

2020-2026年中国牙科医疗器械行业市场竞争状况 及竞争战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国牙科医疗器械行业市场竞争状况及竞争战略分析报告》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/202006/875210.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

随着全球居民生活水平的提高和医疗保健意识的增强，近年来，医疗器械产品需求持续增长。数据显示，截至2018年底，我国医疗器械行业市场规模达到了5304亿元，预计2022年我国医疗器械行业市场规模将超9000亿元，其行业市场前景十分广阔。

2017-2022年中国医疗器械行业市场规模及增长走势

智研咨询发布的《2020-2026年中国牙科医疗器械行业市场竞争状况及竞争战略分析报告》共十三章。首先介绍了中国牙科医疗器械行业市场发展环境、牙科医疗器械整体运行态势等，接着分析了中国牙科医疗器械行业市场运行的现状，然后介绍了牙科医疗器械市场竞争格局。随后，报告对牙科医疗器械做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国牙科医疗器械行业发展趋势与投资预测。您若想对牙科医疗器械产业有个系统的了解或者想投资中国牙科医疗器械行业，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 牙科医疗器械行业发展概述

第一节 牙科医疗器械的概念

一、牙科医疗器械的界定

二、牙科医疗器械的特点

第二节 牙科医疗器械行业发展成熟度

一、牙科医疗器械行业发展周期分析

二、牙科医疗器械行业中外市场成熟度对比

第二章 2015-2019年中国牙科医疗器械行业运行环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

第二节 2015-2019年中国牙科医疗器械行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

1、从保障居民消费力着眼

2、金融财税政策快速联动，助力疫情防控

3、宏观政策逆向调节需要加强针对性

二、牙科医疗器械行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2015-2019年中国牙科医疗器械行业发展社会环境分析

第三章 2015-2019年中国牙科医疗器械行业市场发展分析

第一节 牙科医疗器械行业市场发展现状

一、市场发展概况

牙科医疗器械是指专供在牙科学中使用的各种小型手提式工具，在国际上称为牙科器械（dental instruments）。牙科医疗器械包括牙科手机、口腔手机灭菌器、拔牙钳、牙挺、牙挖器等手术器具、手动牙科器具、牙科旋转器具、牙科注射器具、根管器具。牙科医疗科器械的范围广，生产企业多，对应的国际组ISO/TC106 SC4专门负责这方面的标准化工作。

随着居民消费升级，我国口腔医疗市场正处于快速发展的阶段。牙种植和正畸业务是口腔医疗行业的发展亮点，这两个板块不仅盈利水平高，而且增长空间大。伴随着牙种植和正畸业务的发展，医生和患者对牙科影像设备的要求也越来越高，口腔CT机未来将启动新一轮的设备升级。

据统计我国年种植牙量仅10万颗左右，而人口仅有6000万的意大利年种植牙达到120万颗。目前全亚洲地区种植牙市场规模大约占全球15%-20%。而中国大陆约占全亚洲份额的3%，占全球不到1%的份额。目前欧美发达国家的种植牙渗透率高达90%，而我国的渗透率不到10%，国内种植牙市场空间巨大。

全球种植牙市场中，中国是增长最快的市场之一，估计09-11年复合增速超过30%。2013年我国种植牙市场规模（包括种植体、牙冠的手术业务）在15-30亿元左右。全球6大牙植体生产商（瑞典Noble Biocare、瑞士Straumann、美国Dentsply Friadent、美国Biomet 3i、美国Zimmer、韩国Osstem）占据国内90%以上的市场。国内企业只有不到10%的份额。国内整体水平落后国外10年以上，只有华西医科大学的CDIC种植系统在苦苦支撑。

我国种植牙市场规模占全球的比例极低

外资垄断国内种植牙市场

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 牙科医疗器械行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国牙科医疗器械行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 牙科医疗器械行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2020-2026年牙科医疗器械行业市场发展趋势

第四章 中国牙科医疗器械所属行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2015-2019年中国牙科医疗器械行业市场供给分析

一、牙科医疗器械整体供给情况分析

二、牙科医疗器械重点区域供给分析

第二节 牙科医疗器械行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2020-2026年中国牙科医疗器械行业市场供给趋势

一、牙科医疗器械整体供给情况趋势分析

二、牙科医疗器械重点区域供给趋势分析

三、影响未来牙科医疗器械供给的因素分析

第五章 牙科医疗器械行业产品价格分析

第一节 中国牙科医疗器械行业产品历年价格回顾

第二节 中国牙科医疗器械行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国牙科医疗器械行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第六章 牙科医疗器械主要上下游产品分析

第一节 牙科医疗器械上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 牙科医疗器械行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2020年中国牙科医疗器械行业渠道分析及策略

第一节 牙科医疗器械行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对牙科医疗器械行业的影响

三、主要牙科医疗器械企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 牙科医疗器械行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 牙科医疗器械行业营销策略分析

一、中国牙科医疗器械营销概况

二、牙科医疗器械营销策略探讨

三、牙科医疗器械营销发展趋势

第八章 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业主要指标监测分析

第一节 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业工业总产值分析

一、2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业主营业务收入分析

一、2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业产品成本费用分析

一、2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业利润总额分析

一、2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业资产负债分析

一、2015-2019年中国牙科医疗器械所属行业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2015-2019年中国牙科医疗器械行所属行业业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国牙科医疗器械行业区域市场分析

第一节 华北地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第二节 东北地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第三节 华东地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第四节 华南地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第五节 华中地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第六节 西南地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第七节 西北地区牙科医疗器械行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第十章 公司对牙科医疗器械行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2015-2019年牙科医疗器械行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外牙科医疗器械竞争分析
- 二、2015-2019年我国牙科医疗器械市场竞争分析
- 三、2020-2026年国内主要牙科医疗器械企业动向
- 第十一章 牙科医疗器械企业竞争策略分析
 - 第一节 牙科医疗器械市场竞争策略分析
 - 一、2020年牙科医疗器械市场增长潜力分析
 - 二、2020年牙科医疗器械主要潜力品种分析
 - 三、现有牙科医疗器械产品竞争策略分析
 - 四、潜力牙科医疗器械品种竞争策略选择
 - 五、典型企业产品竞争策略分析
 - 第二节 牙科医疗器械企业竞争策略分析
 - 第三节 牙科医疗器械行业产品定位及市场推广策略分析
 - 一、牙科医疗器械行业产品市场定位
 - 二、牙科医疗器械行业广告推广策略
 - 三、牙科医疗器械行业产品促销策略
 - 四、牙科医疗器械行业招商加盟策略
 - 五、牙科医疗器械行业网络推广策略
- 第十二章 牙科医疗器械企业竞争分析
 - 第一节 西门子(中国)有限公司
 - 一、企业基本情况
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析
 - 三、企业资产及负债情况分析
 - 四、企业成本费用情况
 - 第二节 通用电气(中国)有限公司
 - 一、企业基本情况
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析
 - 三、企业资产及负债情况分析
 - 四、企业成本费用情况
 - 第三节 飞利浦(中国)投资有限公司
 - 一、企业基本情况
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析
 - 三、企业资产及负债情况分析
 - 四、企业成本费用情况
 - 第四节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司
 - 一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 强生(上海)医疗器材有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 美敦力(上海)管理有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 东软集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 山东新华医疗器械股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 上海联影医疗科技有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十三章 牙科医疗器械行业投资战略研究 (ZY GXH)

第一节 牙科医疗器械行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国牙科医疗器械品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、牙科医疗器械实施品牌战略的意义
- 三、牙科医疗器械企业品牌的现状分析
- 四、我国牙科医疗器械企业的品牌战略
- 五、牙科医疗器械品牌战略管理的策略

第三节 牙科医疗器械行业投资战略研究 (ZY GXH)

图表目录

图表：牙科医疗器械行业生命周期图

图表：牙科医疗器械产品国内、国际市场成熟度对比

图表：牙科医疗器械产品行业主要竞争因素分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械产品消费量变化图

图表：2015-2019年牙科医疗器械企业品牌集中度分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械产品产能分析

图表：2015-2019年中国牙科医疗器械产业工业总产值分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业工业总产值分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业工业总产值比较

图表：2015-2019年中国牙科医疗器械产业主营业务收入分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业主营业务收入分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业主营业务收入比较

图表：2015-2019年中国牙科医疗器械产业销售成本分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业销售成本比较分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业销售成本比较分析

图表：2015-2019年中国牙科医疗器械产业利润总额分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业利润总额比较分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业利润总额比较分析

图表：2015-2019年中国牙科医疗器械产业资产负债分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业资产比较分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同规模企业负债比较分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业资产比较分析

图表：2015-2019年牙科医疗器械不同所有制企业负债比较分析

图表：2015-2019年我国牙科医疗器械行业销售利润率

图表：2020年我国牙科医疗器械行业偿债能力情况

图表：2020年我国牙科医疗器械行业营运能力情况

图表：2015-2019年我国牙科医疗器械行业资产增长率

图表：2015-2019年我国牙科医疗器械行业利润增长率

更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/875210.html>