

# 2009-2012年中国家用医疗器械行业市场调研与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009-2012年中国家用医疗器械行业市场调研与投资前景分析报告》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/200908/22632.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

### 前言

我国家用医疗器械市场还处在发展初期，具有进入壁垒低、发展速度快、投资回报率比较高、风险相对较小的特点，正吸引着越来越多的资本进入。家庭医疗器械的货源地集中在珠三角和长三角地区，特别是珠三角的浙江和深圳已发展成为我国各种医疗器械的重要制造基地，而深圳的高档医疗器械在世界上也有一席之地。目前深圳的医疗器械生产企业有近300家，医疗器械贸易企业400多家，占全国医疗器械单位总数的30%。

我国家用医疗器械企业数量多、规模小，各自为战，产品单一，难以形成系统的产业价值链条。在我国家用医疗器械领域，先行企业已经获得了极大的成功。韩国喜来健医疗器械有限公司在进入中国的短短5年内，以独特的商业运营模式，取得了使其主推产品温热治疗器达到年销售额超10亿元的业绩；国内的周林频谱仪、哈慈五行针、氧立得、利德治疗仪、安必信减肥按摩仪等等，其销售规模和利润率也让人艳羡。家用医疗器械市场的广阔前景以及先行企业的成功，吸引了不少生产和经营企业介入，各式各样的家用医疗器械产品层出不穷，一夜之间该市场变得热闹非凡。

中国的家庭用医疗器械正在全国各地极速“窜红”！在大小城市都能看到一些中老年人兴味盎然地试用各种新奇的家庭医疗器械和按摩器具。而那些抢先进入家庭医疗器械生产或销售领域的老板，已将大把钞票塞进了自己的口袋。中国近年GDP年增长率始终保持在7%~8%的水平，而医疗器械产业的发展速度约为GDP增长速度的两倍，医疗器械行业正成长为最具吸引力的市场之一。家庭医疗与保健工程会成为家庭的主要投资方向，今后完全可以像卖电视、冰箱等家电那样，把民用医疗器械普及到每一个家庭。这个过程就如同大型的计算机，发展到家庭用普及型电脑一样，大型的医院用治疗仪，也正在向便携式、经济型家用康复治疗器的方向发展。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助家用医疗器械企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对家用医疗器械产业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

### 正文目录

#### 第一章 家用医疗器械市场整体介绍 7

## 第一节 家用医疗器械行业介绍 7

### 一、家用医疗器械行业 7

### 二、超市连锁行业 8

## 第二节 家用医疗器械销售方式介绍 8

### 一、传统的销售方式 9

### 二、加盟连锁的销售方式 9

## 第三节 家用医疗器械行业的特征 9

### 一、价格优惠 9

### 二、品种齐全 9

### 三、专业服务 10

## 第二章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的运行环境分析 10

### 第一节 2008-2009年家用医疗器械行业经济环境分析 10

#### 一、GDP增长情况分析 10

#### 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 14

#### 三、城镇人员从业状况 16

#### 四、存贷款利率变化 17

#### 五、财政收支状况 20

### 第二节 2008-2009年家用医疗器械行业政策环境分析 21

#### 一、相关行业政策影响分析 21

#### 二、进出口政策 22

### 第三节 2008-2009年家用医疗行业运行的社会环境分析 22

#### 一、21世纪人口老龄化 22

#### 二、空巢老人现象 24

#### 三、中国的传统美德——孝敬父母 24

#### 四、居民生活水平提高 25

## 第三章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的市场现状分析 27

### 第一节 “小荷才露尖尖角”的态势 27

#### 一、新兴行业 27

#### 二、发展空间可观 28

### 第二节 2008-2009年家用医疗器械行业销售模式分析 29

### 第三节 2008-2009年家用医疗器械行业市场定位分析 29

#### 一、质优价廉 29

二、品种齐全	29
三、专业服务	30
四、打造企业品牌	30
第四章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争环境格局分析	30
第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争对手分析	30
一、家用医疗器械商务网站	30
二、家用医疗器械品牌加盟连锁店	31
三、家用医疗器械超市连锁	31
第二节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的竞争优劣势分析	31
一、竞争优势	31
二、竞争劣势	31
第三节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的核心竞争力	32
一、现场专业的指导服务	32
二、多形式的促销活动	32
第五章 2008-2009年中国家用医疗器械行业链整体格局分析	32
第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的产业链分析	32
一、产业链构成	33
二、产业链优化趋势	33
第二节 2008-2009年国外家用医疗器械重点制造企业介绍	33
一、通用电气医疗系统集团	34
二、西门子医疗集团	34
三、飞利浦 / 安捷伦医疗器械集团	35
四、拜耳集团	35
五、日本阿洛卡	35
第三节 2008-2009年家用医疗器械合资及进口代理重点企业介绍	36
一、航卫通用电气医疗系统有限公司	36
二、欧姆龙（大连）有限公司	39
三、海阿洛卡医用仪器有限公司	42
四、西门子迈迪特磁共振有限公司	45
五、泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司	48
六、杭州京冷医疗器械有限公司	51
七、上海光电医用电子仪器有限公司	54

#### 第四节 2008-2009年中国本土家用医疗器械行业重点企业介绍 57

- 一、中国医疗器械工业公司 57
- 二、上海医疗器械股份有限公司 58
- 三、江苏金鹿集团 61
- 四、山东威高集团有限公司 64
- 五、深圳安科高技术股份有限公司 67
- 六、汕头超声仪器研究所 70
- 七、深圳市奥沃国际科技发展有限公司 73
- 八、沈阳东软数字医疗系统股份有限公司 74
- 九、苏州六六视觉科技股份有限公司 74
- 十、珠海友通科技有限公司 77
- 十一、深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 78
- 十二、深圳益心达医学新技术有限公司 81

#### 第六章 2008-2009年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析 84

##### 第一节 2008-2009年中国家用医疗器械行业需求分析 84

##### 第二节 2008-2009年中国家用医疗器械行业供应分析 85

- 一、常用医疗器械的供应情况分析 85
- 二、中高档医疗器械的供应情况分析 85

##### 第三节 2008-2009年中国家用医疗器械行业的供需平衡分析 85

#### 第七章 2009-2012年中国家用医疗器械行业的投资及风险分析 86

##### 第一节 2009-2012年中国家用医疗器械行业投资机会分析 86

- 一、人口老龄化 86
- 二、新兴行业 87
- 三、可借鉴经验丰富 87

##### 第二节 2009-2012年中国家用医疗器械行业投资风险分析 88

- 一、财务风险 88
- 二、政策风险 89
- 三、贸易风险 89
- 四、营销风险 89
- 五、渠道风险 90

#### 第八章 2009-2012年中国家用医疗器械企业发展战略与规划分析 90

##### 第一节 2009-2012年中国家用医疗器械企业战略分析 90

一、核心竞争力	90
二、竞争地位分析	91
第二节2009-2012年中国家用医疗器械企业盈利模式及品牌管理	92
一、企业盈利模型	92
二、持久竞争优势分析	93
三、行业发展规律竞争策略	93
四、供应链一体化战略	95
第三节2009-2012年中国家用医疗器械行业SWOT分析	97
一、优势 ( Strengths )	97
二、劣势(Weaknesses)	98
三、机会(Opportunities)	98
四、风险(Threats)	100
第九章 专家相关建议	100
第一节 企业融资方式多样化	100
第二节 “以人为中心”的经营理念	101
第三节 专业化服务	101
第四节 地区扩张战略	102
第五节 渠道优化管理	103

## 图表目录

图表 1 家庭常用医疗器械分类情况	8
图表 2 2007年~2009年我国GDP季度增幅比较	11
图表 3 2009年全年我国三个产业GDP增加值比较	11
图表 4 2004年~2009年我国GDP增长趋势图	12
图表 5 2004年~2009年城镇居民人均可支配收入增长趋势图	14
图表 6 2004年~2009年农村人均纯收入增长趋势图	15
图表 7 2003年~2009年我国城乡居民的恩格尔系数变化图	16
图表 8 2004年~2009年我国新增就业人员数据增长趋势	17
图表 9 2006-2009年中国本土家用医疗器械行业重点企业经营情况	28
图表 10 2006-2009年家用医疗器械合资及进口代理重点企业经营情况	29
图表 11 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司盈利结构	38
图表 12 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司资产结构	38

图表 13 2006-2007年航卫通用电气医疗系统有限公司成本费用 39

图表 14 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司盈利结构 41

图表 15 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司资产结构 41

图表 16 2006-2007年欧姆龙（大连）有限公司成本费用 42

图表 17 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司盈利结构 44

图表 18 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司资产结构 44

图表 19 2006-2007年上海阿洛卡医用仪器有限公司成本费用 45

图表 20 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司盈利结构 46

图表 21 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司资产结构 47

图表 22 2006-2007年西门子迈迪特磁共振（深圳）有限公司成本费用 48

图表 23 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司盈利结构 49

图表 24 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司资产结构 50

图表 25 2006-2007年泰尔茂医疗产品（杭州）有限公司成本费用 51

图表 26 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司盈利结构 52

图表 27 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司资产结构 53

图表 28 2006-2007年杭州京冷医疗器械有限公司成本费用 54

图表 29 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司盈利结构 55

图表 30 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司资产结构 56

图表 31 2006-2007年上海光电医用电子仪器有限公司成本费用 57

图表 32 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司盈利结构 59

图表 33 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司资产结构 60

图表 34 2006-2007年上海医疗器械股份有限公司成本费用 61

图表 35 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司盈利结构 63

图表 36 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司资产结构 63

图表 37 2006-2007年江苏金鹿集团有限公司成本费用 64

图表 38 2006-2007年威海威高集团有限公司盈利结构 65

图表 39 2006-2007年威海威高集团有限公司资产结构 66

图表 40 2006-2007年威海威高集团有限公司成本费用 67

图表 41 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司盈利结构 68

图表 42 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司资产结构 69

图表 43 2006-2007年深圳市安科高技术股份有限公司成本费用 70

图表 44 2006-2007年汕头超声仪器研究所盈利结构 71

- 图表 45 2006-2007年汕头超声仪器研究所资产结构 72
- 图表 46 2006-2007年汕头超声仪器研究所成本费用 73
- 图表 47 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司盈利结构 75
- 图表 48 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司资产结构 76
- 图表 49 2006-2007年苏州六六视觉科技股份有限公司成本费用 77
- 图表 50 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司盈利结构 80
- 图表 51 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司资产结构 80
- 图表 52 2006-2007年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司成本费用 81
- 图表 53 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司盈利结构 82
- 图表 54 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司资产结构 83
- 图表 55 2006-2007年深圳市益心达医学新技术有限公司成本费用 84
- 图表 56 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 109
- 图表 57 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 111
- 图表 58 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 113

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/22632.html>