

2021年中国医用敷料行业分析报告- 市场竞争策略与投资潜力研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国医用敷料行业分析报告-市场竞争策略与投资潜力研究》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/yiliaoqixie/557343557343.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业发展现状

医用皮肤修复敷料属于皮肤专业护理产业，主要应用于医美术后受损肌肤或敏感性肌肤，具有吸收创面渗出液、为创面愈合提供适宜环境等医疗作用，因此成分管控较为严格，不可随意添加防腐剂和刺激性成分，减少致敏发炎风险，且对于生产环境要求较高，生产用水需为无菌纯净水。

近年来随着居民生活水平的提高、居民对自身健康及肌肤护理的重视程度不断提高、皮肤护理产品种类繁多、可满足需求多样化等多重因素的驱动下，中国居民越来越愿意将更多的支出投入个人护理，促进了皮肤护理产品行业的快速发展。根据数据显示，在2016-2020年期间，我国皮肤护理产品行业市场规模由1,570亿元增至2,769亿元，CAGR15.3%，预计到2025年规模将达到5,261亿元。

2016-2025E中国皮肤护理市场零售额规模及增速

数据来源：观研天下整理

在此背景下，我国医用皮肤修复敷料市场也得到了良好的发展态势。根据数据显示，医疗器械类敷料市场规模由2016年的2.3亿元增长至2020年的41.8亿元，CAGR105.7%，预计2025年规模将达201.4亿元。

截止至2020年6月，我国医用皮肤修复敷料批文达467个，可分为两类：1)创面敷料，产品适用范围包含“过敏/痤疮/光子/激光”等关键字，该类批文共102个，其中第三类仅3个，二类45个，一类54个；2)医用冷敷贴，可用于医美手术后面部皮肤护理，该类批文共365个，主要为第一类。

目前行业参与者众多，竞争格局较为分散，国货品牌陆续在贴片类医用敷料和功能性护肤品中占据一定地位。敷尔佳、可复美在各线上渠道积极运营，在各平台中均处于领先地位。例如在天猫旗舰店方面，在头部品牌中，芙清/敷尔佳/可复美的粉丝数位列前三，均达到百万级，分别为424万/213万/119万，相应而言，其市占率也均处于领先地位。创福康的天猫旗舰店粉丝数量为78万，但市占率仅次于敷尔佳，说明其线下渠道较为强劲。旗舰店SKU数量方面，可复美/绽妍/敷尔佳位列前三，分别为83/80/58个，在经典爆款的基础上不断拓展，产品线丰富程度较高。

在抖音及小红书方面，大多头部品牌均已积极布局运营。就小红书笔记数量这一指标来看，敷尔佳/芙清/可复美排名前三，相关笔记数量分别达8万/5万/4万余篇，拥有良好声誉。抖音作为新兴渠道，大多数品牌粉丝量暂未破万，敷尔佳、伯纳赫、可复美的粉丝数量排名靠前，分别为9.2万/6万/4.3万。

医用皮肤修复敷料主要头部品牌情况

序号

品牌

代表产品

单价元/片)

主要成分

主打功效

类别

猫旗

粉丝

抖音

粉丝

小红书笔记数

猫旗sku

注册企业

企业背景

1

创福康

胶原贴敷料

39.6

三螺旋活性胶原

创面修复、过敏修护

三类

78万

1315

1万+

30

创尔生物

2002年由深圳科荃生物与广州市创伤外科研究所共同设立，研究开发活性胶原并布局生物护肤

2

可复美

类人胶原蛋白敷料

37.6

类人胶原蛋白原液

抑制敏感、皮炎痤疮

创面愈合、预防色素

二类

119万

4.3万

4万+

83

巨子生物

2000年由西北大学范代娣教授创立，成功研发类人胶原蛋白并产业化

3

敷尔佳

透明质酸钠修复贴

29.6

透明质酸钠

术后修复、祛痘淡印

二类

213万

9.2万

8万+

58

北星药业

敷尔佳设立之初作为品牌总代理与哈三联合作，2021年2月对哈三联生产子公司北星药业重组

4

芙清

医用促愈功能性敷料

33.6

透明质酸、十三肽

抑菌抗炎、调理油脂

二类

424万

5929

5万+

52

安德普泰

2010年由医学背景团队创立，与北京中医药大学皮肤病研究所及浙大工业技术转化研究院合作

5

创福康

胶原贴敷料

35.6

胶原蛋白原液

辅助治疗痤疮

二类

78万

1315

1万+

30

创尔生物

-

6

绽妍

皮肤修护敷料

33

透明质酸溶液

成分精简、修护屏障

二类

74万

1万

2万+

80

佰傲再生

医学

2011年成立，致力于研制再生医学产品，与西安组织工程技术研究中心等合作

7

可孚

透明质酸钠修复贴

23.6

透明质酸钠

无菌温和、改善痤疮

二类

84万

1457

6300+

611

运美达

2003年创立，医疗器械和化妆品OEM/ODM/OBM制造商

8

益肤

透明质酸敷料

35.6

透明质酸钠

无菌补水、修复敏感

二类

48万

1.2万

4700+

42

天纵生物

2012年成立，从事透明质酸敷料和体外诊断试剂的

研发生产销售

9

薇诺娜

酵母重组胶原蛋白贴辅料

41.3

胶原蛋白、透明质酸钠

加速创面愈合、仿生角质层易吸收

二类

891万

82.7万

8万+

291

贝泰妮

2010年成立，发源于云南滇虹药业，功能性护肤品行业龙头品牌

10

仁和

皮肤修护敷料

17.8

透明质酸钠

急性镇静补水，修护皮炎湿疹

二类

41万

33万

1900+

293

药圣堂

2004年成立，由老百姓大药房投资创办的现代化医疗制药企业

11

蓝润

医用愈肤生物膜

29.6

原花青素、壳聚糖

减轻炎症、抑制有害

菌

二类

1989

-

1万+

28

蓝科恒业

医疗

2005年成立，医学耗材供应商，开发皮肤治疗护理

产品

12

美卿

皮肤修复贴敷料

27.6

重组III型胶原蛋白

补充胶原、淡化痘印

二类

2.5万

-

2800+

50

美瑞生物

2012年成立，主要生产第二代医用透明质酸钠和胶原贴敷料系列产品

13

伯纳赫

重组人源胶原蛋白功能敷料

59.3

重组人源胶原蛋白、透明质酸钠

修复屏障、补水

二类

3万

6万

1900+

9

锦波生物

2008年成立，国际首家实现人源化胶原蛋白生物新材料产业化的企业

14

芙芙

抗菌功能性敷料(贴)

30

透明质酸、十三肽

创面修复、抑菌抗痘

二类

108万

1974

2万+

49

安德普泰

-

15

荣晟

医用冷敷贴

15.6

透明质酸钠

肌肤降温、冷敷理疗

一类

2万

-

2700+

20

拓科生物

2019年成立，旗下有专业护肤品牌“荣晟”

16

活玉

浅表创面贴敷敷料

33.6

玉石活化液、奥婷敏

焕白亮肤、舒敏修护

一类

21万

2372

7200+

27

三泰医药

2005年成立，创始人对玉研究多年，邀请生物材料博士和药学专家，研发出“活玉”系列化妆品

17

医森

医用冷敷贴

6.4

人源胶原蛋白、透明质酸钠、烟酰胺、积雪草

祛痘控油、冷敷护理

一类

15.5万

-

6700+

19

华南制药

专注敏感肌的医美护肤品牌，与华南制药合作资料来源：资料来源：公司招股说明书，NM PA，标点医药，天猫，抖音，小红书

二、敷尔佳发展情况

敷尔佳是中国领先的医用敷料提供商，拥有30余种专业皮肤护理产品，以II类械敷料为主，功能性护肤品为辅。

1、业绩情况

近年来公司主营业务收入保持稳定增长。根据数据显示，2020年敷尔佳收入为15.85亿元。到2021年一季度，敷尔佳营收为3.47亿元，模拟毛利率增长至78.64%，归母净利润为1.73亿元。

2018-2021年一季度敷尔佳公司营收与归母净利情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

其中医疗器械类业务比重逐年下降，2020年营收为8.80亿元，占比下降到55.5%；化妆品业务营收快速增长，营收为7.05亿元，占比增长到44.5%。

2018-2020年敷尔佳公司主营业务收入情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

2018-2021Q1敷尔佳产品线收入及占比情况（万元，%）

类别

序号 产品名称

收入

占比

收入

占比

收入

占比

收入

占比

医疗器械

类

1

医用透明质酸钠修复贴（白膜）

26,830

72%

64,278

48%

59,772

38%

14,022

40%

2

医用透明质酸钠修复贴（黑膜）

6,499

17%

26,318

20%

26,352

17%

5,272

15%

3

医用透明质酸钠修复液

254

0.7%

1,203

0.9%

1,907

1.2%

291

0.8%

面膜

4

胶原蛋白水光修护贴

74

0.2%

17,847

13%

21,248

13%

4,785

14%

5

虾青素传明酸修护贴

-

8,834

6.6%

16,199

10%

3,953

11%

6

积雪草舒缓修护贴

-

518

0.4%

14,301

9%

3,564

10%

7

透明质酸钠修护膜

-

242

0.2%

1,454

0.9%

475

1.4%

8

透明质酸钠修护贴（白膜）

3,032

8.1%

5,296

3.9%

3,409

2.2%

256

0.7%

9

透明质酸钠修护贴（黑膜）

556

1.5%

1,687

1.3%

973

0.6%

101

0.3%

10

胶原蛋白多效修护贴

64

0.2%

1,878

1.4%

945

0.6%

96

0.3%

水、精华

及乳液

11

透明质酸钠水光精华液

-

361

0.3%

721

0.5%

368

1.1%

12

虾青素传明酸精华液

-

1,541

1.1%

1,850

1.2%

277

0.8%

13

花季色泽修护精纯液

10

0.03%

501

0.4%

455

0.3%

27

0.08%

14

虾青素神经酰胺修护乳

-

393

0.3%

1,885

1.2%

39

0.11%

冻干粉

15

肤质肤色修护冻干粉+修护液

17

0.04%

2,190

1.6%

2,517

1.6%

410

1.2%

凝胶

16

海绵骨针祛痘凝露

-

-

869

0.5%

156

0.4%

17

水杨酸果酸焕肤面膜

-

-

1,677 1.1%

244

0.7%

喷雾

18

胶原蛋白水光修护喷雾

-

436

0.3%

607

0.4%

0.4

0.001%

其他

19

积雪草舒缓修护洁面泡泡

13

0.04%

722

0.5%

1,362

0.9%

375

1.1%

合计

37,349

100%

134,247

100%

158,502

100%

34,710

100%数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

毛利率方面，敷料毛利率较高。根据数据显示，2020年敷尔佳毛利率为76.5%。其中医疗器械业务毛利率为81.9%；敷料毛利率为82.4%；化妆品业务毛利率为69.5%；水乳精华毛利率为75.7%；冻干粉毛利率为53.0%；喷雾毛利率为48.3%，面膜毛利率为69.5%。
2018-2020年敷尔佳毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

2018-2020年敷尔佳医疗器械业务毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳敷料毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳化妆品业务毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳喷雾毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳水乳精华毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳冻面膜毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年敷尔佳冻干粉毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理 2、产品亮点

公司目前已拥有三十余种专业皮肤护理产品，形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的II类医疗器械产品为主，多种功能性护肤品为辅的立体化产品体系，可较好满足市场多样化的需求。根据数据显示，医用敷料贴及贴膜类产品有16种，喷雾产品由5种，水、精华及乳液产品有8种。

敷尔佳产品数量结构情况 数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

敷尔佳产品中2016年4月开始备案。其中医用透明质酸钠修复贴（白膜+黑膜）两款产品上市时间早，市场认可度高，积累了良好的口碑。凭借着在电商的优异表现，进一步增强同类产品销量领先的地位。

另外由于特殊化妆品及医疗器械类产品的研发及申报周期较长，公司根据市场动向，提前分析判断未来热点产品方向，针对性推出相应产品，以维持品牌热度。除主打的敷料和贴、膜类产品外，还陆续契合时点上市推出水乳精华、喷雾、冻干粉等品类，在主打产品和品牌声量的带动下，销量可观。

敷尔佳产品备案情况

资料来源：公司招股说明书，观研天下整理

3、销售渠道亮点

从销售渠道来看，公司设立之初深耕线下经销渠道，早期通过经销商快速打通营销网络，目前形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化终端销售矩阵。

全渠道概览

资料来源：公司招股说明书，观研天下整理

目前敷尔佳销售模式分为直销、经销和代销三种。其中线下经销为主，在2020年占比达到了70.9%；线上直销市场增长较快，在2020年收入占比从2018年3.8%增长到25%。

2018-2020年各渠道收入占比情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

按照地域来看，华东及东北地区的销售额占比较大，为公司主要线下销售区域。主要系华东地区经济相对发达，消费人口充足，美容护肤市场活跃；东北地区距离公司主要生产经营地较近，交通较便利。

从各渠道的毛利率来看，基本保持稳定。其中直销和代销模式的毛利率较高，2021Q1分别为84.1%/87.5%。

2018-2021Q1各渠道毛利率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

从产品销售单价来看，经销与直销模式下存在显著差异。根据数据显示，2021年Q1线上-直销销售单价为76.5元/盒；线上-代销销售单价为74.6元/盒；线下-直销销售单价为41.5元/盒；线下-代销销售单价为39.5元/盒。

2018-2021Q1各渠道销售单价情况（元/盒）

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

这主要是因为直销需要在各大电商平台及媒体渠道投入较多的广告宣传、推广，以增加曝光度，而经销模式下市场推广主要由线下经销商承担，公司仅承担线下展会宣传、技术支持、官方品牌背书支持和管理培训协助等职能，获客成本较小。因此，经销模式下销售单价较低，但不产生销售费用，而直销模式下销售单价较高但存在一定的销售费用。

从经销市场来看，整体交易规模逐步增大，线下经销商占比较大，达到了90%。有数据显示，2018-2020年，交易规模为100万元以上的线下经销商占经销收入的比分别为64.18%、75.83%和82.22%，呈逐渐上升趋势。

不同规模线上经销商交易金额占比

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
不同规模线下经销商交易金额占比

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

从细分渠道结构来看，受天猫流量基础较好、电商运营环境成熟影响，公司线上直销收入80%以上来自天猫旗舰店。有资料显示，在2018-2020年期间，公司客户数量快速提升，复购率亦稳步提升，消费者认可度显著提高。数据显示，2020年天猫客户数量为278万人，日订单均价90元，日均订单数量13246单，高频次（4次及以上）人数占比增长到6.4%。
2018-2020年天猫客户数量情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年天猫日订单均价情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2020年天猫日均订单数量情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
天猫客户购买频次情况—按人数占比（%）

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

到2021年一季度，老客户贡献占比增长到41%；天猫月均访客为238万人，成交转化率为10.5%，复购率为23%。可见公司产品黏性较强，维持着较高的市场竞争力。
2018-2021Q1天猫平台新老客户贡献金额占比情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理
2018-2021Q1天猫月均访客及成交转化率、复购率情况

数据来源：公司招股说明书，观研天下整理

4、未来规划

公司将以本次新股发行上市为契机，结合现有优势，通过募集资金投资项目的投入，进一步提升整体研发实力、规模化生产能力及品牌营销能力。公司未来三年的发展目标及具体措施包括：

发展目标

具体措施

加强合作研发，增进公司整体研发实力

公司计划通过与外部合作研发完成III类医疗器械及功能性护肤品的研发，并通过委托/合作研

发对产品进行设计、升级。公司自有研发团队将集中于现有产品更新换代及前期产品雏形设计；新产品开发及原料选择等将与外部科研院所合作。

丰富既有产品线，提升公司竞争力

将继续严格把控生产环节，不断完善产品线，提升技术水平和综合竞争力，力争成为皮肤护理产品市场领导者。

多渠道布局，加强市场营销和服务能力

线下渠道覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多个零售终端，拥有较高的可及性。

线上渠道销售情况良好，未来将扩大各区域市场销售和技术支持团队，加强推广，提升品牌知名度，扩充市场容量。

新业态赋能零售，打造流量品牌

以产品为核心优势，加强品牌建设，深度运营社交媒体，借势明星、KOL与各类IP热点，通过多渠道与用户建立有效沟通。

优化人力资源结构，加强公司研发能力

公司将吸纳多学科、高层次的技术与管理人才，完善人才管理和激励体系，构建高水平团队，为可持续发展提供保障。资料来源：公司招股说明书，观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国医用敷料行业分析报告-市场竞争策略与投资潜力研究》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。

行业报告是业内企业、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家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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国医用敷料行业发展概述

第一节 医用敷料行业发展情况概述

- 一、医用敷料行业相关定义
- 二、医用敷料行业基本情况介绍
- 三、医用敷料行业发展特点分析
- 四、医用敷料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、医用敷料行业需求主体分析

第二节 中国医用敷料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医用敷料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国医用敷料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医用敷料行业生命周期分析

- 一、医用敷料行业生命周期理论概述
- 二、医用敷料行业所属的生命周期分析

第四节 医用敷料行业经济指标分析

- 一、医用敷料行业的赢利性分析
- 二、医用敷料行业的经济周期分析
- 三、医用敷料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医用敷料行业进入壁垒分析

- 一、医用敷料行业资金壁垒分析
- 二、医用敷料行业技术壁垒分析
- 三、医用敷料行业人才壁垒分析

四、医用敷料行业品牌壁垒分析

五、医用敷料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球医用敷料行业市场发展现状分析

第一节 全球医用敷料行业发展历程回顾

第二节 全球医用敷料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医用敷料行业地区市场分析

一、亚洲医用敷料行业市场现状分析

二、亚洲医用敷料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲医用敷料行业市场前景分析

第四节 北美医用敷料行业地区市场分析

一、北美医用敷料行业市场现状分析

二、北美医用敷料行业市场规模与市场需求分析

三、北美医用敷料行业市场前景分析

第五节 欧洲医用敷料行业地区市场分析

一、欧洲医用敷料行业市场现状分析

二、欧洲医用敷料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲医用敷料行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界医用敷料行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球医用敷料行业市场规模预测

第三章 中国医用敷料产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国医用敷料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医用敷料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 中国医用敷料行业运行情况

第一节 中国医用敷料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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国医用敷料行业市场规模分析

第三节 中国医用敷料行业供应情况分析

第四节 中国医用敷料行业需求情况分析

第五节 我国医用敷料行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国医用敷料行业供需平衡分析

第七节 中国医用敷料行业发展趋势分析

第五章 中国医用敷料所属行业运行数据监测

第一节 中国医用敷料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 中国医用敷料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 中国医用敷料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 2017-2021年中国医用敷料市场格局分析

第一节 中国医用敷料行业竞争现状分析

- 一、中国医用敷料行业竞争情况分析
- 二、中国医用敷料行业主要品牌分析

第二节 中国医用敷料行业集中度分析

- 一、中国医用敷料行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国医用敷料行业市场集中度分析

第三节 中国医用敷料行业存在的问题

第四节 中国医用敷料行业解决问题的策略分析

第五节 中国医用敷料行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国医用敷料行业需求特点与动态分析

第一节 中国医用敷料行业消费市场动态情况

第二节 中国医用敷料行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 医用敷料行业成本结构分析

第四节 医用敷料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 中国医用敷料行业价格现状分析

第六节 中国医用敷料行业平均价格走势预测

- 一、中国医用敷料行业价格影响因素
- 二、中国医用敷料行业平均价格走势预测
- 三、中国医用敷料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国医用敷料行业区域市场现状分析

第一节 中国医用敷料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医用敷料市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区医用敷料市场规模分析
- 四、华东地区医用敷料市场规模预测

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、华中地区医用敷料市场规模分析
- 四、华中地区医用敷料市场规模预测

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、华南地区医用敷料市场规模分析
- 四、华南地区医用敷料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国医用敷料行业竞争情况

第一节 中国医用敷料行业竞争结构分析（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 中国医用敷料行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国医用敷料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医用敷料行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国医用敷料行业发展前景分析与预测

第一节 中国医用敷料行业未来发展前景分析

- 一、医用敷料行业国内投资环境分析
- 二、中国医用敷料行业市场机会分析
- 三、中国医用敷料行业投资增速预测

第二节 中国医用敷料行业未来发展趋势预测

第三节 中国医用敷料行业市场发展预测

- 一、中国医用敷料行业市场规模预测
- 二、中国医用敷料行业市场规模增速预测
- 三、中国医用敷料行业产值规模预测
- 四、中国医用敷料行业产值增速预测
- 五、中国医用敷料行业供需情况预测

第四节 中国医用敷料行业盈利走势预测

- 一、中国医用敷料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国医用敷料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医用敷料行业投资风险与营销分析

第一节 医用敷料行业投资风险分析

- 一、医用敷料行业政策风险分析
- 二、医用敷料行业技术风险分析
- 三、医用敷料行业竞争风险分析
- 四、医用敷料行业其他风险分析

第二节 医用敷料行业应对策略

- 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 2021-2026年中国医用敷料行业发展战略及规划建议

第一节 中国医用敷料行业品牌战略分析

- 一、医用敷料企业品牌的重要性
- 二、医用敷料企业实施品牌战略的意义
- 三、医用敷料企业品牌的现状分析
- 四、医用敷料企业的品牌战略
- 五、医用敷料品牌战略管理的策略

第二节 中国医用敷料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 中国医用敷料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 2021-2026年中国医用敷料行业发展策略及投资建议

第一节 中国医用敷料行业产品策略分析

- 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 中国医用敷料行业营销渠道策略

- 一、医用敷料行业渠道选择策略
- 二、医用敷料行业营销策略

第三节 中国医用敷料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国医用敷料行业重点投资区域分析
- 二、中国医用敷料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/557343557343.html>