

# 2024-2030年中国超声仪器 行业前景展望与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国超声仪器行业前景展望与前景趋势报告》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/202401/436694.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《2024-2030年中国超声仪器行业前景展望与前景趋势报告》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 世界部分国家超声仪器发展分析 23 第一节 世界超声仪器产业运行格局分析 23 一、超声技术现状分析 23 二、世界超声仪器产业特征分析 23 三、超声仪器市场竞争格局分析 24 第二节 世界超声仪器产业区域市场运行分析 25 一、美国超声仪器发展状况分析 25 二、日本超声波仪器研发现状分析 25 三、欧洲超声仪器发展状态分析 26 第三节 世界超声仪器市场发展趋势分析 27 第二章 世界超声仪器优势企业运营态势分析 28 第一节 麦迪逊公司 28 一、公司基本概况 28 二、公司主要产品在华销售情况 28 三、竞争优劣势分析 28 四、公司国际化战略发展分析 29 第二节 美国通用电气公司 29 一、公司基本概况 29 二、公司主要产品在华销售情况 30 三、公司竞争优劣势分析 31 四、公司国际化战略发展分析 32 第三节 HP公司 33 一、公司基本概况 33 二、公司主要产品在华销售情况 33 三、公司竞争优劣势分析 34 四、公司国际化战略发展分析 34 第四节 西门子公司 34 一、公司基本概况 34 二、公司主要产品在华销售情况 35 三、公司竞争优劣势分析 36 四、公司国际化战略发展分析 36 第五节 荷兰皇家飞利浦电子公司 37 一、公司基本概况 37 二、公司主要产品在华销售情况 37 三、公司竞争优劣势分析 37 四、公司国际化战略发展分析 38 第六节 日立集团 38 一、公司基本概况 38 二、公司主要产品在华销售情况 39 三、公司国际化战略发展分析 39 第七节 东芝公司 39 一、公司基本概况 39 二、公司主要产品在华销售情况 40 三、公司国际化战略发展分析 40 第八节 OMRON 41 一、公司基本概况 41 二、公司主要产品在华销售情况 41 三、公司国际化战略发展分析 42 第三章 中国超声仪器产业运行环境分析 44 第一节 中国超声仪器产业政策分析 44 一、超声波探伤仪器的性能评定 44 二、超声仪器进出口政策分析 56 三、超声仪器相关政策影响分析 56 第二节 中国宏观经济环境分析 58 一、中国GDP分析 58 二、消费价格指数分析 59 三、城乡居民收入分析 65 四、社会消费品零售总额 66 五、全社会固定资产投资分析 71 六、进出口总额及增长率分析 75 第三节 中国超声仪器产业社会环境分析 84 一、人口环境分析 84 二、教育环境分析 85 三、文化环境分析 87 四、生态环境分析 88 第四章 中国超声仪器行业技术进展分析 89 第一节 中国超声技术发展分析 89 一、超声波清洗技术发展 89 二、超声导波检测技术现状 90 三、新型多功能超声发生器研制情况 91 四、超声技术研发状况 95 第二节 中国超声诊断技术的发展分析 96 一、中国超声诊断技术现状 96 二、中国超声成像新技术分析 99 三、中国超声血流成像检测分析 104 四、中国超声加工技术现状分析 110 第三节 国内超声

仪器技术与国外的差距分析 123 第五章 中国超声仪器行业运行动态分析 124 第一节 中国超声仪器发展现状分析 124 一、中国超声仪器产业规模分析 124 二、超声仪器产业发展历程分析 125 三、国内超声仪器产业动态分析 126 第二节 中国超声仪器行业细分产品市场走势分析 128 一、按图像信息的获取方法分类 128 二、按图像信息显示的成像方式分类 128 三、按超声波束的扫描方式分类 128 第三节 中国超声仪器应用状况领域运行分析 129 一、在医学领域应用状况分析 129 二、在工业检测中的应用分析 129 三、在其他领域的应用分析 131 第六章 中国超声仪器市场运行走势透析 134 第一节 中国超声仪器市场需求特性分析 134 一、医院要求超声设备必须拥有完善功能 134 二、检查收费水平导致需求差异 134 三、超声白内障乳化仪的中国需求分析 136 第二节 中国超声仪器市场供需状况分析 137 一、超声仪器市场供应状况分析 137 二、超声仪器市场需求结构分析 138 三、超声仪器市场价格分析 138 第三节 中国超声仪器进出口状况分析 139 第七章 中国 B 型超声波诊断仪进出口数据监测分析 140 第一节 中国 B 型超声波诊断仪进口数据分析 140 一、进口数量分析 140 二、进口金额分析 141 第二节 中国 B 型超声波诊断仪出口数据分析 142 一、出口数量分析 142 二、出口金额分析 143 第三节 中国 B 型超声波诊断仪进出口国家及地区分析 144 一、进口国家及地区分析 144 二、出口国家及地区分析 144 第八章 中国彩色超声波诊断仪进出口数据监测分析 146 第一节 中国彩色超声波诊断仪进口数据分析 146 一、进口数量分析 146 二、进口金额分析 147 第二节 中国彩色超声波诊断仪出口数据分析 148 一、出口数量分析 148 二、出口金额分析 149 第三节 中国彩色超声波诊断仪进出口国家及地区分析 150 一、进口国家及地区分析 150 二、出口国家及地区分析 150 第九章 中国其他超声波扫描诊断装置进出口数据监测分析 152 第一节 中国其他超声波扫描诊断装置进口数据分析 152 一、进口数量分析 152 二、进口金额分析 153 第二节 中国其他超声波扫描诊断装置出口数据分析 154 一、出口数量分析 154 二、出口金额分析 155 第三节 中国其他超声波扫描诊断装置进出口国家及地区分析 156 一、进口国家及地区分析 156 二、出口国家及地区分析 156 第十章 中国超声波清洗设备行业市场运行态势剖析 158 第一节 中国超声清洗设备市场运行分析 158 一、国内超声清洗设备供给能力分析 158 二、超声清洗设备重点区域分布 158 三、中国超声清洗设备市需求情况分析 158 四、中国超声清洗设备进出口市场分析 159 第二节 中国超声波清洗设备市场竞争格局 159 一、超声波行业市场竞争激烈 159 二、进口与国产竞争 159 三、实际功率之争 159 四、原材料之争 160 第三节 中国超声波清洗设备竞争优势 160 一、清洗效果 160 二、清洗成本 161 三、避免人为损伤 161 第十一章 中国超声仪器其它细分产品市场运行态势分析 162 第一节 中国 B 型超声波诊断仪市场态势分析 162 一、B 型超声波诊断仪原理及应用 162 二、中国 B 型超声波诊断仪产品结构分析 163 三、中国 B 型超声波诊断仪市场现状 163 四、中国 B 型超声波诊断仪应用情况 165 五、中国便携式 B 超设备发展现状 166 第二节 中国超声换能器市场状况分析 170 一

、超声换能器分析 170 二、压电超声换能器应用研究情况 170 三、超声清洗机换能器分析 175  
四、中国计生系统对彩超设备需求分析 176 第十二章 中国超声仪器销售渠道运行状况分析  
178 第一节 中国超声仪器市场运作模式分析 178 第二节 中国超声仪器直销模式分析 180 一、  
大中型医院超声仪器使用状况调查 180 二、从医疗机构就诊病人人数看超声诊断设备消耗需求  
180 三、医疗改革为超声仪器市场带来商机 182 第三节 中国超声仪器销售模式分析 183 一、  
招标采购 183 二、跨国采购 184 三、产品展览会 184 四、政府贷款和融资租赁 185 第十三  
章 中国超声仪器产业优势企业关键性数据分析 186 第一节 北京源德生物医学工程有限公司  
186 一、企业基本概况 186 二、公司主要财务指标分析 186 三、企业成本费用指标 189 第二  
节 深圳蓝韵实业有限公司 192 一、企业基本概况 192 二、公司主要财务指标分析 193 三、企  
业成本费用指标 196 第三节 必能信超声(上海)有限公司 199 一、企业基本概况 199 二、公  
司主要财务指标分析 200 三、企业成本费用指标 203 第四节 赛瑞丹(天津)工业陶瓷有限公司  
206 一、企业基本概况 206 二、公司主要财务指标分析 207 三、企业成本费用指标 210 第五  
节 上海阿洛卡医用仪器有限公司 213 一、企业基本概况 213 二、公司主要财务指标分析 213  
三、企业成本费用指标 216 第六节 深圳市开立科技有限公司 219 一、企业基本概况 219 二、  
公司主要财务指标分析 220 三、企业成本费用指标 223 第七节 天津天威有限公司 226 一、企  
业基本概况 二、公司主要财务指标分析 227 三、企业成本费用指标 230 第八节 深圳市威尔  
德医疗电子股份有限公司 233 一、企业基本概况 233 二、公司主要财务指标分析 233 三、企  
业成本费用指标 236 第九节 深圳百胜医疗科技有限公司 239 一、企业基本概况 239 二、公  
司主要财务指标分析 240 三、企业成本费用指标 243 第十节 桂林市啄木鸟医疗器械有限公司  
246 一、企业基本概况 246 二、公司主要财务指标分析 246 三、企业成本费用指标 249 第十  
四章 中国超声仪器相关行业&mdash;医疗器械发展现状分析 253 第一节 中国医疗器械行业发  
展现状分析 253 一、中国医疗器械产业发展概况 253 二、政策引导我国医疗器械行业快速发  
展 256 三、我国医疗器械产业已逐步融入产业链 259 四、我国普及型医疗器械发展状况分析  
262 五、我国医疗器械研发领域进展 263 第二节 中国医疗器械市场概况 267 一、我国医疗器  
械市场发展现状 267 二、推动医疗器械需求提升的因素 269 三、中国医疗器械的三大区域市  
场分析 270 四、医疗器械设备厂商出击农村市场 274 第三节 中国医疗器械行业政策标准动态  
277 一、我国医疗器械标准建设总况 277 二、我国大型医械采购政策改变 278 三、我国医疗  
器械采用集中采购的影响 279 四、《医疗器械监督管理条例》修订对行业的影响 285 五、《  
医疗器械召回管理办法》将启动 287 六、影响医疗器械召回的因素分析 291 第四节 中国医疗  
器械的GMP认证解读 294 一、FDA对医疗器械产品登记和GMP的规定概述 294 二、我国医疗  
器械开启GMP试点认证 295 三、中国医疗器械加速走向GMP时代 297 第五节 国家对医疗器械  
价格的干预分析 300 一、导致医疗器械价格虚高的四大因素分析 300 二、国家对植入类医疗

器械价格进行干预 303 三、医疗器械限价受阻原因归结加价率 304 四、医械行业限价计划延期 306 五、中国医疗器械价格管理遭遇的几个难点 309 第六节 中国翻新再用医疗器械的市场监管 310 一、市场呼唤有序监管 310 二、安全成为关注焦点 311 三、产品质量需法规把关 312 四、翻新再用医疗器械的相关趋势 313 第七节 中国各类医疗器械企业和产品的监管情况分析 314 一、医疗器械生产企业质量管理中存在的问题及对策分析 314 二、医疗器械经营企业管理中存在的问题及监管对策 316 三、医疗器械软件监管状况及对策分析 320 第八节 中国分析医疗器械行业发展中存在的问题 324 一、我国医疗器械业面临的问题与挑战 324 二、医疗器械行业各环节中存在的问题 328 三、国产医疗器械在国内市场面临的困难 334 四、中国高端医疗器械有待开发 338 五、医疗器械行业期待政策扶持 340 六、进口医疗器械包装标识亟需规范 342 七、中国医疗器械本土企业研发面临的难题 343 第九节 促进中国医疗器械产业发展的策略 345 一、浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示 345 二、中国医疗器械产业利用创新实行降本增效 350 三、中国医疗器械产业的发展措施 354 四、中国医疗器械产业的国际化发展建议 355 第十五章 中国超声仪器发展趋势预测分析 360 第一节 中国医学超声诊断仪发展趋势分析 360 一、医学超声诊断仪宽频带化走向 360 二、医学超声诊断仪数字化趋势 361 三、医学超声诊断仪多功能化趋向 362 四、医学超声诊断仪多维化趋势 364 五、医学超声诊断仪信息化走向 365 第二节 中国超声仪器发展趋势分析 365 一、将诊断治疗越来越多的疾病 365 三、介入性超声仪器的发展 366 第三节 中国超声影像发展前景分析 367 一、三维(3D)US未来发展方向 367 二、超声CM的应用 368 三、新的显示法 370 第十六章 中国超声仪器投资机会与风险分析 373 第一节 中国超声仪器投资机会分析 373 一、企业迎来医改发展契机 373 二、超声技术进步带来无限商机 373 三、国际风投青睐医疗设备市场 374 第二节 中国超声仪器投资风险分析 376 一、超声仪器市场竞争激烈 376 二、企业市场占有率不高 377 第三节 建议 380 略&bull;&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436694.html>