩格尔系数

图表 7 2015-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表 8 2019年社会消费品零售额及增长情况统计

图表 9 2019年版《药品目录》中成药和西药品种数量变化情况

图表 10 2019年版《药品目录》中成药和西药品种占比变化情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/230350.html>