2020-2026年中国家用医疗器械行业竞争格局及供需策略分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国家用医疗器械行业竞争格局及供需策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201910/800025.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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，三四线城市收入水的提升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。

智研咨询发布的《2020-2026年中国家用医疗器械行业竞争格局及供需策略分析报告》共十四章。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 世界家用医疗器械所属行业整体运营状况分析
第一节 全球医疗器械行业发展综述
一、全球医疗器械市场需求巨大
二、全球医疗器械市场规模分析
三、全球医疗器械市场格局分析
四、国际医疗器械监管现状分析
第二节 世界医疗器械行业市场发展格局
一、欧盟医疗器械发布指令新协调标准

二、全球家用医疗设备市场规模
三、半导体厂商积极投入家用医疗电子领域
四、医疗器械行业国际市场竞争格局
五、医疗器械行业掀起并购热潮
六、国外医疗器械技术设备新进展
七、美国医疗器械行业危机四伏
第三节 世界家用医疗器械市场动态分析
一、全球医疗电子火速升温
二、医疗用半导体市场需求分析
三、全球家用医疗电子驱动因素分析
第四节 世界主要国家医疗器械运行分析
一、美国纳米医疗器械日渐兴起
二、日本医疗器材市场发展分析
三、东盟医疗器械市场空间广阔
四、俄罗斯医疗器械市场发展现状
五、印度成国际医疗器械业后起之秀
六、巴西医疗器械市场发展现状
第五节 2020-2026年世界医疗器械行业发展趋势分析
第二章 中国家用医疗器械所属行业市场运行环境解析
第一节 中国宏观经济运行环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品零售总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国家用医疗器械市场政策环境分析
一、新医改政策要点解析
二、医疗器械规划解析
三、医疗器械广告审查新标准实施
四、国家药监局发布《医疗器械注册管理办法》
五、一类医疗器械审批将改由省级实施
六、《医疗器械监督管理条例》修订
七、中国医疗器械监管及规范情况

八、国产医疗器械受益医保补助提升
第三节 中国家用医疗器械市场技术环境分析
一、新产品和新技术的应用
二、科技发展重点
三、模块化技术
四、整机技术
五、信息化技术
六、期间重点发展的关键技术
第四节 中国家用医疗器械市场社会环境分析
一、中国人口规模及结构分析
二、中国人口老龄化进程加剧
三、人口学特征与疾病谱变化
四、中国城镇化率及进程分析
五、居民自我保健意识的加强
六、许多症状较轻微的疾病早期分析、预防与治疗
第三章 中国家用医疗器械所属行业市场监管
第一节 中国医疗器械行业的政策与监管
一、中国医疗器械产业监管概况
二、中国大型医械采购政策改变
三、医疗器械标准研究制定管理取得新进展
四、中国医疗器械行业新标准及其特点
五、中国医疗器械GMP正式开始实施
六、《医疗器械召回管理办法》出台实施
第二节 翻新再用医疗器械的市场监管
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
第三节 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 中国医疗器械所属产业运营新形势透析
第一节 中国医疗器械产业发展概况
一、中国医疗器械产业发展演进

二、中国医疗器械研发领域进展
三、中国医疗器械行业集中度分析
四、中国医疗器械产业发展之路
五、中国医疗器械行业逐渐融入全球产业链
第二节 中国医疗器械市场现状分析
一、中国医疗器械市场特点分析
二、中国医疗器械市场增长影响因素
三、中国医疗器械农村市场需求分析
四、中国高端医疗器械市场需求强劲
五、中国医疗器械生产企业现状分析
第三节 中国医疗器械所属行业进出口状况
一、中国医疗器械贸易概况
（一）医疗器械进口分析
（二）医疗器械出口分析
二、中国医疗器械东盟出口市场分析
三、医疗器械出口竞争力影响因素
四、中国医疗器械进出口形势
（一）医疗器械进口分析
（二）医疗器械出口分析
第四节 医疗器械行业发展中存在的问题
一、医疗器械产业规模结构分散
二、医疗器械制造业产品结构重复
三、医疗器械制造业技术结构落后
四、医疗器械制造业生产结构失衡
第五节 促进中国医疗器械产业发展策略
一、欧美医疗器械管理机制对中国的启示
二、培育龙头企业形成医疗器械产业集群
三、中国医疗器械产业提升技术优势策略
四、中国医疗器械产业的国际化发展建议
第五章 中国家用医疗器械所属行业市场运行态势剖析
第一节 中国家用医疗器械行业发展动态分析
一、鱼跃获中国家用医疗器械突出贡献奖
二、太原市实施社保卡购买家用医疗器械
三、昆明重点整顿家用医疗器械经营市场
第二节 中国家用医疗器械市场现状分析

一、中国家用医疗器械行业现状
二、中国家用医疗器械市场规模
三、中国家用医疗器械出口优势
四、普及型医疗器械市场发展分析
第三节 中国家用医疗器械产业存在的问题
第四节 中国家用医疗器械行业发展策略分析
一、科研创新还需政策支持
二、校企合作才是解决之道
三、构建产学研用一体化平台
第六章 中国家用医疗器械所属行业数据监测分析
第一节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业发展分析
一、中国家用医疗器械行业发展概况
第二节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、资产规模增长分析
三、销售规模增长分析
四、利润规模增长分析
第三节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业结构分析
一、企业数量结构分析
二、资产规模结构分析
三、销售规模结构分析
四、利润规模结构分
第四节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业产值分析
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
第五节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业成本费用分析
一、销售成本统计
二、主要费用统计
第六节 2015-2019年中国家用医疗器械所属行业运营效益分析
一、偿债能力分析
二、盈利能力分析
三、运营能力分析
第七章 中国家用医疗器械所属行业市场运行状况分析
第一节 家用医疗器械市场运行特点分析

第二节 中国家用医疗器械市场动态
一、老龄化带来家用医疗器械新市场
二、中国便携式医疗电子市场兴起
三、国内家用医疗器械品牌将全面崛起
第三节 中国家用医疗器械品牌营销策略
一、家用医疗器械品牌核心价值
二、家用医疗器械品牌营销定位
三、家用医疗器械品牌传播渠道
四、家用医疗器械品牌资产分析
五、家用医疗器械的品牌营销管理
六、家用医疗器械品牌营销前景
第四节 加强家用保健器械市场监管的思考
第八章 中国家用医疗器械业内热点产品运营态势分析
第一节 血压计
一、血压计市场运行特点分析
二、血压计准确度与检验频率
三、新型医用电子血压计特点
四、手表式血压计将有望上市
五、血压计市场供给现状分析
六、血压测量仪器及器具（90189020）所属行业进出口数据监测分析
七、家用血压计主要品牌分析
八、家用血压计投资潜力分析
九、血压计行业进入壁垒分析
十、未来血压计市场前景展望
第二节 磁疗器具
一、磁疗保健器具的功能与机理
二、康姿百德进入磁疗寝具市场
三、磁疗法治疗的主要特点分析
四、磁疗保健器具的临床新进展
五、磁疗保健器具市场前景广阔
第三节 家用血糖分析仪
一、血糖分析仪相关概述
二、血糖仪的核心技术分析
三、血糖分析仪十大品牌综述
四、血糖分析仪市场发展分析

五、三诺将成为血糖仪普及的推动者
六、“能说会道”的智能血糖仪
七、血糖分析仪市场前景展望
第四节 体温计
一、家用体温计相关概述分析
二、家用体温计产品普及情况
三、家用体温计市场供需分析
四、家用体温计市场价格分析
五、欧姆龙推出新型电子体温计
六、中国可直接读数的液体温度计（90251100）所属行业进出口数据
第五节 家用心脏除颤器
一、心脏除颤器产品特点及应用
二、心脏除颤器产品技术新进展
三、家用心脏除颤器市场格局分析
四、家用心脏除颤器市场销售状况
五、家用心脏除颤器应用状况分析
第六节 脂肪秤
一、脂肪秤相关概述
二、脂肪秤发展历程
三、脂肪秤发展现状
四、脂肪秤十大品牌
五、脂肪秤发展前景
第九章 中国家用医疗器械市场营销模式及案例探讨
第一节 家用医疗器械营销要点概述
一、品牌运作是持久战
二、价格要合理 外形要适中
三、家用医疗器械主流销售渠道
四、家用医疗器械品牌五大“基因”
第二节 家用医疗器械营销的模式和现状
一、远离平面软文
二、营销模式输出
三、好的产品当道
四、数据库营销的再创新
五、扁平化营销组织的建立
六、成本考核下的目标考核

第三节 家用医疗器械营销渠道及模式探析
一、医疗器械探寻区域营销渠道变革
二、家用医疗器械营销模式待创新
第四节 中国家用医疗器械市场营销解读
一、家用医疗器械蓬勃的破壳而出
二、家用医疗器械正处躁动的青春
三、过分功能延展成家用医械的“恶之花”
四、家用医疗器械营销环境的变迁
五、家用医疗器械仍在成长的道路上
第五节 中国家用医疗器械市场营销解析
一、康复之家首推“轮椅以旧换新”
二、喜来健再探医疗保健器械的发展方向
第十章 中国家用医疗器械市场竞争格局透析
第一节 中国家用医疗器械市场竞争现状分析
一、家用医疗器械市场竞争要素
二、家用医疗器械市场竞争力体现
三、中国家用医疗器械竞争中存在的问题
四、中国家用医疗器械市场竞争焦点分析
第二节 国际医疗器械巨头中国市场转移
一、国际医疗器械巨头布局中国市场
二、国外医疗器械新品扩展二三线城市市场
三、GE医疗进军中国家用医疗市场
第三节 中国家用医疗器械市场集中度分析
第四节 中国家用医疗器械提升竞争策略分析
一、提高家用医疗器械行业竞争力对策
二、品牌效应提高家用医疗器械企业竞争力
三、家用医疗器械企业提高国际竞争力对策
第五节 中国家用医疗器械行业竞争趋势分析
第十一章 世界医疗器械巨头在华投资运行分析
第一节 天津九安医疗电子股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业SWOT分析
四、在华市场投资情况
五、企业在华发展战略

第二节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业SWOT分析
四、企业研发进展与投入
五、企业亚太运营中心
第三节 湖南千山制药机械股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业SWOT分析
四、在华市场投资情况
五、GE发展动态分析
第四节 深圳市尚荣医疗股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业SWOT分析
四、在华市场投资情况
五、企业经营策略分析
第五节 北京万东医疗装备股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品介绍
三、在华市场投资情况
四、在华本土化策略分析
第六节 福州全日康医疗器械有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营状况分析
三、企业主要品牌分析
四、在华市场投资情况
五、企业发展动态分析
第七节 义乌市百灵医疗器械有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营状况分析
四、企业SWOT分析
第八节 北京博晖创新光电技术股份有限公司

一、企业基本情况
二、企业主要产品
三、企业经营状况分析
四、企业发展战略分析
第十二章 中国家用医疗器械优势企业竞争力及关键性数据分析
第一节 山东新华医疗器械股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营情况分析
三、企业经济指标分析
四、企业盈利能力分析
第二节 北京万东医疗装备股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营情况分析
三、企业经济指标分析
四、企业盈利能力分析
第三节 广东宝莱特医用科技股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营情况分析
三、企业经济指标分析
四、企业盈利能力分析
第四节 天津九安医疗电子股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业经营情况分析
三、企业经济指标分析
四、企业盈利能力分析
第五节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业经济指标分析
第六节 欧姆龙（大连）有限公司
一、公司基本情况
二、企业主要经济指标
三、企业偿债能力分析
四、企业盈利能力分析

第七节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司
一、公司基本情况
二、企业主要经济指标
三、企业偿债能力分析
四、企业SWOT分析
第八节 上海西门子医疗器械有限公司
一、公司基本情况
二、企业主要经济指标
三、企业偿债能力分析
四、企业盈利能力分析
第九节 强生（中国）医疗器材有限公司
一、公司基本情况
二、企业主要经济指标
三、企业偿债能力分析
四、企业盈利能力分析
第十节 江苏金鹿集团有限公司
一、公司基本情况
二、企业主要经济指标
三、企业偿债能力分析
四、企业盈利能力分析
第十三章 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展趋势与前景展望
第一节 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展前景分析
一、21世纪最具发展潜力的明星产业
二、中国家用医疗器械市场潜力巨大
三、家用医疗器械成为夏季新宠
四、家用医疗器械市场前景看好
第二节 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展趋势分析
一、中国医疗器械行业发展新趋势
二、家用医疗器械发展趋势分析
三、医疗保健器械成为家庭中新的“家电”
四、家用医疗器械日趋多元化
第三节 2020-2026年中国家用医疗器械行业市场预测分析
一、全球医疗器械市场发展形势预测
二、中国医疗器械行业快速增长驱动因素
三、中国医疗器械行业市场规模预测分析

四、中国家用医疗器械行业市场规模预测
第四节 2020-2026年中国家用医疗器械市场盈利预测分析
第十四章 2020-2026年中国家用医疗器械行业前景预测（ZY KT）
第一节 2020-2026年中国家用医疗器械投资概况
一、家用医疗器械投资环境分析
二、中国医疗器械行业发展规划
三、家用医疗器械产业支持政策
四、家用医疗器械投资价值研究
第二节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资特性分析
一、医疗器械未来市场发展特征分析
二、家用医疗器械未来投资亮点分析
三、便携式医疗电子设备成投资热点
第三节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资机会分析
一、医疗器械市场掀起投资热潮
二、医疗器械行业受投资商青睐
三、家用医疗器械市场增长驱动力
四、家用医疗器械行业投资潜力分析
第四节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资风险预警
一、宏观调控政策风险
二、市场竞争风险
三、品牌经营风险
四、创新和人才风险
五、市场价格风险（ZY KT）

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201910/800025.html