

# 2020-2026年中国呼吸机行业 发展态势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

《2020-2026年中国呼吸机行业发展态势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/202005/164938.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

在现代临床医学中，呼吸机作为一项能人工替代自主通气功能的有效手段，已普遍用于各种原因所致的呼吸衰竭、大手术期间的麻醉呼吸管理、呼吸支持治疗和急救复苏中，在现代医学领域内占有十分重要的位置。呼吸机是一种能够起到预防和治疗呼吸衰竭，减少并发症，挽救及延长病人生命的至关重要的医疗设备。

中国呼吸机十大品牌企业 序列 品牌 公司名称

- 1 飞利浦伟康 飞利浦(中国)投资有限公司
- 2 ResMed瑞思迈 瑞思迈(北京)医疗器械有限公司
- 3 Maquet迈柯唯 迈柯唯(上海)医疗设备有限公司
- 4 Fisher&Paykel费雪派克 费雪派克医疗保健(广州)有限公司
- 5 德尔格医疗 德尔格医疗设备(上海)有限公司
- 6 Devilbiss德百世 北京杰富瑞科技有限公司
- 7 Weinmann万曼 &德国万曼医疗器械有限公司
- 8 GE医疗 通用电气(中国)有限公司
- 9 新松医疗SYSMED 沈阳新松医疗科技股份有限公司
- 10 瑞迈特resmart 北京怡和嘉业医疗科技有限公司

注：以上排名不分先后呼吸机的分类 按使用或应用的类型分类 控制性机械通气(CMV) 1. 定义：病人在自主呼吸减弱或消失的情况下，完全由机械通气机产生、控制和调节病人的呼吸。 2. 应用于：疾病造成的自主呼吸消失或减弱；自主呼吸不规则或频率过快，机械通气无法与病人协调时，用人力的方法将自主呼吸抑制或减弱。 辅助性机械通气(AMV) 1. 定义：病人呼吸存在的情况下，由呼吸机辅助或增强病人的自主呼吸。机械通气的各种主要由病人的吸气负压或吸气气流所触发。 2. 应用于：自主呼吸虽然存在且较规则，但自主呼吸减弱而通气不足的病人。 按机械通气的使用途径分类 胸内或气道加压型 胸外型 按吸、呼气相的切换方式分类 定压型：呼吸道内压力达到预计值后，呼吸机打开呼气阀，胸廓和肺被动性萎陷或由负压产生呼气，当气道内压力不断下降，呼吸机再次通过正压产生气流，并引起吸气。 定容型：通过正压将预计潮气量送入肺内，达到预计潮气量后，停止供气，进入呼气状态 定时型：按照预先设计的吸气及呼气时间供气。(四)混合型(多功能型)。 按照通气频率供气 高频通气：通气频率 $>60$ 次/分。 1. 优点：低气道压，低胸内压，对循环干扰小，无需密闭气道。 2. 缺点：不利于二氧化碳的排除。 3. 分类：高频正压通气，高频喷射通气，高频振荡通气。 常频通气：通气频率 $\leq 60$ 次/分。 按是否有同步装置或性能分类 步型呼吸机：病人的自主呼吸的吸气开始时触发呼吸机，使其向病人呼吸道内供气，并产生吸气动作。 非同步型呼吸机：病人的呼吸或吸气负压不能触发呼吸机供气，一般只用于控制性机械通气的病人。 按适用的对象分类 婴儿呼吸机 幼儿呼吸机 成人呼吸机 按工作原理分类 简易呼吸机 膜肺

中企顾问网发布的《2020-2026年中国呼吸机行业发展态势与投资前景分析报告》共十七章。首先介绍了中国呼吸机行业市场发展环境、呼吸机整体运行态势等，接着分析了中国呼吸

机行业市场运行的现状，然后介绍了呼吸机市场竞争格局。随后，报告对呼吸机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国呼吸机行业发展趋势与投资预测。您若想对呼吸机产业有个系统的了解或者想投资中国呼吸机行业，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：

## 第一章呼吸机行业概述

### 第一节呼吸机概述

#### 一、呼吸机的定义

#### 二、呼吸机的基本结构

#### 三、通气模式及适用范围

### 第二节呼吸机的功能

#### 一、主要功能

#### 二、次要功能

#### 三、特殊功能

#### 四、辅助功能

### 第三节、现在呼吸机发展具备的各项功能

#### 一、呼吸机微机化程度

#### 二、通气机的监护功能

#### 三、通气机的调节分析

#### 四、呼吸机的选购原则

## 第二章呼吸机分类概述

### 第一节呼吸机的基本分类

#### 一、按使用对象

#### 二、按工作原理

#### 三、按功能用途

### 第二节呼吸机按切换方式分类

#### 一、定压型(压力转换型)

二、定容型(容积转换型)

三、定时型(时间切换型)

四、智能化、综合型

第三节呼吸机的详细分类

一、按照压力方式及作用

二、按照动力来源

三、按照吸气向呼气的切换方式

四、按通气频率的高低

五、按呼气向吸气转化的方式

六、按呼吸机的复杂程度

七、按驱动气体回路

第四节常见的呼吸机类型

一、Servo900C型呼吸机

二、Bennett7200型呼吸机

三、HamiltonGalileo型呼吸机

四、EngstromErita和Elrira呼吸机

五、BiPAP呼吸机

六、CESAR呼吸机

第三章2019年世界呼吸机行业运行状况分析

第一节2019年世界呼吸机市场发展分析

一、现代呼吸机的发展历程

二、全球医疗器械市场状况

三、全球医疗器械销售额

四、全球医疗器械市场需求巨大

五、国际医疗器械监管现状

六、跨国医疗器械在中国的发展前景

第二节2019年国外医疗器械及药品市场概况

一、美国医疗器械及药品市场概况

二、俄罗斯医疗器械及药品市场概况

三、乌克兰医疗器械及药品市场概况

四、土耳其医疗器械及药品市场概况

## 五、美禁用含氟氯碳化物人工呼吸器

### 第四章2019年中国呼吸机所属行业市场运行分析

#### 第一节2019年中国呼吸机市场分析

##### 一、中国呼吸机市场容量分析

##### 二、市场分类和定位分析

##### 三、区域分布格局分析

#### 第二节2019年中国呼吸机市场壁垒分析

##### 一、市场渠道壁垒

##### 二、研究和产品设计开发能力壁垒

##### 三、技术与人才壁垒

##### 四、市场准入壁垒

#### 第三节中国呼吸机所属行业经济运行分析

##### 一、呼吸机产业经济运行状况分析

##### 二、中国呼吸机产业成本费用分析

##### 三、中国呼吸机行业盈利情况分析

##### 四、不同地区企业总资产情况分析

##### 五、不同地区企业总销售收入分析

#### 第四节2019年中国呼吸机技术现状分析

##### 一、国内外呼吸机技术现状对比

##### 二、国外呼吸机技术优势

##### 三、呼吸机技术现存的问题

### 第五章2014-2019年中国人工呼吸器(90192000)进出口状况分析

#### 第一节2014-2019年中国人工呼吸器进口分析

##### 一、中国人工呼吸器进口数量情况

##### 二、中国人工呼吸器进口金额情况

#### 第二节2014-2019年中国人工呼吸器出口分析

##### 一、中国人工呼吸器出口数量情况

##### 二、中国人工呼吸器出口金额情况

#### 第三节2014-2019年中国人工呼吸器进出口均价分析

#### 第四节2019年中国人工呼吸器进出口流向分析

一、中国人工呼吸器进口来源地情况

二、中国人工呼吸器出口目的地情况

第五节2019年中国人工呼吸器进出口省市分析

一、中国人工呼吸器进口省市情况

二、中国人工呼吸器出口省市情况

第六节2019年中国人工呼吸器进出口关区分析

一、中国人工呼吸器进口关区情况

二、中国人工呼吸器出口关区情况

第六章2019年中国医疗器械所属行业市场运行动态分析

第一节2019年中国医疗器械行业发展情况

一、中国医疗器械行业发展现状

二、中国医疗器械行业基本面分析

三、中国医疗器械产业集群分析

四、中国医疗器械行业发展的机遇与挑战

五、中国的医疗器械产业与国际水平的差距

六、中国医疗器械产业发展对策

第二节2019年中国医疗器械市场分析

一、中国医疗器械市场发展回顾

二、中国医疗器械市场发展现状

三、中国医疗器械市场发展特点

四、中国医疗器械市场潜力分析

五、中国医疗器械市场规模分析

第七章2014-2019年中国医疗器械所属行业主要数据监测分析

第一节2014-2019年中国医疗器械行业发展分析

一、2019年中国医疗器械行业发展概况

二、2019年中国医疗器械行业发展概况

第二节2014-2019年中国医疗器械行业规模分析

一、企业数量增长分析2011-2016年我国医疗器械制造行业企业数

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2014-2019年中国医疗器械行业结构分析

#### 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、利润规模结构分析

### 第四节2014-2019年中国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

### 第五节2014-2019年中国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2014-2019年中国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

## 第八章2019年中国呼吸机所属行业市场竞争格局分析

### 第一节2019年中国医疗器械行业竞争分析

#### 一、中国医疗器械行业竞争概况

#### 二、中外医疗器械企业竞争力比较

#### 三、医疗器械行业产品竞争情况分析

#### 四、中国医疗器械业竞争力发展分析

#### 五、中国医疗器械国际竞争形势

### 第二节2019年中国医疗器械行业竞争的SWOT分析

#### 一、医疗器械行业发展优势

#### 二、医疗器械行业发展劣势

#### 三、医疗器械行业发展机会

#### 四、医疗器械行业发展威胁

#### 五、医疗器械竞争趋势分析

### 第三节2019年中国呼吸机市场竞争格局分析



一、中国呼吸机市场品牌格局分析

二、国内呼吸机产品竞争优势分析

三、国际企业图谋中国呼吸机市场

四、基层医院市场及基层医院配置

五、跨国公司对国内企业影响分析

第四节2019年医疗器械产业竞争新格局带来的思考

一、在优势对接中寻求发展

二、拥有更多的自主知识产权技术

三、知识积累是创新的源泉

四、技术壁垒逐渐升级

第九章2019年中国呼吸机企业提升竞争力策略分析

第一节领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

第二节挑战者市场竞争策略

一、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

第三节追随者的市场竞争策略

一、紧密追随策略

二、距离追随策略

三、选择追随策略

第四节补缺者的市场竞争策略

一、市场补缺者的特征

二、市场补缺者的策略

第十章2019年国际品牌呼吸机企业竞争力分析

## 第一节美国泰科公司

### 一、企业基本情况

### 二、企业业务情况分析

### 三、企业财务情况分析

### 四、企业在华发展情况

## 第二节澳大利亚瑞思迈公司

### 一、企业基本情况

### 二、瑞思迈呼吸机发展历史

### 三、企业产品市场销售分析

## 第三节美国伟康公司

### 一、企业基本情况

### 二、企业在华发展情况分析

## 第四节德国德尔格公司

### 一、企业基本情况

### 二、德尔格呼吸机介绍

## 第五节瑞士哈美顿公司

### 一、企业基本情况

### 二、哈美顿呼吸机介绍

## 第十一章2019年中国呼吸机重点企业竞争性财务数据分析

### 第一节北京谊安医疗系统股份有限公司

#### 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、企业盈利能力分析

#### 五、企业运营能力分析

### 第二节河南辉瑞医疗器械有限公司

#### 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

#### 五、企业运营能力分析

### 第三节江苏凯泰医疗设备有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析

### 第四节南京普澳医疗设备有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析

### 第五节上海德尔格医疗器械有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析

### 第六节上海医疗器械股份有限公司

- 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、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

### 第七节深圳晨伟电子有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析

### 第八节伟康医疗产品(深圳)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

五、企业运营能力分析

第九节淄博科创医疗仪器有限公司

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

五、企业运营能力分析

第十节浙江大学医学仪器有限公司

一、公司基本情况

二、史密斯医疗收购浙江浙大医学仪器有限公司

第十二章2020-2026年中国医疗器械行业发展趋势预测分析

第一节2020-2026年国际医疗器械行业发展趋势与预测

一、当前国际医疗器械的发展趋势

二、国际医疗器械行业的研发趋势

第二节2020-2026年中国医疗器械市场发展趋势与预测

一、2020-2026年中国医疗器械基础研究重点

二、2020-2026年中国医疗器械关键技术发展重点

三、2020-2026年中国医疗器械产品发展重点方向

第三节2020-2026年国内外医疗器械行业前景预测分析

一、全球医疗器械市场前景分析

二、全球医疗器械热点产品预测

三、世界矫形器械市场热点预测

四、中国医疗器械行业发展前景分析

五、中国中低端医疗器械市场前景

六、中国微创手术器械研发形势分析

七、2020-2026年中国医疗器械市场发展预测

第十三章2020-2026年中国呼吸机发展前景展望分析

## 第一节2020-2026年中国呼吸机市场发展趋势分析

### 一、呼吸机市场发展趋势分析

### 二、呼吸机技术趋势发展方向

### 三、中国呼吸机竞争格局预测分析

## 第二节2020-2026年中国呼吸机市场预测分析

### 一、呼吸机市场供给预测分析

### 二、呼吸机市场需求预测分析

### 三、呼吸机进出口预测分析

## 第三节2020-2026年中国呼吸机市场盈利预测分析

## 第十四章2019年中国呼吸机行业投资环境分析

### 第一节2019年中国宏观经济发展环境分析

#### 一、2019年中国GDP增长情况分析

#### 二、2019年中国工业经济发展形势分析

#### 三、2019年中国全社会固定资产投资分析

#### 四、2019年中国社会消费品零售总额分析

#### 五、2019年中国城乡居民收入与消费分析

#### 六、2019年中国对外贸易发展形势分析

### 第二节2019年中国呼吸机行业社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、城镇化进程分析

#### 三、城乡居民养老保险状况

#### 四、中国医院发展情况分析

### 第三节2019年中国呼吸机行业政策环境分析

#### 一、加强监管部门科学监管

#### 二、中国医疗器械召回办法

#### 三、进口医疗器械检验监督管理办法

### 第四节2019年中国医疗器械行业管理分析

#### 一、中国医疗器械行业主管部门

#### 二、中国医疗器械标准体系发展情况

#### 三、中国医疗器械监管及规范情况

#### 四、中国医疗器械行业促进政策

## 第五节2019年中国医药行业发展状况分析

- 一、2019年医药行业景气情况分析
- 二、2019年中国医药行业投资分析
- 三、2019年医药行业生产情况分析
- 四、2019年医药行业销售情况分析
- 五、2019年中国医药行业进出口分析
- 六、2019年中国医药价格情况分析

## 第六节2019年医药卫生体制改革重点分析

- 一、基本医疗保障制度建设
- 二、国家基本药物制度分析
- 三、基层医疗卫生服务体系
- 四、基本公共卫生服务分析
- 五、公立医院改革试点分析
- 六、医疗改革保障措施分析

## 第十五章2020-2026年中国呼吸机行业投资机会与风险分析

### 第一节2020-2026年医疗器械市场投资机会分析

- 一、中国迎来医械产业发展良机
- 二、2020-2026年中国医疗器械市场投资机会
- 三、2020-2026年医药行业拉动低端医疗器械需求
- 四、2020-2026年低端市场呼吸机企业的投资机会

### 第二节2020-2026年中国呼吸机投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、人力资源风险
- 五、其它风险分析

## 第十六章2020-2026年中国呼吸机行业营销策略研究

### 第一节呼吸机企业销售力指标的评估办法

- 一、市场管理
- 二、销售政策

三、团队建设

四、渠道开拓

五、促销设计

第二节探讨新环境下的呼吸机营销策略

一、竞争层次变化

二、营销层次变化

三、营销模式变化

四、新环境下营销对策

第十七章2020-2026年中国呼吸机行业投资战略研究

第一节2020-2026年医疗器械行业和企业发展策略分析

一、医疗器械行业发展策略

二、医疗器械技术发展策略

三、医疗器械企业发展策略

四、提高医疗器械企业竞争力的政策策略

第二节2020-2026年呼吸器企业争取政府支持的关键点

一、成功导致更大的成功

二、善于期望管理

三、掌握政府阶段性需要

四、迎合政府的差异化需要

五、注重企业自身形象

六、保持独立

第三节2020-2026年拓展呼吸机出口的战略思考

一、调整产品结构

二、确保产品质量

三、制定价格策略

四、实施品牌战略

五、完善售后服务体系

六、加强国际合作

第四节2020-2026年中国呼吸机企业发展策略

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、树立品牌形象
- 六、调整市场策略

图表目录：

图表1全球医疗器材产业分布情况

图表2全球医疗器械市场份额

图表32005-2019年全球医疗器械销售收入变化趋势图

图表4俄罗斯医疗器械市场份额情况

图表5国内主要呼吸机生产企业区域分布情况

图表62019年度呼吸机行业经济运行状况

图表72019年度中国呼吸机行业成本费用情况

图表82019年度中国呼吸机行业毛利率变化趋势图

图表92019年度中国呼吸机行业销售利润率变化趋势图

图表102019年度中国呼吸机行业资产总额分布情况

图表112019年度中国呼吸机行业销售收入分布情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164938.html>