

2012-2016年中国车针行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国车针行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qixie1203/P6438020HG.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-03-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国车针行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了车针行业相关概述、中国车针产业运行环境、分析了中国车针行业的现状、中国车针行业竞争格局、对中国车针行业做了重点企业经营状况分析及中国车针产业发展前景与投资预测。您若想对车针产业有个系统的了解或者想投资车针行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

车针是口腔科医生用的耗材类用具，是一根很细小的钢针，这根针由针头和针柄组成，可插入高速手机上使用，帮助口腔科医生开牙洞，修牙齿。如果把口腔医生用手机比喻为手持钻机的话，车针就相当于钻机上的钻头。车针，目前分为钨钢车针和金刚砂车针。其中钨钢车针在国外使用较为普遍，国内，牙医使用的主要为金刚砂车针。车针是口腔科临床工作中每天必用的东西。器械设计师们针对牙体预备的各种需要设计了不同型号车针，选择合适的车针能使您的工作事半功倍。而金刚砂车针是修复中牙体预备的重要器械。

金刚砂车针头部钻头外围附着细小的金刚砂颗粒，这些金刚砂颗粒经过去杂、去磁、滚圆、提纯处理，在锋利度及耐磨度上表现优异。金刚砂车针在使用过程中，金刚砂会逐渐掉落，通常在金刚砂掉落一半的时候，这根车针的使用寿命就到头了。国内由于使用习惯原因，钨钢车针在备牙时候用的较少。比较常用的是备肩台的车针，与金刚砂车针相比，钨钢车针备出的肩台，边缘光滑流畅，曲线圆润和金刚砂的抛光效果比较，轴面，合面，区别不是很大，但是在肩台部分，区别就大了。钨钢车针形成的肩台更圆滑流畅，后期制作时，边缘密合度更高。由于钨钢车针在备肩台方面比金刚砂车针优势很大，所以目前钨钢车针最常用就是备肩台的车针。

“十二五”是我国全面建设小康社会的关键时期，是提高自主创新能力、培育战略性新兴产业、建设创新型国家的重要阶段，也是进一步深化医药卫生体制改革的攻坚时期。医疗器械是医疗卫生体系建设的重要基础，具有高度的战略性、带动性和成长性，其战略地位受到了世界各国的普遍重视，已成为一个国家科技进步和国民经济现代化水平的重要标志。立足国内与面向国际相结合。统筹国内国际两种资源、两个市场，加强国际科技合作和开放创新，在全球范围内配置研发资源，加快重大产品的创新突破；积极开拓国际市场，加快把中国制造、中国创新的产品推向全球，促进医疗器械产品的国际化发展。到2015年，初步建立医疗器械研发创新链，医疗器械产业技术创新能力显著提升；突破一批共性关键技术和核心部件，重点开发一批具有自主知识产权的、高性能、高品质、低成本和主要依赖进口

的基本医疗器械产品，满足我国基层医疗卫生体系建设需要和临床常规诊疗需求；进一步完善科技创新和产业政策的政策环境，培育一批创新品牌，大幅提高产业竞争力，医疗器械科技产业发展实现快速跨越。现在进入发展上升期的车针行业是发展动力很强劲的，车针行业的消费量正在步入快速增长阶段，进入较长时期的市场扩容增长阶段，企业扩大投资生产的轨道中，目前车针的市场主要集中在东部地区，随着中西部的发展，牙齿口腔的消费一定还有很大的市场空间，车针还有的发展前景很被看好。

→报告目录

第一部分 行业概况分析

第一章 车针产品概述 1

第一节 产品定义 1

第二节 产品用途与特点 3

第三节 行业生命周期分析 8

第二章 车针行业环境分析 12

第一节 我国经济发展环境分析 12

一、经济发展状况 12

二、居民消费价格指数分析 29

三、收入增长情况 33

四、固定资产投资 51

五、社会消费品零售额分析 56

六、存贷款利率及汇率变化 62

七、城镇人员从业状况 71

八、2012-2016年我国宏观经济发展预测 75

第二节 我国社会环境分析 83

一、人口环境分析 83

二、教育环境分析 85

三、文化环境分析 93

四、生态环境分析 99

第三节 我国车针行业政策环境分析 102

一、车针行业政策分析 102

二、相关产业政策影响分析 111

第四节 国家“十二五”规划解读 119

一、加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面 119

二、坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展 121

三、推进农业现代化，加快社会主义新农村建设 122

四、发展现代产业体系，提高产业核心竞争力 124

五、促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化 126

六、加快建设资源节约型、环境友好型社会 127

七、加快建设创新型国家 129

八、建立健全基本公共服务体系 131

九、提升国家文化软实力 133

十、完善社会主义市场经济体制 135

十一、实施互利共赢的开放战略 137

第五节 我国车针行业技术环境分析 140

一、我国车针技术发展概况 140

二、我国车针产品工艺特点或流程 142

三、我国车针行业技术发展趋势 142

第二部分 行业发展分析

第三章 车针行业产业链分析 145

第一节 车针产业链分析 145

一、产业链模型介绍 145

二、车针产业链模型分析 145

第二节 行业产业链发展状况分析 146

一、2008-2011年主要原料产量分析 146

二、2012-2016年主要原料产量预测 153

第四章 中国车针市场分析 160

第一节 车针市场现状分析及预测 160

一、2008-2011年我国车针行业总产值分析 160

二、2012-2016年我国车针行业总产值预测 160

第二节 车针市场需求分析及预测 160

- 一、2008-2011年我国车针市场需求分析 160
- 二、2012-2016年我国车针市场需求预测 160
- 第三节 车针进出口数据分析 161
- 一、2008-2011年我国车针进口数据分析 161
- 二、2012-2016年国内车针产品未来进口情况预测 161

第五章 中国车针市场规模分析 162

- 第一节 2008-2011年中国车针市场规模分析 162
- 第二节 2011年我国车针区域结构分析 162
- 第三节 中国车针区域市场规模分析 163
- 一、2008-2011年东北地区市场规模分析 163
- 二、2008-2011年华北地区市场规模分析 163
- 三、2008-2011年华东地区市场规模分析 163
- 四、2008-2011年华中地区市场规模分析 163
- 五、2008-2011年华南地区市场规模分析 164
- 六、2008-2011年西部地区市场规模分析 164
- 第四节 2012-2016年中国车针市场规模预测 164

第六章 车针价格趋势分析 165

- 第一节 2008-2011年我国车针市场价格分析 165
- 第二节 国内产品当前市场价格及评述 167
- 第三节 国内产品价格影响因素分析 168
- 第四节 2012-2016年我国车针市场价格预测 169

第七章 车针主要生产厂商介绍 172

- 第一节 广东多易美医疗器材有限公司 172
- 一、公司概况 172
- 二、企业产品介绍 172
- 三、企业经营指标分析 172
- 四、发展战略 172
- 第二节 佛山市森川精密器械有限公司 173
- 一、公司概况 173

二、企业产品介绍 173

三、企业经营指标分析 173

四、发展战略 174

第三节 佛山和茂医疗器械有限公司 174

一、公司概况 174

二、企业产品介绍 174

三、发展战略 174

第四节 广东仁博医疗器材有限公司 175

一、公司概况 175

二、企业产品介绍 176

三、企业经营指标分析 176

四、发展战略 177

第五节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 177

一、公司概况 177

二、企业产品介绍 178

三、企业经营指标分析 179

四、发展战略 181

第六节 滑县运大金刚石制品厂 182

一、公司概况 182

二、企业产品介绍 182

三、企业经营指标分析 182

第七节 北京京精医疗设备有限公司 183

一、公司概况 183

二、企业产品介绍 186

三、发展战略 186

第八节 苏州碧迪医疗器械有限公司 188

一、公司概况 188

二、企业产品介绍 191

三、企业经营指标分析 191

四、发展战略 192

第九节 上海德尔格医疗器械有限公司 192

一、公司概况 192

二、企业产品介绍 194

三、企业经营指标分析 194

第十节 海门市恒豪制针有限公司 195

一、公司概况 195

二、企业产品介绍 195

三、企业经营指标分析 196

四、发展战略 196

第八章 车针行业竞争格局分析 197

第一节 2010-2011年中国车针行业集中度分析 197

第二节 车针国内外SWOT分析 197

第三节 2012-2016年中国车针行业竞争格局预测分析 198

第九章 车针企业竞争策略分析 200

第一节 领先者市场竞争策略 200

一、维护高质量形象 200

二、扩大市场需求总量 200

三、保护市场份额 201

四、扩大市场份额 202

第二节 挑战者市场竞争策略 203

一、正面进攻 203

二、侧翼攻击 203

三、包围进攻 203

四、迂回攻击 204

五、游击战 204

第三节 追随者的市场竞争策略 204

一、紧密追随策略 204

二、距离追随策略 204

三、选择追随策略 205

第四节 补缺者的市场竞争策略 205

一、市场补缺者的特征 205

二、市场补缺者的策略 205

第三部分 行业投资策略分析

第十章 2010-2011年中国车针行业总体发展状况 207

第一节 中国车针行业规模情况分析 207

一、行业单位规模情况分析 207

二、行业人员规模状况分析 207

三、行业资产规模状况分析 207

四、行业市场规模状况分析 207

五、行业敏感性分析 208

第二节 中国车针行业产销情况分析 208

一、行业生产情况分析 208

二、行业销售情况分析 210

三、行业产销情况分析 210

第三节 中国车针行业财务能力分析 212

一、行业盈利能力分析 212

二、行业偿债能力分析 212

三、行业营运能力分析 212

四、行业发展能力分析 216

第十一章 业内专家对中国车针行业投资的建议及观点 218

第一节 2012-2016年中国车针行业投资风险分析 218

一、市场竞争风险 218

二、原材料压力风险分析 218

三、技术风险分析 220

四、政策和体制风险 225

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 228

第二节 投资风险分析 231

一、同业竞争风险 231

二、市场贸易风险 235

三、产业政策变动的影响 242

第三节 行业应对策略 242

一、把握国家投资的契机 242

二、竞争性战略联盟的实施 244

三、企业自身应对策略 250

第四节 市场的重点客户战略实施 252

一、实施重点客户战略的必要性 252

二、合理确立重点客户 256

三、对重点客户的营销策略 257

四、强化重点客户的管理 262

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 266

第十二章 企业投资战略分析与策略 271

第一节 投资战略分析 271

一、技术开发战略 271

二、产业战略规划 275

三、业务组合战略 276

四、营销战略规划 279

五、区域战略规划 281

六、企业信息化战略规划 290

第二节 我国车针行业发展策略 292

一、坚守核心主业 292

二、构建优质渠道 292

三、整合优质资源 293

四、提升经营能力 294

五、明确品牌形象 294

六、调整市场策略 295

第三节 品牌的战略思考 296

一、品牌的基本含义 296

二、品牌战略在企业发展中的重要性 296

三、车针品牌的特性和作用 297

四、车针品牌的价值战略 298

五、我国车针品牌竞争趋势 298

六、车针企业品牌发展战略 299

七、车针行业品牌竞争策略 300

图表目录

图表：2011年各月份经济指标情况 22

图表：2010-2011年GDP同比增长情况 23

图表：2010-2011年规模以上工业增加值增速 23

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增长情况 24

图表：2010-2011年社会消费品零售总额情况 24

图表：2011年GDP全国合计 25

图表：2011年GDP北京合计 25

图表：2011年GDP天津合计 25

图表：2011年GDP河北省合计 25

图表：2011年GDP山西省合计 25

图表：2011年GDP内蒙古合计 25

图表：2011年GDP辽宁省合计 25

图表：2011年GDP吉林省合计 25

图表：2011年GDP黑龙江合计 26

图表：2011年GDP上海合计 26

图表：2011年GDP江苏省合计 26

图表：2011年GDP浙江省合计 26

图表：2011年GDP安徽省合计 26

图表：2011年GDP江西省合计 26

图表：2011年GDP福建省合计 26

图表：2011年GDP山东省合计 26

图表：2011年GDP河南省合计 27

图表：2011年GDP湖北省合计 27

图表：2011年GDP湖南省合计 27

图表：2011年GDP广东区合计 27

图表：2011年GDP广西区合计 27

图表：2011年GDP海南合计 27

图表：2011年GDP重庆市合计 27

图表：2011年GDP四川省合计 27

图表：2011年GDP云南省合计 28

图表：2011年GDP贵州省合计 28

图表：2011年GDP陕西省合计 28

图表：2011年GDP宁夏合计 28

图表：2011年GDP新疆合计 28

图表：2011年GDP青海合计 28

图表：2011年GDP西藏合计 28

图表：2011年GDP甘肃合计 28

图表：2010-2011年农村居民人均收入实际增长情况 35

图表：2011年城乡居民收入对比情况 39

图表：2011年城市居民收入分类情况 39

图表：2011年农村居民收入分类情况 40

图表：多年城乡人均可支配收入和纯收入对比情况 41

图表：2010-2011年城镇居民人均可支配收入实际增长情况 41

图表：多年城乡居民收入比情况 42

图表：2010年GDP和人均GDP北京市合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP天津市合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP河北省合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP山西省合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP内蒙古合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP辽宁省合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP吉林省合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP黑龙江合计 44

图表：2010年GDP和人均GDP上海市合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP江苏省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP浙江省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP安徽省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP福建省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP江西省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP山东省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP河南省合计 45

图表：2010年GDP和人均GDP湖北省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP湖南省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP广东省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP广西区合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP海南省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP重庆市合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP四川省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP贵州省合计 46

图表：2010年GDP和人均GDP云南省合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP西藏合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP陕西省合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP甘肃省合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP青海省合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP宁夏区合计 47

图表：2010年GDP和人均GDP新疆区合计 47

图表：2010年居民消费水平北京市合计 47

图表：2010年居民消费水平天津市合计 48

图表：2010年居民消费水平河北省合计 48

图表：2010年居民消费水平山西省合计 48

图表：2010年居民消费水平内蒙古合计 48

图表：2010年居民消费水平辽宁省合计 48

图表：2010年居民消费水平吉林省合计 48

图表：2010年居民消费水平黑龙江省合计 48

图表：2010年居民消费水平上海市合计 48

图表：2010年居民消费水平江苏省省合计 49

图表：2010年居民消费水平浙江省合计 49

图表：2010年居民消费水平安徽省合计 49

图表：2010年居民消费水平福建省合计 49

图表：2010年居民消费水平江西省合计 49

图表：2010年居民消费水平山东省合计 49

图表：2010年居民消费水平河南省合计 49

图表：2010年居民消费水平湖北省合计 49

图表：2010年居民消费水平湖南省合计 50

图表：2010年居民消费水平广东省合计 50

图表：2010年居民消费水平广西省合计 50

图表：2010年居民消费水平海南省合计 50

图表：2010年居民消费水平重庆市合计 50

图表：2010年居民消费水平四川省合计 50

图表：2010年居民消费水平贵州省合计 50

图表：2010年居民消费水平云南省合计 50

图表：2010年居民消费水平西藏合计 51

图表：2010年居民消费水平陕西省合计 51

图表：2010年居民消费水平甘肃省合计 51

图表：2010年居民消费水平青海省合计 51

图表：2010年居民消费水平宁夏合计 51

图表：2010年居民消费水平新疆合计 51

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 52

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 53

图表：2011年固定资产增速情况（不含农户） 55

图表：固定资产来源增速情况 55

图表：东、中、西部固定资产增速情况 56

图表：2010年各省市社会消费品零售总额北京市合计 57

图表：2010年各省市社会消费品零售总额天津市合计 57

图表：2010年各省市社会消费品零售总额河北省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额山西省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额内蒙古合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额辽宁省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额吉林省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额黑龙江合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额上海市合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额江苏省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额浙江省合计 58

图表：2010年各省市社会消费品零售总额安徽省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额福建省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额江西省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额山东省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额河南省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额湖北省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额湖南省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额广东省合计 59

图表：2010年各省市社会消费品零售总额广西区合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额海南省合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额重庆市合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额四川省合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额贵州省合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额云南省合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额西藏合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额陕西省合计 60

图表：2010年各省市社会消费品零售总额甘肃省合计 61

图表：2010年各省市社会消费品零售总额青海省合计 61

图表：2010年各省市社会消费品零售总额宁夏区合计 61

图表：2010年各省市社会消费品零售总额新疆区合计 61

图表：2008年以来中国基准利率变化情况 62

图表：2011年7月7日开始的存款利率情况 63

图表：2011年7月7日开始的贷款利率情况 64

图表：我国2003-2011年城乡居民人均可支配收入 75

图表：我国2003-2011年城乡居民家庭的恩格尔系数 75

图表：预算内教育经费增长情况 87

图表：2009年教育经费执行情况 88

图表：2001-2011年我国金刚石产量情况 147

图表：国内粗钢表观消费及同比增速 151

图表：粗钢产量与表观消费量对比 152

图表：近十年来我国钢材进出口数量变化 153

图表：2011年我国车针行业产量分析 160

图表：2012年我国车针行业产量分析 160

图表：2011年我国车针行业需求分析 160

图表：2012年我国车针行业需求预测 160

图表：2011年我国车针行业进口分析 161

图表：2012年我国车针行业进口预测 161

图表：2011年我国车针行业需求分析 162

图表：2011年我国东北车针行业需求分析 163

图表：2011年我国华北车针行业需求分析 163

图表：2011年我国华东车针行业需求分析 163

图表：2011年我国华中车针行业需求分析 163

图表：2011年我国华南车针行业需求分析 164

图表：2011年我国西部车针行业需求分析 164

图表：2012年我国车针行业规模预测 164

图表：2010年海科尔的车针价格情况 166

图表：2012年固美钨钢车针价格情况 167

图表：2011年佛山市森川精密器械有限公司销售金额总额情况 173

图表：2011年广东仁博医疗器材有限公司销售金额总额情况 176

图表：区域发展战略咨询流程图 287

图表：区域SWOT战略分析图 289

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家卫生部、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国医疗器械协会、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国车针行业的现状和发展、各项经营指标、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并对中国车针行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国车针行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合多年来的实践经验和对车针行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是车针生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国车针行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qixie1203/P6438020HG.html>