

2016-2022年中国医疗器械市场专项调查与发展战略研究报告

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《2016-2022年中国医疗器械市场专项调查与发展战略研究报告》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/239370239370.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

在国内销售医疗器械的主要渠道是医院、药店及专业的医疗器械店。2014年我国的医疗器械终端销售渠道中，零售销售渠道分散的情况出现了很大的转变。就血糖监测市场来看，在2014年出现了首个血糖监测产品单品类销售额过亿的企业“康复之家”，其销售业绩为其后三个渠道的总和。很大的打破了医疗器械零售终端区域性强，销售过于分散的特点，做到国内首家全国性医疗器械零售商的全国性的渠道布局。

在2014年我国医疗器械约为2556的市场销售规模中，医院市场约为1944亿元，占76.09%；零售市场约为612亿元，占23.91%。在零售市场中，传统零售业销售额约为454亿元，占74.18%；电商渠道销售约为158亿元，占25.82%。

2014中国医疗器械销售渠道统计

资料来源：中国医药物资协会

2014中国医疗器械零售渠道统计

资料来源：中国医药物资协会

2014年是医疗器械电子商务快速发展的一年，互联网药品经营牌照的数量比过去翻了一番还多，传统零售门店的销售额在2014年几乎没有增长，整个家用医疗器械零售市场的增量几乎全部被电商占据。

中国报告网发布的《2016-2022年中国医疗器械市场专项调查与发展战略研究报告》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、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研究分析。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 医疗器械概述

1.1 医疗器械的概念及特点

1.1.1 医疗器械的定义

1.1.2 医疗器械的使用目的

1.1.3 医疗器械的行业特点

1.2 医疗器械的相关分类

1.2.1 医疗器械的分类

1.2.2 医疗器械从临床角度的分类

1.2.3 国家药监局对60种医疗器械的分类界定

1.3 行业地位及作用分析

1.3.1 医疗器械行业地位阐述

1.3.2 在卫生健康事业中的作用

1.3.3 对经济发展的带动作用

1.3.4 对科技发展的带动作用

第二章 2013-2015年国际医疗器械行业分析

2.1 国际医疗器械行业发展概况

2.1.1 全球医疗器械市场整体格局分析

2.1.2 全球医疗器械市场发展的特点

2.1.3 全球医疗器械市场增长的动力

2.1.4 全球医疗器械行业整合并购升温

2.1.5 全球医疗器械市场企业格局分析

2.1.6 世界医疗保健手持设备市场规模扩张

2.1.7 全球医疗器械产业发展热点剖析

2.2 美国

2.3 欧盟

2.4 日本

第三章 2013-2015年中国医疗器械行业分析

3.1 中国医疗器械行业发展综述

3.1.1 医疗器械行业的经济社会环境

3.1.2 医疗器械行业发展的基本特征

3.1.3 医疗器械行业产业链及其影响分析

3.1.4 医疗器械行业的区域布局状况

3.1.5 世界医械发展趋势对中国的影响

3.2 2013-2015年中国医疗器械行业发展分析

3.3 2013-2015年中国医疗器械市场概况

3.3.1 中国医疗器械市场格局解读

3.3.2 中国医疗器械受资本市场追捧

3.3.3 影响医疗器械市场增长的主要因素

3.3.4 我国医疗器械县级市场需求分析

3.3.5 我国高端医疗器械市场需求强劲

3.4 中国医疗器械行业进出口状况

3.5 医疗器械行业技术发展分析

3.5.1 国际技术水平分析

3.5.2 国内技术水平分析

3.5.3 国内技术存在的问题

3.5.4 技术发展趋势分析

3.5.5 政策支持技术方向

3.6 医疗器械行业发展中存在的问题

3.6.1 医疗器械行业各环节中存在的问题

3.6.2 医疗器械行业发展的四大制约因素

3.6.3 我国医疗器械企业发展面临的问题

3.6.4 我国医疗器械行业亟待政策扶持

3.6.5 中国医疗器械本土企业研发面临的难题

3.7 促进中国医疗器械产业发展的策略

3.7.1 浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示

3.7.2 中国医疗器械产业利用创新实行降本增效

3.7.3 中国医疗器械产业加快发展的措施

3.7.4 中国医疗器械产业发展壮大的战略

第四章 中国医疗仪器设备及器械制造所属行业数据监测

4.1 中国所属行业规模分析

4.1.1 企业数量分析

4.1.2 资产规模分析

4.1.3 销售规模分析

4.1.4 利润规模分析

4.2 中国所属行业产值分析

4.3 中国所属行业成本费用分析

4.4 中国所属行业运营效益分析

第五章 2013-2015年医疗诊断、监护及治疗设备制造行业分析

5.1 医疗诊断、监护及治疗设备制造行业运行概况

5.1.1 行业规模分析

5.1.2 行业供给分析

5.1.3 行业需求分析

5.1.4 运行特点分析

5.2 超声诊断仪器

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

5.3 CT机

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

5.4 磁共振成像装置 (MRI)

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

5.5 监护产品

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

5.6 呼吸机

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

5.7 内窥镜技术与产品

- (1) 行业发展概况
- (2) 市场容量与规模
- (3) 市场需求分析

第六章 2013-2015年口腔科用设备及器具制造行业分析

6.1 基本定义及概述

6.1.1 口腔科用设备及器具的定义

6.1.2 口腔科用设备的发展史

6.1.3 牙科设备及器具

6.1.4 牙科设备的发展历程

6.2 口腔科用设备和器械市场分析

6.2.1 全球牙科影像设备市场分析

6.2.2 口腔科用设备成为医械的销售亮点

6.2.3 口腔科用医疗器械行业规模及供需

6.2.4 我国口腔医疗器械行业运行特点

6.2.5 口腔科用设备和器械的几个发展方向

6.3 口腔科用器械的问题及对策

6.3.1 口腔器械微生物污染情况及医务人员医源性感染状况

6.3.2 口腔器械消毒灭菌存在的问题

6.3.3 口腔器械消毒与灭菌方法

6.3.4 口腔科用器械的管理对策

第七章 2013-2015年假肢、人工器官及植（介）入器械制造行业分析

7.1 假肢

7.1.1 当今假肢技术的新发展

7.1.2 日本开发出高精度假肢控制系统

7.1.3 我国假肢产品开发取得新突破

7.1.4 动力外骨骼和智能假肢研究状况

7.2 人工器官

7.2.1 人工器官概述

7.2.2 我国人工骨市场发展状况分析

7.2.3 我国人工关节行业发展状况

7.2.4 我国人工血管市场发展现状

7.2.5 我国人工心脏瓣膜市场状况

7.2.6 我国人工皮肤产业化发展现状

7.2.7 我国人工肝项目研究开发情况

7.3 植（介）入器械

第八章 2013-2015年其他医疗设备及器械制造行业分析

8.1 2013-2015年一次性医疗器械市场综况

8.1.1 一次性医疗器械概述

8.1.2 全球一次性医疗器械市场发展状况

8.1.3 我国一次性医疗器械产业现状分析

8.1.4 高值一次性医疗器械面临浪费难题

8.1.5 一次性医疗器械的发展方向分析

8.1.6 我国一次性无菌医疗器械市场前景广阔

8.2 2013-2015年注射器市场分析

8.2.1 全球一次性注射器市场发展概况

8.2.2 全球胰岛素注射器涌起研发热潮

8.2.3 中国一次性注射器行业发展现状

8.2.4 我国一次性注射器高端产品亟待开发

8.2.5 我国一次性注射器出口面临的障碍及应对

8.2.6 预充式注射器市场发展形势剖析

8.2.7 无针注射器研发进展及前景分析

8.3 2013-2015年家庭医疗器械市场分析

8.3.1 民用医疗器械市场的基本特点

8.3.2 我国家用医疗器械市场规模分析

8.3.3 我国家用心脏除颤器市场格局分析

8.3.4 家用医疗器械营销及品牌策略解析

8.3.5 我国家用医疗器械市场前景预测

8.3.6 我国五类家用医疗器械市场前景看好

第九章 2013-2015年中国主要省市医疗器械市场分析

9.1 广东省

9.1.1 广东省医疗器械产业规模分析

9.1.2 广东医疗器械产业创新发展分析

9.1.3 广东医疗器械产业运行简况

9.1.4 深圳市医疗器械产业总体发展状况

9.1.5 佛山积极打造医疗器械进出口基地

9.1.6 广东将对医疗器械价格进行管制

9.2 上海市

9.2.1 上海医疗器械产业发展简析

9.2.2 上海医疗器械行业销售状况

9.2.3 上海成立医疗器械标准研究联合实验室

9.2.4 政策利好助推上海医疗器械行业快速发展

9.2.5 上海关区医疗器械进口情况

9.2.6 上海医疗器械行业的发展方向

9.3 北京市

9.3.1 北京医疗器械产业的优劣势分析

9.3.2 北京市加强医疗器械产业准入管理

9.3.3 北京启用医疗器械监管信息系统

9.3.4 北京打造高端医疗器械产业园

9.4 江苏省

9.4.1 江苏医疗器械产业发展势头良好

9.4.2 江苏试点推进医疗器械委托储运

9.4.3 江苏昆山医疗器械产业渐显聚集态势

9.4.4 江苏宿迁医疗器械产品外贸现状

9.4.5 武进成为江苏医疗器械出口基地

9.5 浙江省

9.5.1 浙江实行医疗器械职业资格证书制度

9.5.2 浙江省对医疗器械企业进行质量信用评价

9.5.3 浙江医疗器械监督抽验情况

9.6 其他省市

9.6.1 安徽滁州医疗器械行业发展现状

9.6.2 江西南昌医疗器械行业的发展

9.6.3 成都提升基层公益性医疗设备

9.6.4 黑龙江医疗器械成生物医药产业新突破方向

9.6.5 山西医疗器械产业发展现状及目标

第十章 2013-2015年中国医疗器械市场销售分析

10.1 医疗器械企业的销售理论概述

10.1.1 医疗器械销售力

10.1.2 市场管理

10.1.3 销售政策的制定规则

10.1.4 团队建设

10.1.5 营销渠道的开拓及促销设计

10.2 中国医疗器械市场营销分析

10.2.1 医疗器械营销的突破要点

10.2.2 跨国医疗器械企业转向数据库营销模式分析

10.2.3 环境变化下的医疗设备营销分析

10.2.4 家用医疗器械营销新模式分析

10.3 医疗器械市场招投标分析

10.3.1 医疗器械招标采购方式应用情况

10.3.2 医疗器械招标存在的问题

10.3.3 医疗器械招标规范发展的措施

10.4 医疗器械售后服务分析

10.4.1 医疗器械存在的售后服务陷阱

10.4.2 大型医疗设备售后服务市场亟待规范

10.4.3 医疗器械售后服务前景看好

第十一章 2013-2015年医疗器械行业重点企业分析

11.1 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新动向

11.2 华润万东医疗装备股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新动向

11.3 北京航天长峰股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新动向

11.4 山东新华医疗器械股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新动向

11.5 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业运营情况

(3) 主营业务概况

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新动向

11.6 沈阳东软医疗系统有限公司

11.7.1 公司简介

11.7.2 东软医疗在CT领域的崛起

11.7.3 东软公司CT机成功打入全球高端医疗市场

11.7.4 东软携手飞利浦在医疗领域合资

11.7.5 东软医疗推出多款医疗器械新品

第十二章 2013-2015年医疗器械行业竞争分析

12.1 2013-2015年医疗器械行业竞争状况

12.1.1 世界医疗器械产业竞争力解析

12.1.2 国内医疗器械市场竞争格局分析

- 12.1.3 本土医疗器械行业加速向外扩展
- 12.1.4 外资企业借并购进入医疗新领域
- 12.1.5 医疗器械低端市场竞争日趋激烈
- 12.1.6 医疗器械行业竞争无序侵权现象频发
- 12.2 医疗器械行业“波特五力”竞争分析
 - 12.2.1 新的行业进入者的威胁
 - 12.2.2 买方侃价能力
 - 12.2.3 医疗替代品的压力
 - 12.2.4 供方侃价能力
 - 12.2.5 产业内存在的竞争
- 12.3 医疗器械产业的数字化竞争分析
 - 12.3.1 在优势对接中寻求发展
 - 12.3.2 拥有更多的自主知识产权技术
 - 12.3.3 知识积累是创新的源泉
 - 12.3.4 技术壁垒逐渐升级
- 12.4 医疗器械行业竞争策略探讨
 - 12.4.1 提高医疗器械行业竞争力的对策和建议
 - 12.4.2 品牌效应提高医疗器械企业竞争力
 - 12.4.3 中国医疗器械企业提高国际竞争力的对策
- 第十三章 2013-2015年医疗器械的政策监管环境分析
 - 13.1 中国医疗器械行业的监管环境概述
 - 13.1.1 行业管理体制分析
 - 13.1.2 行业监管历程分析
 - 13.1.3 行业标准体系制定
 - 13.2 近年来我国医疗器械行业政策监管动态
 - 13.2.1 我国医疗器械GMP正式实施
 - 13.2.2 《医疗器械召回管理办法》出台实施
 - 13.2.3我国医疗器械行业一批新标准实施
 - 13.2.4我国加强高电位治疗设备监督管理
 - 13.2.5我国规范境外医疗器械标签和包装标识
 - 13.2.6 二三类医疗器械经营许可权下放
 - 13.2.7 工信部研究推出医疗器械扶持专项
 - 13.2.8 “十三五”医疗器械行业政策落实预测
 - 13.2.9 其他最新行业政策
 - 13.3 翻新再用医疗器械市场监管分析

13.3.1 市场呼唤有序监管

13.3.2 安全成为关注焦点

13.3.3 产品质量需法规把关

13.3.4 翻新再用医疗器械的相关趋势

13.4 各类医疗器械企业和产品的监管情况分析

13.4.1 医械生产企业质量管理存在的问题及应对

13.4.2 医械经营企业管理中存在的问题及监管对策

13.4.3 医疗器械软件监管状况及对策分析

第十四章 医疗器械行业的投资及前景分析

14.1 投资机遇与热点

14.1.1 外资加速布局中国医疗器械行业

14.1.2 我国医疗器械行业景气度判断

14.1.3 医疗器械基层市场的机遇与方向

14.1.4 具备投资价值的三类医疗器械

14.1.5 未来中国医疗器械行业发展的四大热点

14.1.6 “十三五”国产医疗器械面临政策机遇

14.2 投资风险及防范措施

14.2.1 政策风险及防范措施

14.2.2 技术风险及防范措施

14.2.3 供求风险及防范措施

14.2.4 相关行业风险及防范措施

14.2.5 区域风险及防范措施

14.2.6 产品结构风险及防范措施

14.2.7 其他风险及防范措施

14.3 医疗器械行业前景趋势分析

14.4 “十三五”中国医疗器械科技产业规划剖析

14.5 2016-2022年中国医疗仪器设备及器械制造行业预测分析

14.5.1 影响中国医疗仪器设备及器械制造行业发展因素分析

14.5.2 2016-2022年中国医疗仪器设备及器械制造行业销售收入预测

14.5.3 2016-2022年中国医疗仪器设备及器械制造行业利润总额预测

附录

附录一：医疗器械国家、行业标准报告目录：

附录二：《医疗器械分类规则》

附录三：进口医疗器械检验监督管理办法

附录四：医疗器械不良事件监测和再评价管理办法（试行）

附录五：医疗器械生产质量管理规范（试行）

附录六：医疗器械召回管理办法（试行）

附录七：药品和医疗器械行政处罚裁量适用规则

图表详见正文`````

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/239370239370.html>