

# 2016-2022年中国支气管电子内窥镜行业产销调研 及发展策略研究报告

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《2016-2022年中国支气管电子内窥镜行业产销调研及发展策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/236906236906.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

支气管电子内窥镜是在检查相关病因是将细长的支气管镜经口或鼻置入患者的下呼吸道，即经过声门进入气管和支气管以及更远端，直接观察气管和支气管的病变，并根据病变进行相应的检查和治疗。支气管内窥镜主要分类有支气管电子内窥镜和支气管纤维内窥镜。支气管电子内窥镜主要供医疗机构对患者气管、支气管进行检查、诊断和治疗用。具有高分辨率的图像传感器，相比纤维支气管镜，大大提高了分辨率及图像色彩的还原性，能够使得所观察的粘膜表面微小的色差更加鲜明，相比纤维支气管内窥镜，支气管电子内窥镜的大视场角还使得导入患者气管或支气管时更加容易。2012年全球支气管电子内窥镜市场规模为54.36亿美元，比2011年同期增长2.78%;2013年全球支气管电子内窥镜市场规模为57.64亿美元，比2012年同期增长6.03%;2014年全球支气管电子内窥镜市场规模为60.22亿美元，比2013年同期增长4.48%;2015年全球支气管电子内窥镜市场规模为64.91亿美元，比2014年同期增长6.91%。2015年我国支气管电子内窥镜产量为12.48万件，比2014年增长6.67%;其中上海市、广东省、江苏省电子内窥镜生产比较多，分别为1.89万件、2.01万件、1.35万件。2015年我国规模以上支气管内窥镜企业市场份额占比为52.37%，中型企业市场份额为33.36%，小型企业市场份额仅为14.27%，这说明我国支气管电子内窥镜行业的市场集中度比较集中。

我国《医药工业与医疗卫生“十三五”发展规划》已基本编制完成，进入征求意见阶段。其中，医疗信息化、高性能医疗器械和生物医药将成为重点发展领域。这三个细分领域也将成为“十三五”期间国家重点支持对象，凸显投资机遇。2015年3月30日，国务院办公厅印发的《全国医疗卫生服务体系规划纲要（2016-2022年）》指出，未来五年，我国将开展健康中国云服务计划，积极应用移动互联网、物联网、云计算、可穿戴设备等新技术，推动惠及全民的健康信息服务和智慧医疗服务，推动健康大数据的应用，逐步转变服务模式，提高服务能力和管理水平。

中国报告网发布的《2016-2022年中国支气管电子内窥镜行业产销调研及发展策略研究报告》首先介绍了支气管电子内窥镜行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 【报告大纲】

#### 第一章 中国支气管电子内窥镜行业的分类与特性

##### 第一节 支气管电子内窥镜概述

##### 一、支气管电子内窥镜的分类

##### 二、支气管电子内窥镜行业的特征

#### 第二节 中国支气管电子内窥镜行业发展历程与现状

一、支气管电子内窥镜行业发展的历程

二、支气管电子内窥镜行业技术现状

三、支气管电子内窥镜行业发展现状

四、支气管电子内窥镜行业规模和地位

第二章 2012-2015年世界支气管电子内窥镜产业发展透析

第一节 2012-2015年世界支气管电子内窥镜产业运营环境分析

一、宏观经济环境

1、美国宏观经济形势

2、欧洲宏观经济形势

3、日本宏观经济形势

4、亚太经济体宏观经济形势

5、金砖国家宏观经济形势

二、世界支气管电子内窥镜产业发展现状

第二节 2012-2015年世界支气管电子内窥镜行业发展总况

一、产品差异化分析

二、主流厂商技术领先

三、主要国家市场品牌调查

第三节 2012-2015年世界支气管电子内窥镜重点国家及地区市场分析

一、欧美

二、日本

三、德法

第二部分 支气管电子内窥镜行业深度分析

第三章 2012-2015年中国支气管电子内窥镜行业市场发展环境分析

第一节 2012-2015年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、全社会固定资产投资分析

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、进出口总额及增长率分析

七、工业发展形势

第二节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜行业政策环境分析

一、支气管电子内窥镜行业监管管理体制

二、支气管电子内窥镜行业相关政策及法律法规分析

三、支气管电子内窥镜进出口相关政策分析

### 第三节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜行业社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、文化环境分析

#### 三、生态环境分析

### 第四节 投资和融资发展环境

#### 一、金融开放

##### 1、经验和教训

##### 2、金融开放的四步骤规则

##### 3、我国的金融开放

#### 二、金融财政政策

#### 三、金融货币政策

#### 四、外汇政策

#### 五、银行信贷政策

### 第四章 2012-2015年中国支气管电子内窥镜市场供需调查分析

#### 第一节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜市场供给分析

##### 一、产品市场供给

##### 二、影响供给的因素分析

#### 第二节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜市场需求分析

##### 一、产品市场需求

##### 二、影响需求的因素分析

### 第三节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜产业发展分析

### 第五章 中国支气管电子内窥镜产品市场进出口数据分析

#### 第一节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜产品出口统计

#### 第二节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜产品进口统计

#### 第三节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜产品进出口价格对比

#### 第四节 中国支气管电子内窥镜产品进口主要来源地及出口目的地

##### 一、进口国家分析

##### 二、出口国家分析

### 第六章 2011-2015年中国支气管电子内窥镜产量统计分析

#### 第一节 2011-2015年支气管电子内窥镜产量分析

#### 第二节 2015年全国及主要省份支气管电子内窥镜产量分析

#### 第三节 2015年支气管电子内窥镜产量集中度分析

### 第七章 2012-2015年中国支气管电子内窥镜产业主要数据监测分析

#### 第一节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜行业规模分析

##### 一、企业数量增长分析

## 二、从业人数增长分析

## 三、资产规模增长分析

### 第二节 2015年中国支气管电子内窥镜行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、销售收入结构分析

### 第三节 2013-2015年中国支气管电子内窥镜行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

### 第四节 2013-2015年中国支气管电子内窥镜行业成本费用分析

#### 一、成本分析

#### 二、费用分析

### 第五节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利能力分析

#### 二、主要发展能力分析

#### 三、主要偿债能力分析

#### 四、行业运营能力分析

## 第三部分 支气管电子内窥镜行业竞争格局分析

### 第八章 2012-2015年世界支气管电子内窥镜重点厂商分析

#### 第一节 奥林巴斯

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、在华发展战略

#### 第二节 德国狼牌（WOLF）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、在华发展战略

#### 第三节 卡尔史托斯内窥镜（上海）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、支气管电子内窥镜市场竞争力分析

##### 三、在华发展战略

#### 第四节 史赛克（Stryker）公司

##### 一、企业概况

##### 二、支气管电子内窥镜市场竞争力分析

##### 三、在华发展战略

#### 第五节 宾得

一、企业概况

二、支气管电子内窥镜市场竞争力分析

三、在华发展战略

第九章 中国支气管电子内窥镜产业重点企业竞争性财务数据分析

第一节 沈阳沈大内窥镜有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

第二节 杭州市桐庐医疗光学仪器总厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节 杭州光典医疗器械有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

第四节 上海蔡康光学仪器有限公司

一、企业概况

二、公司经营状况

三、2016-2022年发展战略

第五节 深圳市安健科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节 上海澳华光电内窥镜有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营状况

三、2016-2022年发展战略

第七节 宁波舜宇内窥镜有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营状况

第八节 杭州好克光电仪器有限公司

一、企业概况

## 二、经营状况

### 三、2016-2022年发展战略

#### 第九节 浙江天松医疗器械股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2012-2013年经营状况

#### 第十节 上海世音光电仪器有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

#### 第四部分 支气管电子内窥镜行业发展前景展望

### 第十章 2016-2022年中国支气管电子内窥镜市场投资潜力及前景预测

#### 第一节 2016-2022年中国支气管电子内窥镜市场未来发展趋势

##### 一、中国支气管内窥镜行业发展趋势

##### 二、支气管电子内窥镜产品技术的发展走向

##### 三、支气管电子内窥镜行业未来发展方向

#### 第二节 2016-2022年中国支气管电子内窥镜市场前景展望

##### 一、中国支气管电子内窥镜市场发展前景

##### 二、国家政策规划

##### 三、2016-2022年中国支气管内窥镜市场规模预测

### 第十一章 2016-2022年中国支气管电子内窥镜市场投资潜力分析

#### 第一节 2012-2015年中国支气管电子内窥镜投资概况

##### 一、中国支气管电子内窥镜投资环境

##### 二、支气管电子内窥镜行业上游投资决定的产业整体规模

##### 三、支气管电子内窥镜产品市场投资热情

#### 第二节 中国支气管电子内窥镜产业投资模式分析

##### 一、自行投资建设

##### 二、合作投资

##### 三、并购模式

##### 四、参股现有企业

#### 第三节 2016-2022年影响支气管内窥镜行业发展的主要因素

##### 一、影响支气管内窥镜行业运行的有利因素分析

##### 二、影响支气管内窥镜行业运行的稳定因素分析

##### 三、影响支气管内窥镜行业运行的不利因素分析

##### 四、我国支气管内窥镜行业发展面临的挑战分析

## 五、我国支气管内窥镜行业发展面临的机遇分析

### 第三节 2016-2022年中国支气管电子内窥镜投资机会分析

#### 一、中国支气管电子内窥镜投资吸引力分析

#### 二、中国支气管电子内窥镜产业投资潜力分析

### 第四节 2016-2022年中国支气管电子内窥镜投资风险分析

#### 一、政策风险及控制策略

#### 二、经营风险及控制策略

#### 三、技术风险及控制策略

#### 四、竞争风险及控制策略

#### 五、市场风险及控制策略

#### 六、鼻内窥镜相关行业风险

## 第五部分 支气管内窥镜行业发展战略研究

### 第十二章 支气管内窥镜企业制定"十三五"发展战略研究分析

#### 第一节 "十三五"发展战略规划的背景意义

##### 一、企业转型升级的需要

##### 二、企业做大做强的需要

##### 三、企业可持续发展需要

#### 第二节 "十三五"发展战略规划的制定原则

##### 一、科学性

##### 二、实践性

##### 三、性

##### 四、创新性

##### 五、全面性

##### 六、动态性

#### 第三节 "十三五"发展战略规划的制定依据

##### 一、国家产业政策

##### 二、行业发展规律

##### 三、企业资源与能力

##### 四、可预期的战略定位

### 第十三章 支气管内窥镜行业投资战略研究

#### 第一节 支气管内窥镜行业发展战略研究

##### 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 对我国支气管内窥镜品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、支气管内窥镜实施品牌战略的意义

三、支气管内窥镜企业品牌的现状分析

四、我国支气管内窥镜企业的品牌战略

五、支气管内窥镜品牌战略管理的策略

第三节 支气管内窥镜行业和企业发展策略分析

第四节 政府管理和支持支气管内窥镜行业策略

第五节 支气管内窥镜行业投资战略研究

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

表：我国内窥镜行业与国外发达国家水平的比较

图表目录

图表 2011-2015年世界支气管电子内窥镜市场规模及增长率

图表 全球主要国家支气管电子内窥镜品牌市场份额占有率

图表 2011-2015年欧美支气管电子内窥镜市场规模及增长率

图表 2011-2015年日本支气管电子内窥镜市场规模及增长率

图表 2011-2015年德法支气管电子内窥镜市场规模及增长率

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxixie/236906236906.html>