

# 2018年中国医疗器械行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国医疗器械行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxie/346428346428.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

医疗器械行业是医药行业中的一个重要门类，它是指单独或者组合使用于人体的仪器、设备、器具、材料或者其他物品，包括所需要的软件。其使用目的包括对疾病的诊断、预防、监护、治疗或者缓解。医疗器械行业特点主要表现在以下三点：

第一，其从事生产活动的成果用于人类医疗卫生保健，功能明确，绝大多数为医疗机构购置后供医护人员使用，少量品种是兼供人们家庭自我医疗保健使用，所以市场用户主体十分明确和稳定；

第二，其产品直接或间接作用于人体，对人身健康和生命安全有直接或间接的影响，因此对产品质量和稳定性有十分严格要求，生产厂家应具有高标准的生产经营管理素质，政府对生产厂家的资格和产品进入市场的许可建立有严格的法定程序，产业受国家法规的监督制约多于其他产业；

第三，比之其他以某种特定用途聚合的工业产品群，其产品门类甚为复杂，涉及技术学科更广，不同产品门类间的技术含量、功能和市场需求量大小差距显著，产品最终存在形态也多种多样。

医疗器械行业总体具有进入门槛较高、高投入、高收益的特征。随着经济的发展及收入水平的提高，居民对健康日益重视，对医疗器械的需求将不断增加，未来医疗器械行业发展前景良好。

### 全球医疗器械市场概况

医疗器械关系到人类生命健康，在现代社会中已成为临床医疗、疾病防控、公共卫生和健康保障体系中最重要的重要组成部分之一，并形成一個规模庞大、需求稳定的行业。随着全球经济持续稳定发展，人们健康意识不断提升，健康问题已成为全球热点。人口老龄化问题日趋严峻，慢性病发病率逐年提升，人们对高质量的医疗需求越来越大，从而推动全球医疗器械市场蓬勃发展。此外，随着技术的发展，医疗器械的更新换代不断加快，促进了医疗器械行业快速发展。

2015 年全球医疗器械市场的规模已经达到了5,332 亿美元，较上年增长率为6.26%，2009 年至2015 年全球医疗器械市场销售额年复合增长率为7.10%，具体如下图所示：

图：2009年至2015年全球医疗器械市场销售额年复合增长率

数据来源：公开数据整理 从区域来看，美欧日等发达国家和地区的医疗器械产业发展时间早，医疗器械产品的普及率较高，市场需求以产品的升级换代以及创新产品为主，市场规模庞大，增长稳定。而以中国为代表的新兴市场是全球最具潜力的医疗器械市场，产品普及需求与升级换代需求并存，近年来的增长速度高于世界平均水平。

医疗器械行业 2018年我国医疗器械行业市场销售规模及需求分析（图）

医疗器械是医疗服务体系、公共卫生体系建设中重要的基础装备。近年来，在国家财政的支持下，我国医疗装备的整体水平有了很大提高，但是我国整体医疗机构设备配置水平偏低的格局尚未改变，还存在功能少、性能低、不好用、不适用等问题。尽管在大城市、大医院，尤其是三级甲等医院的装备，已经达到或接近发达国家医院的装备水平，但是大中型医疗装备、中高端医疗器械和高值医用材料主要以进口为主。

随着我国经济的快速发展、老年人口数量的不断上升，市场对医疗器械的需求不断增加。目前我国医疗器械行业已成为一个产品门类比较齐全、创新能力不断增强、市场需求旺盛的朝阳产业。我国医疗器械的市场销售规模2016年达到3,700亿元，增长率为20.13%，2009年至2016年国内医疗器械市场销售金额年复合增长率为24.19%，具体如下：

图：2009年至2016年国内医疗器械市场销售金额年复合增长率

数据来源：公开数据整理 发达国家医疗器械市场规模已经与同期药品市场规模相当，而我国医疗器械市场仅为同期药品市场的22.36%，未来还将有广阔的成长空间。随着我国老龄化、城镇化、医疗器械国产化的不断加深，以及慢性病发病率的不断提升，医疗器械需求将不断释放，从而推动医疗器械市场迅速扩容。未来驱动我国医疗器械行业快速发展的主要因素具体分析如下：

#### （1）相比国际发达市场，我国医疗器械市场具有较大发展空间

全球医药和医疗器械的消费比例约为1:0.47，全球医疗器械市场规模已占据国际医药市场总规模的47.47%，并有扩大之势。我国医疗器械市场总规模2015年为3,080亿元，医药市场总规模为13,775亿元，医药和医疗器械消费比为1:0.22。

在国家政策导向和国内医疗卫生机构装备的更新换代需求下，医疗器械将拥有较大的国内消费市场。目前我国医疗器械市场已过千亿元规模，2009年至2016年复合增长率为24

.19%5。以全球医疗器械占医药市场总规模47.47%的份额来对比，国内医疗器械份额仅仅只占医药市场总规模的22.36%，仍有很大的提升空间。

## （2）医疗卫生投入加大

根据国家统计局数据，我国卫生总费用由2010年的19,980.39亿元增加至2015年的40,974.64亿元，年均复合增长率为15.45%；卫生费用占我国GDP的比重也逐年提升，从2010年的4.84%增长至2015年的5.95%，具体如下图所示：

图：我国卫生总费用

数据来源：公开数据整理 国家卫生和计划生育委员会组织研究发布的《“健康中国2020”战略研究报告》提到“到2020年，主要健康指标基本达到中等发达国家水平”，其包括的10个具体目标之一即为到2020年，卫生总费用占GDP的比重达到6.5%-7.0%，未来我国医疗卫生支出在国民经济中的重要性将得到进一步的提升，同时我国医疗卫生投入的加大将对医疗器械市场带来积极影响。

## （3）医疗保障覆盖面提高，提升医疗器械的需求规模

我国过去十年大力建设和完善基本医疗保障制度，随着基本医疗保障制度的逐步完善和实施，近年来我国医疗保障覆盖面已大幅提高。根据《中国劳动保障发展报告（2015）》的描述，我国已建成覆盖城乡的社会保障制度，城镇职工、城镇居民基本医疗保险和新农合覆盖人数合计超过13亿人，排除重复参保等情形，覆盖率超过95%，基本实现全民医保。

随着我国医疗保障覆盖面的提高，医疗器械的需求规模将得到提升。

## （4）社会老龄化带来的医疗需求增长

国际上通常看法是，当一个国家或地区60岁以上老年人口占人口总数的比例达到10%，或65岁以上老年人口占人口总数的比例达到7%，即意味着这个国家或地区的人口处于老龄化社会。

根据国家统计局数据，截至2016年末，我国65岁及以上的老年人口达到1.50亿，占总人口的10.85%，且呈逐年上升的趋势，如下图所示：

图：我国65岁及以上的老年人口变化情况

数据来源：公开数据整理 全国老龄工作委员会办公室预计到2020年，中国60岁及以上的老年人口将达到2.43亿，占总人口的16.80%。随着国内老龄化的加速以及人们健康意识的增强，将会进一步促进医疗器械行业的快速增长。

#### （5）居民支付能力增强

根据国家统计局发布的我国2016年城镇居民收入增长情况，2016年我国城镇居民人均可支配收入33,616元，比上年增加2,351元，增长7.52%。居民收入水平的提高使得居民卫生支付能力不断提升，医疗器械行业的需求会受到一定的刺激。

（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国医疗器械行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

#### 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国医疗器械行业发展概述

## 第一节 医疗器械行业发展情况概述

- 一、医疗器械行业相关定义
- 二、医疗器械行业基本情况介绍
- 三、医疗器械行业发展特点分析

## 第二节 中国医疗器械行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗器械行业产业链条分析
- 三、中国医疗器械行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

## 第三节 中国医疗器械行业生命周期分析

- 一、医疗器械行业生命周期理论概述
- 二、医疗器械行业所属的生命周期分析

## 第四节 医疗器械行业经济指标分析

- 一、医疗器械行业的赢利性分析
- 二、医疗器械行业的经济周期分析
- 三、医疗器械行业附加值的提升空间分析

## 第五节 国中医疗器械行业进入壁垒分析

- 一、医疗器械行业资金壁垒分析
- 二、医疗器械行业技术壁垒分析
- 三、医疗器械行业人才壁垒分析
- 四、医疗器械行业品牌壁垒分析
- 五、医疗器械行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球医疗器械行业市场发展现状分析

### 第一节 全球医疗器械行业发展历程回顾

### 第二节 全球医疗器械行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲医疗器械行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗器械行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗器械行业市场前景分析

### 第四节 北美医疗器械行业地区市场分析

- 一、北美医疗器械行业市场现状分析
- 二、北美医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医疗器械行业市场前景分析

## 第五节 欧盟医疗器械行业地区市场分析

- 一、欧盟医疗器械行业市场现状分析
- 二、欧盟医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟医疗器械行业市场前景分析

## 第六节 2018-2024年世界医疗器械行业分布走势预测

## 第七节 2018-2024年全球医疗器械行业市场规模预测

## 第三章 中国医疗器械产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、全社会消费品医疗器械总额
- 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 中国医疗器械行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国医疗器械产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国医疗器械行业运行情况

### 第一节 中国医疗器械行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国医疗器械行业市场规模分析

### 第三节 中国医疗器械行业供应情况分析

### 第四节 中国医疗器械行业需求情况分析

### 第五节 中国医疗器械行业供需平衡分析



## 第六节 中国医疗器械行业发展趋势分析

### 第五章 中国医疗器械所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国医疗器械所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国医疗器械所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国医疗器械所属行业财务指标分析

##### 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

### 第六章 2016-2018年中国医疗器械市场格局分析

#### 第一节 中国医疗器械行业竞争现状分析

##### 一、中国医疗器械行业竞争情况分析

##### 二、中国医疗器械行业主要品牌分析

#### 第二节 中国医疗器械行业集中度分析

##### 一、中国医疗器械行业市场集中度分析

##### 二、中国医疗器械行业企业集中度分析

#### 第三节 中国医疗器械行业存在的问题

#### 第四节 中国医疗器械行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国医疗器械行业竞争力分析

##### 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

### 第七章 2016-2018年中国医疗器械行业需求特点与价格走势分析

## 第一节 中国医疗器械行业消费特点

### 第二节 中国医疗器械行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 医疗器械行业成本分析

### 第四节 医疗器械行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国医疗器械行业价格现状分析

### 第六节 中国医疗器械行业平均价格走势预测

#### 一、中国医疗器械行业价格影响因素

#### 二、中国医疗器械行业平均价格走势预测

#### 三、中国医疗器械行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国医疗器械行业区域市场现状分析

### 第一节 中国医疗器械行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区医疗器械市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区医疗器械市场规模分析

#### 四、华东地区医疗器械市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区医疗器械市场规模分析

#### 四、华中地区医疗器械市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区医疗器械市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国医疗器械行业竞争情况

### 第一节 中国医疗器械行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国医疗器械行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国医疗器械行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 医疗器械行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国医疗器械行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国医疗器械行业未来发展前景分析

- 一、医疗器械行业国内投资环境分析
- 二、中国医疗器械行业市场机会分析
- 三、中国医疗器械行业投资增速预测

### 第二节 中国医疗器械行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国医疗器械行业市场发展预测

- 一、中国医疗器械行业市场规模预测
- 二、中国医疗器械行业市场规模增速预测
- 三、中国医疗器械行业产值规模预测
- 四、中国医疗器械行业产值增速预测
- 五、中国医疗器械行业供需情况预测

### 第四节 中国医疗器械行业盈利走势预测

- 一、中国医疗器械行业毛利润同比增速预测
- 二、中国医疗器械行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国医疗器械行业投资风险与营销分析

### 第一节 医疗器械行业投资风险分析

- 一、医疗器械行业政策风险分析
- 二、医疗器械行业技术风险分析
- 三、医疗器械行业竞争风险
- 四、医疗器械行业其他风险分析

### 第二节 医疗器械行业企业经营发展分析及建议

- 一、医疗器械行业经营模式
- 二、医疗器械行业销售模式
- 三、医疗器械行业创新方向

### 第三节 医疗器械行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2018-2024年中国医疗器械行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国医疗器械行业品牌战略分析

- 一、医疗器械企业品牌的重要性
- 二、医疗器械企业实施品牌战略的意义

三、医疗器械企业品牌的现状分析

四、医疗器械企业的品牌战略

五、医疗器械品牌战略管理的策略

第二节中国医疗器械行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医疗器械行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国医疗器械行业发展策略及投资建议

第一节中国医疗器械行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国医疗器械行业定价策略分析

第三节中国医疗器械行业营销渠道策略

一、医疗器械行业渠道选择策略

二、医疗器械行业营销策略

第四节中国医疗器械行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医疗器械行业重点投资区域分析

二、中国医疗器械行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/346428346428.html>