

# 2018-2024年中国医用内窥镜市场运营态势与市场 发展前景预测报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国医用内窥镜市场运营态势与市场发展前景预测报告》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/201710/577171.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

我国内窥镜微创医疗器械产品的自主生产已有 30 多年的历史，受下游需求旺盛的影响近年来发展迅速，由于受到技术、资金、品牌、人才和经验等因素的综合影响，国内内窥镜微创医疗器械生产企业大多规模较小，产品序列全、档次高的企业为数不多，市场竞争力普遍不强，生产能力和技术水平无法满足临床需要，导致医疗机构、健康服务机构等下游客户大量进口国外产品。

目前已具备内窥镜微创医疗器械的自主研发、生产销售和综合服务能力，企业品牌效应逐步体现，产品质量与国际知名企业的差距逐渐缩小，并开始进入部分中高端市场，目前国内品牌的内窥镜微创医疗器械约占市场份额的 25%。凭借较高的性价比优势，国内领先企业在部分领域初步实现进口替代，主要产品逐步实现出口，出口地区不再局限于东南亚、非洲等发展中国家和地区，已逐渐向日本、德国、美国等微创医疗器械制造强国出口。国内内窥镜微创医疗器械生产企业若能把握市场发展机遇，加强自主研发，不断完善产品种类、提升产品档次，将拥有广阔的发展前景。

2015年我国医用电子内窥镜行业市场产量约1.83万台，同比2014年的1.58万台增长了15.8%，2016年我国医用电子内窥镜产量在2.09万台左右。近几年我国医用电子内窥镜行业产量情况如下图所示：

2007-2016年我国医用电子内窥镜行业市场产量统计

资料来源：智研咨询整理

报告目录：

第一部分 行业现状篇

第一章 中国医用内窥镜行业发展概述

1.1 医用内窥镜行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 医用内窥镜行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国医用内窥镜行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
- 1.4 医用内窥镜行业产业链分析
  - 1.4.1 产业链结构分析
  - 1.4.2 主要环节的增值空间
  - 1.4.3 与上下游行业之间的关联性
  - 1.4.4 行业产业链上游相关行业分析
  - 1.4.5 行业下游产业链相关行业分析
  - 1.4.6 上下游行业影响及风险提示

## 第二章 中国医用内窥镜行业的国际比较分析

- 2.1 中国医用内窥镜行业的国际比较分析
  - 2.1.1 中国医用内窥镜行业竞争力指标分析
  - 2.1.2 中国医用内窥镜行业经济指标国际比较分析
  - 2.1.3 医用内窥镜行业国际竞争力比较
    - (1) 生产要素
    - (2) 需求条件
    - (3) 支援与相关产业
    - (4) 企业战略、结构与竞争状态
    - (5) 政府的作用
- 2.2 全球医用内窥镜行业市场需求分析
  - 2.2.1 市场规模现状
  - 2.2.2 需求结构分析
  - 2.2.3 重点需求客户
  - 2.2.4 市场前景展望
- 2.3 全球医用内窥镜行业市场供给分析
  - 2.3.1 生产规模现状
  - 2.3.2 产能规模分布
  - 2.3.3 市场价格走势
  - 2.3.4 重点厂商分布

## 第二部分 市场需求篇

## 第三章 应用领域及行业供需分析

### 3.1 需求分析

#### 3.1.1 医用内窥镜行业需求市场

#### 3.1.2 医用内窥镜行业客户结构

#### 3.1.3 医用内窥镜行业需求的地区差异

### 3.2 供给分析

### 3.3 供求平衡分析及未来发展趋势

#### 3.3.1 医用内窥镜行业的需求预测

#### 3.3.2 医用内窥镜行业的供应预测

#### 3.3.3 供求平衡分析

#### 3.3.4 供求平衡预测

### 3.4 市场价格走势分析

## 第四章 医用内窥镜产业链的分析

### 4.1 行业集中度

### 4.2 主要环节的增值空间

### 4.3 行业进入壁垒和驱动因素

### 4.4 上下游行业影响及趋势分析

## 第五章 区域市场情况深度研究

### 5.1 长三角区域市场情况分析

### 5.2 珠三角区域市场情况分析

### 5.3 环渤海区域市场情况分析

### 5.4 医用内窥镜行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 5.4.1 华北大区市场分析

#### 5.4.2 华中大区市场分析

#### 5.4.3 华南大区市场分析

#### 5.4.4 华东大区市场分析

#### 5.4.5 东北大区市场分析

#### 5.4.6 西南大区市场分析

#### 5.4.7 西北大区市场分析

### 5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析

## 第六章 2018-2024年需求预测分析

### 6.1 医用内窥镜行业领域2018-2024年需求量预测

## 6.2 2018-2024年医用内窥镜行业领域需求产品/服务功能预测

## 6.3 2018-2024年医用内窥镜行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 第三部分 竞争策略篇

#### 第七章 医用内窥镜市场竞争格局分析

##### 7.1 行业总体市场竞争状况分析

###### 7.1.1 医用内窥镜行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结

###### 7.1.2 医用内窥镜行业企业间竞争格局分析

###### 7.1.3 医用内窥镜行业集中度分析

###### 7.1.4 医用内窥镜行业SWOT分析

- (1) 医用内窥镜行业优势分析
- (2) 医用内窥镜行业劣势分析
- (3) 医用内窥镜行业机会分析
- (4) 医用内窥镜行业威胁分析

##### 7.2 中国医用内窥镜行业竞争格局综述

###### 7.2.1 医用内窥镜行业竞争概况

- (1) 中国医用内窥镜行业品牌竞争格局
- (2) 医用内窥镜业未来竞争格局和特点
- (3) 医用内窥镜市场进入及竞争对手分析

###### 7.2.2 中国医用内窥镜行业竞争力分析

- (1) 我国医用内窥镜行业竞争力剖析
- (2) 我国医用内窥镜企业市场竞争的优势
- (3) 民企、国企、外企比较分析
- (4) 医用内窥镜企业竞争能力提升途径

###### 7.2.3 中国医用内窥镜产品竞争力优势分析

- (1) 整体产品竞争力评价
- (2) 产品竞争力评价结果分析
- (3) 竞争优势评价及构建建议

###### 7.2.4 医用内窥镜行业主要企业竞争力分析

## 7.3 医用内窥镜行业竞争格局分析

### 7.3.1 国内外医用内窥镜竞争分析

### 7.3.2 我国医用内窥镜市场竞争分析

### 7.3.3 我国医用内窥镜市场集中度分析

### 7.3.4 国内主要医用内窥镜企业动向

### 7.3.5 国内医用内窥镜企业拟在建项目分析

## 7.4 医用内窥镜行业并购重组分析

### 7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析

### 7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析

### 7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析

## 7.5 医用内窥镜市场竞争策略分析

### 7.5.1 产品策略

### 7.5.2 技术策略

### 7.5.3 服务策略

### 7.5.4 品牌策略

## 第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

### 8.1 行业企业排名分析

### 8.2 产业结构分析

#### 8.2.1 市场细分充分程度的分析

#### 8.2.2 各细分市场领先企业排名

#### 8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 8.3.1 产业价值链的构成

#### 8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 8.4 产业结构发展预测

#### 8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

#### 8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 8.4.3 中国医用内窥镜行业参与国际竞争的战略市场定位

## 第九章 前十大领先企业分析

### 9.1 中国医用内窥镜企业总体发展状况分析

#### 9.1.1 医用内窥镜企业主要类型

#### 9.1.2 医用内窥镜企业资本运作分析

### 9.1.3 医用内窥镜企业创新及品牌建设

### 9.1.4 医用内窥镜企业国际竞争力分析

### 9.1.5 2016年医用内窥镜行业企业排名分析

## 9.2 中国领先医用内窥镜企业经营形势分析

### 9.2.1 杭州桐庐尖端内窥镜有限公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势分析

(9) 企业最新发展动向

### 9.2.2 杭州市桐庐医疗光学仪器总厂经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势分析

(9) 企业最新发展动向

### 9.2.3 杭州好克光电仪器有限公司经营分析

(1) 企业发展概况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业技术水平分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业产销能力分析

(6) 企业经济指标分析

(7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势分析

(9) 企业最新发展动向

### 9.2.4 飞秒光电科技(西安)有限公司经营分析



- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 9.2.5 沈阳沈大内窥镜有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 9.2.6 合肥德铭电子有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

#### 9.2.7 天津市企美科技发展有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析

- (6) 企业经济指标分析
  - (7) 企业主要客户分析
  - (8) 企业竞争优劣势分析
  - (9) 企业最新发展动向
- 9.2.8 杭州市桐庐医疗仪器厂经营分析
- (1) 企业发展概况分析
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业技术水平分析
  - (4) 企业经营模式分析
  - (5) 企业产销能力分析
  - (6) 企业经济指标分析
  - (7) 企业主要客户分析
  - (8) 企业竞争优劣势分析
  - (9) 企业最新发展动向

#### 第四部分 趋势策略篇

### 第十章 2014-2017年中国医用内窥镜行业整体运行指标分析

- 10.1 中国医用内窥镜行业总体规模分析
  - 10.1.1 企业数量结构分析
  - 10.1.2 人员规模状况分析
  - 10.1.3 行业资产规模分析
  - 10.1.4 行业市场规模分析
- 10.2 中国医用内窥镜行业产销情况分析
  - 10.2.1 我国医用内窥镜行业产值
  - 10.2.2 我国医用内窥镜行业收入
  - 10.2.3 我国医用内窥镜行业产销率
- 10.3 中国医用内窥镜行业财务指标总体分析
  - 10.3.1 行业盈利能力分析
  - 10.3.2 行业偿债能力分析
  - 10.3.3 行业营运能力分析
  - 10.3.4 行业发展能力分析

### 第十一章 2018-2024年医用内窥镜行业前景及趋势预测

- 11.1 医用内窥镜行业五年规划现状及未来预测
  - 11.1.1 “十二五”期间医用内窥镜行业运行情况

- 11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响
- 11.1.3 医用内窥镜行业“十三五”发展方向预测
  - (1) 医用内窥镜行业“十三五”规划制定进展
  - (2) 医用内窥镜行业“十三五”规划重点指导
  - (3) 医用内窥镜行业在“十三五”规划中重点部署
  - (4) “十三五”时期医用内窥镜行业发展方向及热点
- 11.2 2018-2024年医用内窥镜市场发展前景
  - 11.2.1 2018-2024年医用内窥镜市场发展潜力
  - 11.2.2 2018-2024年医用内窥镜市场发展前景展望
  - 11.2.3 2018-2024年医用内窥镜细分行业发展前景分析
- 11.3 2018-2024年医用内窥镜市场发展趋势预测
  - 11.3.1 2018-2024年医用内窥镜行业发展趋势
  - 11.3.2 2018-2024年医用内窥镜市场规模预测
    - (1) 医用内窥镜行业市场容量预测
    - (2) 医用内窥镜行业销售收入预测
  - 11.3.3 2018-2024年医用内窥镜行业应用趋势预测
  - 11.3.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.4 2018-2024年中国医用内窥镜行业供需预测
  - 11.4.1 2018-2024年中国医用内窥镜行业供给预测
  - 11.4.2 2018-2024年中国医用内窥镜行业需求预测
  - 11.4.3 2018-2024年中国医用内窥镜行业供需平衡预测

## 第十二章 我国医用内窥镜行业营销趋势及策略分析

- 12.1 医用内窥镜行业销售渠道分析
  - 12.1.1 营销分析与营销模式推荐
    - (1) 渠道构成
    - (2) 销售贡献比率
    - (3) 覆盖率
    - (4) 销售渠道效果
    - (5) 价值流程结构
    - (6) 渠道建设方向
  - 12.1.2 医用内窥镜营销环境分析与评价
    - (1) 国际环境下的医用内窥镜
    - (2) 企事业需求下的医用内窥镜
    - (3) 评价

- 12.1.3 销售渠道存在的主要问题
- 12.1.4 营销渠道发展趋势与策略
- 12.2 医用内窥镜行业营销策略分析
  - 12.2.1 中国医用内窥镜营销概况
  - 12.2.2 医用内窥镜营销策略探讨
    - (1) 中国医用内窥镜产品/服务营销策略浅析
    - (2) 医用内窥镜新产品/服务的市场推广策略
- 12.3 医用内窥镜营销的发展趋势
  - 12.3.1 未来医用内窥镜市场营销的出路
  - 12.3.2 中国医用内窥镜营销的趋势预测

### 第十三章 影响企业生产与经营的关键趋势

- 13.1 市场整合成长趋势
- 13.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 13.3 企业区域市场拓展的趋势
- 13.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 13.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十四章 2018-2024年医用内窥镜行业投资价值评估分析

- 14.1 医用内窥镜行业投资特性分析
  - 14.1.1 医用内窥镜行业进入壁垒分析
  - 14.1.2 医用内窥镜行业盈利因素分析
  - 14.1.3 医用内窥镜行业盈利模式分析
- 14.2 2018-2024年医用内窥镜行业发展的影响因素
  - 14.2.1 有利因素
  - 14.2.2 不利因素
- 14.3 2018-2024年医用内窥镜行业投资价值评估分析
  - 14.3.1 行业投资效益分析
  - 14.3.2 产业发展的空白点分析
  - 14.3.3 投资回报率比较高的投资方向
  - 14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

### 第十五章 研究结论及发展建议

- 15.1 医用内窥镜行业研究结论及建议
- 15.2 医用内窥镜子行业研究结论及建议

### 15.3 医用内窥镜行业发展建议——ZYCY

#### 15.3.1 行业发展策略建议

#### 15.3.2 行业投资方向建议

#### 15.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/577171.html>