

2022-2028年中国家用医疗器械超市连锁市场深度分析与投资策略报告

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

《2022-2028年中国家用医疗器械超市连锁市场深度分析与投资策略报告》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/202203/279095.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国家用医疗器械超市连锁市场深度分析与投资策略报告》共十五章。首先介绍了家用医疗器械超市连锁行业市场发展环境、家用医疗器械超市连锁整体运行态势等，接着分析了家用医疗器械超市连锁行业市场运行的现状，然后介绍了家用医疗器械超市连锁市场竞争格局。随后，报告对家用医疗器械超市连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了家用医疗器械超市连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对家用医疗器械超市连锁产业有个系统的了解或者想投资家用医疗器械超市连锁行业，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 家用医疗器械超市连锁行业整体概述

第一节 家用医疗器械相关行业介绍

一、家用医疗器械行业

二、超市连锁行业

第二节 家用医疗器械相关销售方式介绍

一、传统的销售方式

二、加盟连锁的销售方式

第三节 家用医疗器械连锁的特征

一、价格优惠

二、品种齐全

三、专业服务

第二章 2019年中国家用医疗器械超市连锁市场运营环境分析

第一节 2019年家用医疗器械超市连锁行业经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年家用医疗器械超市连锁行业政策环境分析

一、相关行业政策影响分析

二、进出口政策

第三节 2019年家用医疗行业运行的社会环境分析

一、21世纪人口老龄化

二、空巢老人现象

三、中国的传统美德——孝敬父母

四、居民生活水平提高

第三章 2019年中国对医疗器械的监管状况分析

第一节 医疗器械的GMP认证

一、FDA对医疗器械产品登记和GMP的规定概述

二、我国医疗器械开启GMP试点认证

三、中国医疗器械加速走向GMP时代

第二节 2019年国家对医疗器械价格的干预形势分析

一、导致医疗器械价格虚高的四大因素分析

二、国家对植入类医疗器械价格进行干预

三、医疗器械限价受阻原因归结加价率

四、医械行业限价计划延期

五、中国医疗器械价格管理遭遇的几个难点

第三节 2019年中国翻新再用医疗器械的市场监管状况分析

一、市场呼唤有序监管

二、安全成为关注焦点

三、产品质量需法规把关

四、翻新再用医疗器械的相关趋势

第四节 2019年中国各类医疗器械企业和产品的监管情况分析

一、医疗器械生产企业质量管理中存在的问题及对策分析

二、医疗器械经营企业管理中存在的问题及监管对策

三、医疗器械软件监管状况及对策分析

第四章 2015-2019年中国医疗器械行业发展形势分析

第一节 2015-2019年中国医疗器械行业运营格局分析

- 一、中国医疗器械产业发展概况
- 二、政策引导我国医疗器械行业快速发展
- 三、我国医疗器械产业已逐步融入全球产业链
- 四、我国普及型医疗器械发展状况分析
- 五、2015-2019年中国医疗器械研发领域进展分析

第二节 2015-2019年中国医疗器械市场发展概况分析

- 一、中国医疗器械市场发展现状分析
- 二、推动医疗器械需求提升的因素
- 三、中国医疗器械的三大区域市场分析
- 四、医疗器械设备厂商出击农村市场

第三节 2015-2019年中国医疗器械行业发展中存在的问题分析

- 一、中国医疗器械业面临的问题与挑战
- 二、医疗器械行业各环节中存在的问题
- 三、国产医疗器械在国内市场面临的困难
- 四、中国高端医疗器械有待开发
- 五、医疗器械行业期待政策扶持
- 六、进口医疗器械包装标识亟需规范
- 七、中国医疗器械本土企业研发面临的难题

第四节 2015-2019年促进中国医疗器械产业健康发展的策略分析

- 一、浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示
- 二、中国医疗器械行业利用创新实行降本增效
- 三、中国医疗器械行业的发展措施
- 四、中国医疗器械行业的国际化发展建议

第五章 2015-2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2015-2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2015-2019年中国医疗仪器设备及器械制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2019年中国医疗器械市场销售态势分析

第一节 医疗器械企业的销售理论概述

一、医疗器械销售力

二、市场管理

三、销售政策的制定规则

四、团队建设

五、营销渠道的开拓及促销设计

第二节 2019年中国医疗器械销售分析

一、医疗器械营销的突破要点

二、跨国医疗器械企业转向数据库营销模式分析

三、环境变化下的医疗设备营销分析

四、家庭医疗器械的营销模式分析

第三节 2019年中国医疗器械市场招投标分析

一、2019年医疗器械国际招标市场景气分析

二、2019年我国医疗器械集中招标采购情况

三、医疗器械招标存在的问题

第四节 2019年中国医疗器械售后服务分析

一、医疗器械存在的售后服务陷阱

二、大型医疗设备售后服务市场亟待规范

三、医疗器械售后服务前景看好

第七章 2019年中国家用医疗器械超市连锁经营新形势分析

第一节 “小荷才露尖尖角”的态势

一、新兴行业

二、发展空间可观

第二节 2019年家用医疗器械超市连锁销售模式分析

一、门店销售

三、网络销售

第三节 2019年家用医疗器械超市连锁市场定位分析

一、质优价廉

二、品种齐全

三、专业服务

四、打造企业品牌

第八章 家用医疗器械超市连锁龙头企业——康复之家详细介绍

第一节 康复之家的概况

一、企业的发展历史

二、企业文化

第二节 康复之家的渠道分析

一、商品供货渠道

二、商品销售渠道

第三节 康复之家的融资策略

一、银行贷款

二、其他融资渠道

第四节 康复之家的盈利分析

一、企业盈利指标

二、企业资产状况分析

三、企业成本费用构成情况

四、企业竞争力分析

第五节 康复之家发展目标

一、五年时间成为国内最大的医疗器械连锁机构

二、十年时间完成全国大中城市的连锁

三、二十年内成为享誉全球的健康产业巨头

第九章 2019年中国家用医疗器械超市连锁竞争态势分析

第一节 2019年中国家用医疗器械超市连锁行业的竞争对手分析

一、家用医疗器械商务网站

二、家用医疗器械品牌加盟连锁店

三、家用医疗器械超市连锁

第二节 2019年中国家用医疗器械超市连锁行业的竞争优劣势分析

一、竞争优势

二、竞争劣势

第三节 2019年中国家用医疗器械超市连锁的核心竞争力

一、现场专业的指导服务

二、多形式的促销活动

第十章 2019年中国家用医疗器械超市连锁的产业链整体格局分析

第一节 2019年中国家用医疗器械超市连锁的产业链分析

一、产业链构成

二、产业链优化趋势

第二节 国外家用医疗器械重点制造企业介绍

一、通用电器医疗系统集团

二、西门子医疗集团

三、飞利浦 / 安捷伦医疗器械集团

四、拜耳集团

五、日本阿洛卡

第三节 家用医疗器械合资及进口代理重点企业介绍

一、航卫通用电气医疗系统有限公司

- 二、欧姆龙（大连）有限公司
- 三、海阿洛卡医用仪器有限公司
- 四、西门子迈迪特磁共振有限公司
- 五、泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司
- 六、杭州京冷医疗器械有限公司
- 七、上海光电医用电子仪器有限公司

第四节 中国本土家用医疗器械重点制造企业介绍

- 一、中国医疗器械工业公司
- 二、上海医疗器械股份有限公司
- 三、江苏金鹿集团
- 四、山东威高集团有限公司
- 五、深圳安科高技术股份有限公司
- 六、汕头超声仪器研究所
- 七、深圳市奥沃国际科技发展有限公司
- 八、沈阳东软数字医疗系统股份有限公司
- 九、苏州六六视觉科技股份有限公司
- 十、珠海友通科技有限公司简介
- 十一、深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司
- 十二、深圳益心达医学新技术有限公司

第十一章 2019年中国家用医疗器械超市细分领域深度剖析

第一节 医疗诊断、监护及治疗设备

- 一、超声诊断仪器
- 二、CT机
- 三、磁共振成像装置
- 四、监护产品
- 五、呼吸机
- 六、内窥镜技术与产品

第二节 假肢、人工器官及植（介）入器械

- 一、假肢
- 二、人造器官
- 三、植（介）入器械

第三节 其他类型产品

- 一、理疗技术设备在国内外的的发展
- 二、中国全自动生化分析仪实现产业化
- 三、我国体外肿瘤治疗仪项目迈向产业化
- 四、我国激光医疗器械产业发展分析
- 五、医学可调谐激光器市场将快速发展
- 六、我国口腔科用医疗器械成为医械的销售亮点
- 七、一次性医疗器械市场

第十二章 2015-2019年中国医疗器械超市连锁行业的关键性问题分析

第一节 家电超市管理经验的借鉴

- 一、物流管理
- 二、经营战略管理
- 三、区域扩张管理

第二节 员工的专业素质

- 一、服务态度
- 二、医学及护理等专业知识的培训
- 三、与人沟通的能力

第三节 品牌及品牌保护

- 一、品牌营销战略
- 二、品牌保护措施

第十三章 2015-2019年中国家用医疗器械超市连锁行业的发展趋势及前景预测分析

第一节 2015-2019年中国家用医疗器械超市连锁的物流趋势

- 一、多渠道物流
- 二、物流渠道优化

第二节 2015-2019年中国家用医疗器械超市连锁的服务理念趋势

- 一、以客户为中心
- 二、增值服务增多
- 三、参与公益活动

第三节 2015-2019年中国家用医疗器械超市连锁的竞争趋势分析

- 一、巨头间的竞争

二、巨头与扩展区域间本土企业的竞争

第十四章 2015-2019年中国医疗器械超市连锁行业的投资及风险分析

第一节 2015-2019年中国医疗器械超市连锁行业投资机会分析

一、人口老龄化

二、新兴行业

三、可借鉴经验丰富

第二节 2015-2019年中国医疗器械超市连锁行业投资风险分析

一、财务风险

二、政策风险

三、贸易风险

四、营销风险

五、渠道风险

第十五章 观点（ ）

第一节 企业融资方式多样化

第二节 “以人为中心”的经营理念

第三节 专业化服务

第四节 地区扩张战略

第五节 渠道优化管理（ ）

图表目录

图表 2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2019年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2015-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2015-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 2015-2019年中国工业增加值增长趋势图

图表 2015-2019年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2015-2019年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2015-2019年我国财政收入支出走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/279095.html>