

# 2020-2026年中国家用医疗器械行业分析与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国家用医疗器械行业分析与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/165486.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

家用医疗器械，顾名思义，就是主要适于家庭使用的医疗器械，它区别于医院使用的医疗器械，操作简单、体积小、携带方便是其主要特征。早在很多年前，许多家庭就备有各种简单的医疗器械，如体温计、听诊器、血压计、大小便护理仪等。

近年来，随着改革开放的深入和经济的不断发展，国人的消费能力和消费观念都有很大改变。生活水平和生活质量的提高使人们的健康意识越来越强。而随着城市人口的增长和生活节奏的加快，处于亚健康状态的人群在不断增加。与此同时，人口老龄化进程加快，老年人常见病、慢性病的日常护理和治疗以社区和家庭为主。我国的医疗模式正朝着以综合医院和专科医院为主流，社区医院为分支，家庭医疗、康复、预防为补充的方向快速发展，越来越多的病人需要在出院后使用各种家用医疗用品进行持续性治疗。这一切都给家用医疗器械领域带来了巨大的商机，以保健、调理为主要功能的家用医疗器械和以辅助治疗慢性病痛为主要功能的家庭医疗用品市场发展前景广阔。而一些美容、美体及运动健身机构也对家用医疗器械产品青睐有加。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国家用医疗器械行业分析与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了家用医疗器械相关概念及发展环境，接着分析了中国家用医疗器械规模及消费需求，然后对中国家用医疗器械市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家用医疗器械面临的机遇及发展前景。您若想对中国家用医疗器械有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 世界家用医疗器械行业整体运营状况分析

第一节 全球医疗器械行业发展综述

一、全球医疗器械市场需求巨大

二、全球医疗器械市场规模分析

三、全球医疗器械市场格局分析

四、国际医疗器械监管现状分析

第二节 世界医疗器械行业市场格局

- 一、欧盟医疗器械发布指令新协调标准
- 二、全球家用医疗设备市场规模
- 三、半导体厂商积极投入家用医疗电子领域
- 四、医疗器械行业国际市场竞争格局
- 五、医疗器械行业掀起并购热潮
- 六、国外医疗器械技术设备新进展
- 七、美国医疗器械行业危机四伏

### 第三节 世界家用医疗器械市场动态分析

- 一、全球医疗电子火速升温
- 二、医疗用半导体市场需求分析
- 三、全球家用医疗电子驱动因素分析

### 第四节 世界主要国家医疗器械运行分析

- 一、美国纳米医疗器械日渐兴起
- 二、日本医疗器材市场发展分析
- 三、东盟医疗器械市场空间广阔
- 四、俄罗斯医疗器械市场发展现状
- 五、印度成国际医疗器械业后起之秀
- 六、巴西医疗器械市场发展现状

### 第五节 2020-2026年世界医疗器械行业发展趋势分析

## 第二章 中国家用医疗器械市场运行环境解析

### 第一节 中国宏观经济运行环境分析

- 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 中国家用医疗器械市场政策环境分析

- 一、新医改政策要点解析
- 二、医疗器械规划解析

- 三、医疗器械广告审查新标准实施
- 四、国家药监局发布《医疗器械注册管理办法》
- 五、一类医疗器械审批将改由省级实施
- 六、《医疗器械监督管理条例》修订
- 七、中国医疗器械监管及规范情况
- 八、国产医疗器械受益医保补助提升

### 第三节 中国家用医疗器械市场技术环境分析

- 一、新产品和新技术的应用
- 二、科技发展重点
- 三、模块化技术
- 四、整机技术
- 五、信息化技术
- 六、期间重点发展的关键技术

### 第四节 中国家用医疗器械市场社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、中国人口老龄化进程加剧
- 三、人口学特征与疾病谱变化
- 四、中国城镇化率及进程分析
- 五、居民自我保健意识的加强
- 六、许多症状较轻微的疾病早期分析、预防与治疗

## 第三章 中国家用医疗器械市场监管

### 第一节 中国医疗器械行业的政策与监管

- 一、中国医疗器械产业监管概况
- 二、中国大型医械采购政策改变
- 三、医疗器械标准研究制定管理取得新进展
- 四、中国医疗器械行业新标准及其特点
- 五、中国医疗器械GMP正式开始实施
- 六、《医疗器械召回管理办法》出台实施

### 第二节 翻新再用医疗器械的市场监管

- 一、市场呼唤有序监管
- 二、安全成为关注焦点

三、产品质量需法规把关

四、翻新再用医疗器械的相关趋势

第三节 各类医疗器械企业和产品的监管情况分析

一、医疗器械生产企业质量管理中存在的问题及对策分析

二、医疗器械经营企业管理中存在的问题及监管对策

三、医疗器械软件监管状况及对策分析

第四章 中国医疗器械产业运营新形势透析

第一节 中国医疗器械产业发展概况

一、中国医疗器械产业发展演进

二、中国医疗器械研发领域进展

三、中国医疗器械行业集中度分析

四、中国医疗器械产业发展之路

五、中国医疗器械行业逐渐融入全球产业链

第二节 中国医疗器械市场现状分析

一、中国医疗器械市场特点分析

二、中国医疗器械市场增长影响因素

三、中国医疗器械农村市场需求分析

四、中国高端医疗器械市场需求强劲

五、中国医疗器械生产企业现状分析

第三节 中国医疗器械行业进出口状况

一、中国医疗器械贸易概况

(一) 医疗器械进口分析

(二) 医疗器械出口分析

二、中国医疗器械东盟出口市场分析

三、医疗器械出口竞争力影响因素

四、中国医疗器械进出口形势

(一) 医疗器械进口分析

(二) 医疗器械出口分析

第四节 医疗器械行业发展中存在的问题

一、医疗器械产业规模结构分散

二、医疗器械制造业产品结构重复

三、医疗器械制造业技术结构落后

四、医疗器械制造业生产结构失衡

第五节 促进中国医疗器械产业发展策略

一、欧美医疗器械管理机制对中国的启示

二、培育龙头企业形成医疗器械产业集群

三、中国医疗器械产业提升技术优势策略

四、中国医疗器械产业的国际化发展建议

第五章 中国家用医疗器械行业市场运行态势剖析

第一节 中国家用医疗器械行业发展动态分析

一、鱼跃获中国家用医疗器械突出贡献奖

二、太原市实施社保卡购买家用医疗器械

三、昆明重点整顿家用医疗器械经营市场

第二节 中国家用医疗器械市场现状分析

一、中国家用医疗器械行业现状

二、中国家用医疗器械市场规模

三、中国家用医疗器械出口优势

四、普及型医疗器械市场发展分析

第三节 中国家用医疗器械产业存在的问题

第四节 中国家用医疗器械行业发展策略分析

一、科研创新还需政策支持

二、校企合作才是解决之道

三、构建产学研用一体化平台

第六章 中国家用医疗器械所属行业数据监测分析

第一节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业发展分析

一、中国家用医疗器械行业发展概况

第二节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

### 第三节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、资产规模结构分析

#### 三、销售规模结构分析

#### 四、利润规模结构分析

### 第四节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第五节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、主要费用统计

### 第六节 2019-2019年中国家用医疗器械所属行业运营效益分析

#### 一、偿债能力分析

#### 二、盈利能力分析

#### 三、运营能力分析

## 第七章 中国家用医疗器械市场运行状况分析

### 第一节 家用医疗器械市场运行特点分析

### 第二节 中国家用医疗器械市场动态

#### 一、老龄化带来家用医疗器械新市场

#### 二、中国便携式医疗电子市场兴起

#### 三、国内家用医疗器械品牌将全面崛起

### 第三节 中国家用医疗器械品牌营销策略

#### 一、家用医疗器械品牌核心价值

#### 二、家用医疗器械品牌营销定位

#### 三、家用医疗器械品牌传播渠道

#### 四、家用医疗器械品牌资产分析

#### 五、家用医疗器械的品牌营销管理

#### 六、家用医疗器械品牌营销前景

### 第四节 加强家用保健器械市场监管的思考

## 第八章 中国家用医疗器械业内热点产品运营态势分析

### 第一节 血压计

- 一、血压计市场运行特点分析
- 二、血压计准确度与检验频率
- 三、新型医用电子血压计特点
- 四、手表式血压计将有望上市
- 五、血压计市场供给现状分析
- 六、血压测量仪器及器具（90189020）进出口数据监测分析
- 七、家用血压计主要品牌分析
- 八、家用血压计投资潜力分析
- 九、血压计行业进入壁垒分析
- 十、未来血压计市场前景展望

### 第二节 磁疗器具

- 一、磁疗保健器具的功能与机理
- 二、康姿百德进入磁疗寝具市场
- 三、磁疗法治疗的主要特点分析
- 四、磁疗保健器具的临床新进展
- 五、磁疗保健器具市场前景广阔

### 第三节 家用血糖分析仪

- 一、血糖分析仪相关概述
- 二、血糖仪的核心技术分析
- 三、血糖分析仪十大品牌综述
- 四、血糖分析仪市场发展分析
- 五、三诺将成为血糖仪普及的推动者
- 六、“能说会道”的智能血糖仪
- 七、血糖分析仪市场前景展望

### 第四节 体温计

- 一、家用体温计相关概述分析
- 二、家用体温计产品普及情况
- 三、家用体温计市场供需分析
- 四、家用体温计市场价格分析
- 五、欧姆龙推出新型电子体温计

## 六、中国可直接读数的液体温度计（90251100）进出口数据

### 第五节 家用心脏除颤器

- 一、心脏除颤器产品特点及应用
- 二、心脏除颤器产品技术新进展
- 三、家用心脏除颤器市场格局分析
- 四、家用心脏除颤器市场销售状况
- 五、家用心脏除颤器应用状况分析

### 第六节 脂肪秤

- 一、脂肪秤相关概述
- 二、脂肪秤发展历程
- 三、脂肪秤发展现状
- 四、脂肪秤十大品牌
- 五、脂肪秤发展前景

## 第九章 中国家用医疗器械市场营销模式及案例探讨

### 第一节 家用医疗器械营销要点概述

- 一、品牌运作是持久战
- 二、价格要合理 外形要适中
- 三、家用医疗器械主流销售渠道
- 四、家用医疗器械品牌五大“基因”

### 第二节 家用医疗器械营销的模式和现状

- 一、远离平面软文
- 二、营销模式输出
- 三、好的产品当道
- 四、数据库营销的再创新
- 五、扁平化营销组织的建立
- 六、成本考核下的目标考核

### 第三节 家用医疗器械营销渠道及模式探析

- 一、医疗器械探寻区域营销渠道变革
- 二、家用医疗器械营销模式待创新

### 第四节 中国家用医疗器械市场营销解读

- 一、家用医疗器械蓬勃的破壳而出

- 二、家用医疗器械正处躁动的青春
  - 三、过分功能延展成家用医械的“恶之花”
  - 四、家用医疗器械营销环境的变迁
  - 五、家用医疗器械仍在成长的道路上
- 第五节 中国家用医疗器械市场营销解析
- 一、康复之家首推“轮椅以旧换新”
  - 二、喜来健再探医疗保健器械的发展方向

## 第十章 中国家用医疗器械市场竞争格局透析

### 第一节 中国家用医疗器械市场竞争现状分析

- 一、家用医疗器械市场竞争要素
- 二、家用医疗器械市场竞争力体现
- 三、中国家用医疗器械竞争中存在的问题
- 四、中国家用医疗器械市场竞争焦点分析

### 第二节 国际医疗器械巨头中国市场转移

- 一、国际医疗器械巨头布局中国市场
- 二、国外医疗器械新品扩展二三线城市市场
- 三、GE医疗进军中国家用医疗市场

### 第三节 中国家用医疗器械市场集中度分析

### 第四节 中国家用医疗器械提升竞争策略分析

- 一、提高家用医疗器械行业竞争力对策
- 二、品牌效应提高家用医疗器械企业竞争力
- 三、家用医疗器械企业提高国际竞争力对策

### 第五节 中国家用医疗器械行业竞争趋势分析

## 第十一章 世界医疗器械巨头在华投资运行分析

### 第一节 欧姆龙

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、在华市场投资情况
- 五、企业在华发展战略

## 第二节 瑞士罗氏集团

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业研发进展与投入
- 五、企业亚太运营中心

## 第三节 GE

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、在华市场投资情况
- 五、GE发展动态分析

## 第四节 强生

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业SWOT分析
- 四、在华市场投资情况
- 五、企业经营策略分析

## 第五节 韩国喜来健

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品介绍
- 三、在华市场投资情况
- 四、在华本土化策略分析

## 第六节 拜耳医疗

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业主要品牌分析
- 四、在华市场投资情况
- 五、企业发展动态分析

## 第七节 飞利浦

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品

三、企业经营状况分析

四、企业SWOT分析

第八节 松下

一、企业基本情况

二、企业主要产品

三、企业经营状况分析

四、企业发展战略分析

第十二章 中国家用医疗器械优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 山东新华医疗器械股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 北京万东医疗装备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节 广东宝莱特医用科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第四节 天津九安医疗电子股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第五节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要产品分析

### 三、企业经营情况分析

### 四、企业经济指标分析

#### 第六节 欧姆龙（大连）有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、企业主要经济指标

##### 三、企业偿债能力分析

##### 四、企业盈利能力分析

#### 第七节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、企业主要经济指标

##### 三、企业偿债能力分析

##### 四、企业SWOT分析

#### 第八节 上海西门子医疗器械有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、企业主要经济指标

##### 三、企业偿债能力分析

##### 四、企业盈利能力分析

#### 第九节 强生（中国）医疗器材有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、企业主要经济指标

##### 三、企业偿债能力分析

##### 四、企业盈利能力分析

#### 第十节 江苏金鹿集团有限公司

##### 一、公司基本情况

##### 二、企业主要经济指标

##### 三、企业偿债能力分析

##### 四、企业盈利能力分析

### 第十三章 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展趋势与前景展望

#### 第一节 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展前景分析

##### 一、21世纪最具发展潜力的明星产业

##### 二、中国家用医疗器械市场潜力巨大

三、家用医疗器械成为夏季新宠

四、家用医疗器械市场前景看好

第二节 2020-2026年中国家用医疗器械行业发展趋势分析

一、中国医疗器械行业发展新趋势

二、家用医疗器械发展趋势分析

三、医疗保健器械成为家庭中新的“家电”

四、家用医疗器械日趋多元化

第三节 2020-2026年中国家用医疗器械行业市场预测分析

一、全球医疗器械市场发展形势预测

二、中国医疗器械行业快速增长驱动因素

三、中国医疗器械行业市场规模预测分析

四、中国家用医疗器械行业市场规模预测

第四节 2020-2026年中国家用医疗器械市场盈利预测分析

第十四章 2020-2026年中国家用医疗器械行业前景预测

第一节 2020-2026年中国家用医疗器械投资概况

一、家用医疗器械投资环境分析

二、中国医疗器械行业发展规划

三、家用医疗器械产业支持政策

四、家用医疗器械投资价值研究

第二节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资特性分析

一、医疗器械未来市场发展特征分析

二、家用医疗器械未来投资亮点分析

三、便携式医疗电子设备成投资热点

第三节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资机会分析

一、医疗器械市场掀起投资热潮

二、医疗器械行业受投资商青睐

三、家用医疗器械市场增长驱动力

四、家用医疗器械行业投资潜力分析

第四节 2020-2026年中国家用医疗器械行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、品牌经营风险

四、创新和人才风险

五、市场价格风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165486.html>