

2023-2029年中国氧气机行业分析与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国氧气机行业分析与行业发展趋势报告》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/202309/401436.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国氧气机行业分析与行业发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 氧气机行业概述 16 第一节 氧气机行业定义 16 第二节 氧气机行业发展历程 16 第三节 氧气机行业分类状况分析 16 现今氧气机被广泛应用于各个领域，从而制造出了不同类型的设备，如电子制氧机、分子筛式制氧机、化学药剂制氧机、富氧膜制氧机。

- 1、电子制氧机 电子制氧机在药店较常见，采用的是空气中的氧气在溶液中氧化及还原析出的工艺，因而不会像电解水制氧那样产生危险的氢气。整机运行比较安静，但这类产品在搬运及使用的过程中要求非常严格，绝不允许倾斜及倒置，否则其溶液会流入输氧管中喷入鼻腔对使用者造成严重的损伤。同时使用制氧过程容易产生其他的氧化物，制出的氧气含有化学物质，此类制氧方式耗电较大。
- 2、分子筛式制氧机 分子筛式制氧机是一种先进的气体分离技术，物理方法（PSA法）直接从空气中提取氧气，即制即用，新鲜自然，最大制氧压力为0.2~0.3MPa（即2~3公斤），不存在高压易爆等危险。
- 3、化学药剂制氧机 是采用合理的药剂配方，在特定的场合下使用，的确能满足部分消费者之急用。但由于设备简陋，操作麻烦，使用成本较高，每次吸氧都需要投入一定的费用，不能连续使用等诸多缺陷不适应家庭氧疗。
- 4、富氧膜制氧机 这种制氧机采用膜制氧方式，通过膜对空气中氮分子的过滤，达到出口氧气30%的浓度，具有体积小，用电量小等优点。但是采用这种制氧方式的机器制得的是30%的浓度的氧，可用于长期的氧疗保健，而严重缺氧状态下所需的急救只能用医疗高浓度氧。

第四节 氧气机产业链分析 17 氧气机上游为合成树脂、压缩泵、电机以及金属零部件等原材料，上游原材料价格的变化，直接关系到氧气机企业产成品的制造成本，原材料价格的持续上升将会给氧气机企业带来一定压力。氧气机行业下游是居民消费者以及医疗机构，产品通过直销和经销商渠道销售给居民消费者。

第二章 中国氧气机行业发展环境分析 19 第一节 中国经济环境分析 19 一、中国宏观经济发展现状调研 19 二、中国宏观经济走势分析 22 第二节 中国氧气机行业发展政策环境分析 22 一、行业政策影响分析 22 二、相关行业标准分析 23 第三节 中国氧气机行业发展社会环境分析 24 一、人口环境 24 二、消费环境 25 三、生态环境 26 第三章 中国氧气机行业总体发展情况分析 28 第一节 中国氧气机行业规模情况分析 28 一、氧气机行业单位规模情况分析 28 二、氧气机行业人员规模状况分析 28 三、氧气机行业资产规模状况分析 29 四、氧气机行业收入规模状况分析 29 第二节 中国氧气机行业产销情况分析 30 一、行业生产情况分析 30 二、行业销售情况分析 31 三、行业产销情况分析 31 第三节 中国氧气机行业财务能

力分析 32 一、氧气机行业盈利能力分析 32 二、氧气机行业偿债能力分析 32 三、氧气机行业营运能力分析 33 四、氧气机行业发展能力分析 33 第四章 中国氧气机市场供需分析 35 第一节 氧气机市场现状分析及预测 35 一、我国氧气机行业生产规模分析 35 二、我国氧气机行业生产规模预测分析 35 第二节 氧气机产品产量分析及预测 36 一、我国氧气机产量分析 36 二、我国氧气机产量预测分析 37 第三节 氧气机市场需求分析及预测 38 一、我国氧气机市场需求分析 38 二、我国氧气机市场需求预测分析 38 第四节 氧气机进出口数据分析 39 一、我国氧气机进出口数据分析 39 二、国内氧气机产品进出口情况预测分析 39 三、我国氧气机进出口影响因素分析 40 第五章 氧气机行业发展现状分析 42 第一节 中国氧气机行业发展分析 42 一、中国氧气机行业发展历程 42 二、中国氧气机行业发展现状调研 43 三、中国氧气机行业发展预测分析 43 第二节 中国氧气机行业发展分析 44 一、中国氧气机行业发展态势分析 44 二、中国氧气机行业市场供需分析 44 第三节 氧气机行业特性分析 45 第六章 中国氧气机市场规模分析 46 第一节 中国氧气机市场规模分析 46 一、氧气机行业市场规模分析 46 二、氧气机行业区域市场规模分析 46 第二节 中国氧气机区域市场规模分析 47 一、东北地区氧气机行业发展分析 47 二、华北地区氧气机行业发展分析 48 三、华东地区氧气机行业发展分析 49 四、华中地区氧气机行业发展分析 49 五、华南地区氧气机行业发展分析 50 六、西部地区氧气机行业发展分析 51 第三节 中国氧气机市场规模预测分析 51 第七章 氧气机国内产品价格走势及影响因素分析 53 第一节 氧气机市场价格特征 53 第二节 当前氧气机市场价格评述 53 第三节 影响氧气机市场价格因素分析 53 第四节 未来氧气机市场价格走势预测分析 54 第八章 氧气机产品竞争力优势分析 55 第一节 氧气机整体产品竞争力评价 55 第二节 氧气机竞争力评价构建建议 56 第三节 竞争优势构建建议 58 第九章 氧气机行业市场竞争策略分析 60 第一节 行业竞争结构分析 60 一、现有企业间竞争 60 二、潜在进入者分析 60 三、替代品威胁分析 62 四、供应商议价能力 63 五、客户议价能力 63 第二节 行业国际竞争力比较 64 一、生产要素 64 二、需求条件 65 三、相关产业 65 四、企业战略、结构与竞争状态 66 五、政府的作用 66 第三节 氧气机企业竞争策略分析 66 一、提高中国氧气机企业核心竞争力的对策 66 二、氧气机企业提升竞争力的主要方向 68 三、氧气机企业核心竞争力的因素及提升途径 69 四、提高氧气机企业竞争力的策略 71 第十章 氧气机行业重点品牌竞争分析 74 第一节 鱼跃 74 一、企业概况 74 二、企业经营情况 75 三、企业竞争优势 76 四、企业发展战略 78 第二节 新松 80 一、企业概况 80 二、企业经营情况 80 三、企业竞争优势 81 四、企业发展战略 83 第三节 海尔医疗 84 一、企业概况 84 二、企业经营情况 85 三、企业竞争优势 85 四、企业发展战略 86 第四节 海龟 86 一、企业概况 86 二、企业经营情况 86 三、企业竞争优势 87 四、企业发展战略 88 第五节 康尚 88 一、企业概况 88 二、企业经营情况 88 三、企业竞争优势 89 四、企业发展战略 89 第六节 海氧之家 90 一、企业概况 90 二、企业经营情况 90 三、企业竞

争优势 91 四、企业发展战略 92 第七节 龙飞 92 一、企业概况 92 二、企业经营情况 92 三、企业竞争优势 93 四、企业发展战略 94 第八节 可孚 94 一、企业概况 94 二、企业经营情况 95 三、企业竞争优势 96 四、企业发展战略 100 第九节 联帮医疗 102 一、企业概况 102 二、企业经营情况 104 三、企业竞争优势 104 四、企业发展战略 106 第十节 美迪宇能 107 一、企业概况 107 二、企业经营情况 108 三、企业竞争优势 109 四、企业发展战略 110 第十一章 氧气机行业投资与发展前景预测 111 第一节 氧气机行业投资机会分析 111 一、氧气机投资项目分析 111 二、可以投资的氧气机模式 111 三、氧气机投资机会 111 第二节 中国氧气机行业发展预测分析 111 一、未来氧气机发展分析 111 二、未来氧气机行业技术开发方向 112 三、行业整体发展预测分析 113 第三节 未来市场发展趋势预测分析 113 第十二章 氧气机行业发展趋势及投资风险分析 115 第一节 当前氧气机存在的问题 115 第二节 氧气机未来发展预测分析 115 一、中国氧气机发展方向分析 115 二、中国氧气机行业发展规模预测分析 116 三、中国氧气机行业发展趋势预测分析 116 第三节 中国氧气机行业投资风险分析 117 一、氧气机市场风险及应对措施 117 二、氧气机政策风险及应对措施 117 三、氧气机经营风险及应对措施 117 四、氧气机技术风险及应对措施 118 五、氧气机同业竞争风险及应对措施 118 六、氧气机其他风险及应对措施 119 第四节 氧气机战略管理的策略 119 一、成本控制策略 119 二、定价策略 120 三、竞争策略 120 四、并购重组策略 120 五、营销策略 121 六、人力资源 122 七、财务管理 122 第十三章 观点与结论 123 第一节 氧气机行业营销策略分析及建议 123 一、氧气机行业营销模式 123 二、氧气机行业营销策略 123 第二节 氧气机行业企业生产模式分析 124 第三节 行业应对策略 125 一、把握国家投资的契机 125 二、竞争性战略联盟的实施 126 三、企业自身应对策略 127 第四节 市场的重点客户战略实施 127 一、实施重点客户战略的必要性 127 二、合理确立重点客户 128 三、重点客户战略管理 129 四、重点客户管理功能 130 第五节 对我国氧气机品牌的战略思考 131 一、氧气机行业企业品牌的重要性 131 二、氧气机行业实施品牌战略的意义 131 三、氧气机行业企业的品牌战略 132 四、氧气机行业品牌战略管理的策略 134

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/401436.html>