

2018-2023年中国美容整容植入医疗器械产业市场 现状规划调查与发展商机分析研究报告

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《2018-2023年中国美容整容植入医疗器械产业市场现状规划调查与发展商机分析研究报告》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/308196308196.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

一、植入医疗器械行业概括

植入医疗器械是指借助外科手术植入人体，并在手术结束后长期留在体内，用于支持、维持生命，对人体具有潜在危险，对其安全性、有效性必须严格控制的医疗器械。

根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，我国把植入医疗器械归入医疗仪器设备及器械制造（国统局代码358）中的假肢、人工器官及植（介）入器械制造，其统计4级码为C3586。

植入医疗器械行业主要产品分类

植入医疗器械可按照各自的使用范围和结构特征分类，具体如下：

表：植入医疗器械产品分类

二、植入医疗器械行业市场规模

植入医疗器械的上游原材料主要有金属及合金材料、生物陶瓷、高分子材料及天然生物材料等，而生物型植入医疗器械的上游原料为天然生物材料。植入医疗器械的下游市场主要集中在医院和美容院，具体来说集中在医院的神经外科、妇科、普外科、骨科、整形外科以及美容院等机构。

图：物植入医疗器械产业链 由于植入医疗器械产品性能、价格、品牌等多方面差异，植入医疗器械行业已经形成梯队竞争格局。第一梯队以外资企业为主，这类企业在品牌、产品设计及销售渠道上具有较强的优势，特别是由于长期经营，已经在国际上获得医学界普遍认可，产品品牌认知度较高；第二梯队主要是指国内年销售收入在3,000 万以上的植入医疗器械企业，这类企业一般是在某细分领域内具有独特的竞争优势，使得企业规模逐步扩大，同时这些企业正呈现出品牌建设阶段特征，通过不断努力，提高企业经营规模；第三梯队植入医疗企业在国内企业总数比重较大，这类企业由于受资金、技术等方面的限制，经营规模相对较小，因此在与外资、国内领先企业的竞争中，第三梯队企业面临较大压力。

近年来，我国植入医疗器械已进入快速发展期，而随着我国植入医疗器械行业的持续发展，目前国内植入医疗器械企业已基本上能生产低端和部分中端植入医疗器械，并在生物相容性新材料研究领域取得了一定进展。但产品整体水平较低，同质化现象严重，我国三级

医院的中、高端器械市场基本为跨国企业所抢占。国内植入医疗器械生产企业需抓住行业发展机遇，不断进行技术创新。

三、医疗美容行业发展现状及特点

医疗美容行业在人均可支配收入和消费水平总体提升的大背景下，应该算是朝阳行业，发展潜力巨大。统计数据显示到过去的数年间医疗美容行业保持着15%的年均增长率，到2020年中国医疗美容行业的市场将达到1250亿元。

数据显示25-30岁的年龄段的人群在2009年占比达到55%，到了2015年这一比例下降至26%；25岁以下人群从2009年不到1%上升至2015年的14%；30岁以上人群则从45%上升至60%。

演艺及时尚圈人群在2009年以61%成为当时绝对的主力消费群体，到2015年这一比例下降至45%。而白领、主妇、学生构成的大众群体则从2009年的30%上升至2015年的45%。

医疗美容群体正在向不同年龄和不同职业属性的人群迁移，医疗美容正在融入大众生活。

消费群体的分化在所难免，消费群体在不同属性，不同维度的细分之下衍生出了多个新的细分市场，而不同的组合方式又促进了多样化，个性化细分市场的生成。

(一)市场规模大

根据国家第五次人口普查资料显示，我国城镇人口15-64岁女性共一亿七千多万人。按照目前20-45岁女性城镇消费者占医疗整形美容消费者的64%比例估算，目前全国医疗整形美容女性目标消费群总数估计为九千万人。

据了解，在世界闻名的韩国整形美容一条街-狎鸥亭这个地方，汇聚了200多家整形美容机构，其中，中国的客人已经占手术量的30%，仅JK整形美容医院里就有一半手术者来自中国。韩国每年投入大量的广告吸引中国人，每年约有十几亿人民币流入韩国。

(二)增长速度快

目前，医疗美容已经进入了寻常普通老百姓的生活中。根据世界银行发展报告，当一个国家的人均收入超过2000美元之后，即进入到中等发达的小康社会后，对医疗美容行业

的需求就会增加10%左右，并每年会以这个速度递增。以此速度，支撑了中国医疗美容行业年增速20%以上的水平。

(三)行业利润高

当前整形美容行业的另一特点是竞争激烈。由于我国75%以上医疗整形美容机构的服务项目经济利益较高，以技术或营销手段创造的利润，依据不同类型和不同规模的医疗整形美容机构，约占总利润的30%~50%不等。其他调查测算，我国医疗整形美容业的毛利率超过了一些热门产业，被称之为“时尚营利行业”。

观研天下发布的《2018-2023年中国美容整容植入医疗器械产业市场现状规划调查与发展商机分析研究报告》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。

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。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业发展概述

第一节2016-2017年美容整容植入医疗器械行业发展情况概述

一、美容整容植入医疗器械行业相关定义

二、美容整容植入医疗器械行业基本情况介绍

三、2016-2017年美容整容植入医疗器械行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国美容整容植入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、美容整容植入医疗器械行业产业链条分析

三、2016-2017年中国美容整容植入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2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业生命周期分析

- 一、美容整容植入医疗器械行业生命周期理论概述
- 二、2017年美容整容植入医疗器械行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年美容整容植入医疗器械行业经济指标分析

- 二、2016-2017年美容整容植入医疗器械行业的赢利性分析
- 四、2016-2017年美容整容植入医疗器械行业的经济周期分析
- 三、美容整容植入医疗器械行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业进入壁垒分析

- 一、美容整容植入医疗器械行业技术壁垒分析
- 二、美容整容植入医疗器械行业规模壁垒分析
- 三、美容整容植入医疗器械行业品牌壁垒分析
- 四、美容整容植入医疗器械行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球美容整容植入医疗器械行业市场发展现状分析

第一节全球美容整容植入医疗器械行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球美容整容植入医疗器械行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲美容整容植入医疗器械行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲美容整容植入医疗器械行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲美容整容植入医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年亚洲美容整容植入医疗器械行业市场前景分析
- 四、2018-2023年亚洲美容整容植入医疗器械发展趋势分析

第四节2016-2017年北美美容整容植入医疗器械行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美美容整容植入医疗器械行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美美容整容植入医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年北美美容整容植入医疗器械行业市场前景分析
- 四、2018-2023年北美美容整容植入医疗器械行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟美容整容植入医疗器械行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟美容整容植入医疗器械行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟美容整容植入医疗器械行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2023年欧盟美容整容植入医疗器械行业市场前景分析
- 四、2018-2023年欧盟美容整容植入医疗器械行业发展趋势分析

第六节2018-2023年世界美容整容植入医疗器械行业分布走势预测

第七节2018-2023年全球美容整容植入医疗器械行业市场规模预测

- 一、2018-2023年亚洲美容整容植入医疗器械行业市场规模预测

- 二、2018-2023年北美美容整容植入医疗器械行业市场规模预测
- 三、2018-2023年欧盟美容整容植入医疗器械行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国美容整容植入医疗器械产业发展环境分析

第一节2016-2017年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2016-2017年中国美容整容植入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

第四节2016-2017年中国美容整容植入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2015-2017年中国美容整容植入医疗器械产业运行情况

第一节中国美容整容植入医疗器械行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业市场规模分析

第三节2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业产能情况分析
- 三、2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业产能区域分布情况

第四节2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业需求情况分析

- 一、2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业行业需求量分析
- 二、2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业行业需求区域分布

第四节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国美容整容植入医疗器械市场格局分析

第一节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业竞争现状分析

一、中国美容整容植入医疗器械行业竞争情况分析

二、中国美容整容植入医疗器械行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业存在的问题

第四节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国美容整容植入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

第六章2016-2017年中国美容整容植入医疗器械市场价格走势分析

第一节2016-2017年美容整容植入医疗器械行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业价格现状分析

一、2016-2017年美容整容植入医疗器械行业平均价格走势回顾分析

二、2018年美容整容植入医疗器械行业平均价格走势预测

第三节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业平均价格增速预测

第七章2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业区域市场现状分析

第一节2015-2017年中国美容整容植入医疗器械行业区域市场规模分布

第二节2015-2017年中国华东地区美容整容植入医疗器械市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区美容整容植入医疗器械市场规模分析

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、2015-2017年华中地区美容整容植入医疗器械市场规模分析

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、2015-2017年华南地区美容整容植入医疗器械市场规模分析

第五节华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区美容整容植入医疗器械市场规模分析

第八章2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业竞争情况

第一节2016-2017年中国美容整容植入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2016-2017年中国美容整容植入医疗器械行业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2016-2017年中国美容整容植入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

第九章中国美容整容植入医疗器械所属行业数据监测

第一节中国美容整容植入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

第二节中国美容整容植入医疗器械所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国美容整容植入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

第十章我国美容整容植入医疗器械行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

第四节企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节企业十

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2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年美容整容植入医疗器械行业投资风险分析

- 一、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业政策风险分析
- 二、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业技术风险分析
- 三、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业竞争风险
- 四、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业其他风险分析

第二节2018-2023年美容整容植入医疗器械行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业经营模式
- 二、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业生产模式
- 三、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业销售模式

第三节2018-2023年美容整容植入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2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业品牌战略分析

- 一、美容整容植入医疗器械企业品牌的重要性
- 二、美容整容植入医疗器械企业实施品牌战略的意义

三、美容整容植入医疗器械企业品牌的现状分析

四、美容整容植入医疗器械企业的品牌战略

五、美容整容植入医疗器械品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国美容整容植入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2018-2023年中国美容整容植入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2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业营销渠道策略

一、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业营销模式

二、2018-2023年美容整容植入医疗器械行业营销策略

第三节2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业价格策略

第四节观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业投资区域分析

二、2018-2023年中国美容整容植入医疗器械行业投资产品分析

(GYWWJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/308196308196.html>