

# 2015-2020年中国家用医疗器械市场运营状况分析及投资评估报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2015-2020年中国家用医疗器械市场运营状况分析及投资评估报告》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/qixie1502/L31618B9F7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-03-05

【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

博思数据发布的《2015-2020年中国家用医疗器械市场运营状况分析及投资评估报告》共十四章。首先介绍了中国家用医疗器械行业市场发展环境、中国家用医疗器械整体运行态势等，接着分析了中国家用医疗器械行业市场运行的现状，然后介绍了中国家用医疗器械市场竞争格局。随后，报告对中国家用医疗器械做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家用医疗器械行业发展趋势与投资预测。您若想对家用医疗器械产业有个系统的了解或者想投资家用医疗器械行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2013年中国家用医疗器械市场销售规模约305.8亿元，2006—2013年均复合增速为28.5%，预计未来几年将继续维持25%左右的增长率。

2007-2013年我国家用医疗器械市场规模情况

资料来源：博思数据整理

家用医疗器械产品仅占国内医疗器械市场总销售额的14%，而在国外这一比例一般在25%左右。美国家用医疗器械的人均消费水平为国内的20~30倍左右，国内市场家用医疗器械提升空间很大，远未达到天花板。

家用医疗器械很多都跟老年病、慢性病相关（比如高血压、高血糖和呼吸类疾病），随着人口老龄化、收入水平提高以及保健意识增强，未来医药卫生重心会逐步从治疗->保健->预防转变，将利好家用医疗器械的长足发展，社区和家庭将成为两个重要的阵地。与治疗用药品相对，家用医疗器械与保健品类似，属于弹性需求，随着生活水平提升，空间巨大。

## 一、价格不高

家用医疗器械售价只有千元左右，可以用10~20年，可大大降低医药费用。家用医疗器械多为医院用仪器的小型化和创新，使多种治疗手段和方法集于一体，一机多用、一机多效、无创治疗，安全有效，五毒副作用，加以智能化控制使得操作更加简单、易用、轻便、美观，就像把医院搬回自己家，因而备受家庭欢迎。有关调查显示，70%左右的小型医疗器械已拥有家庭版，平均每户家庭有1~2个（台）家用医疗器械。

## 二、品种齐全

随着电子技术的发展，自动、半自动的电子家用医疗器械如电子血压计、血糖测试仪、电子体温计等相继面市。目前，北京市很多医疗器械公司分别设有各种电子器械的专柜；大商场也大都开设了医疗器械的专柜，不但种类齐全，而且经常能看到新品出现。目前，市场上畅销的器械类别大致可分为三类：一零售价500元左右的健康电器或一类器械，二零售

价1000元-5000元之间的水机（不是器械）或其他，三为零售价5000元以上的健康电器或健康寝具或二类器械。

### 三、专业服务

随着人们的需求，家用医疗器械市场的新品不断，而且功能越来越全，越来越贴近人们的生活。这些新产品的功能已经不单单停留在测试身体的健康状况，而是发展成为一种检测身体各种指标是否合格的仪器。电子血压计、低频治疗仪、电子体温计、电动牙刷、电子计步器等，制作精巧，操作简单，受到前来参观的消费者的欢迎。其中各种测量身体健康数据的仪器中，最为引人注目的要算是身体脂肪含量测试仪了，它仅有一个老式饭盒大小，两端带有金属把手，使用前先将被测者的身高、年龄、体重按键输入测量仪，然后双手握住把手，两分钟后，测试仪的小屏幕上就会显示出测试者的脂肪含量，并可比较屏幕上的标注数据，对照自己身体的脂肪含量是否合格。

报告目录：

## 第一章2014-2015年世界家用医疗器械行业整体发展现状分析1

### 第一节2014-2015年世界医疗器械行业市场发展格局1

#### 一、欧盟医疗器械行业发布新指令1

#### 二、全球家用医疗设备市场规模2

相关资料显示，全球家用医疗设备市场规模从2007年的146亿美元，至2013年时成长到204亿美元。辅助复健、治疗装置、监视/传感器与遥测装置等，成为家用电子医疗市场的大头。

#### 2007-2013年全球家用医疗设备行业市场规模增长统计

资料来源：博思数据整理

#### 三、全球半导体厂商积极投入到家用医疗电子领域2

#### 四、医疗器械行业掀起并购热潮3

#### 五、国外医疗器械技术设备新进展5

### 第二节2014-2015年世界家用医疗器械市场动态分析6

#### 一、家用医疗设备市场影响趋势6

#### 二、家用医疗电子半导体市场分析7

#### 三、全球家用医疗电子三大动因素7

#### 四、家用医疗电子半导体巨头企业运行分析8

##### （一）强生（Johnson&Johnson）8

##### （二）罗氏诊断（RocheDiagnostics）8

##### （三）拜耳医疗保健事业（BayerHealthcare）9

五、全球家用医疗器械采购市场发展态势良好9

第三节2014-2015年世界主要国家医疗器械运行分析9

一、美国纳米医疗器械日渐兴起9

二、日本医疗器材市场发展分析12

三、印度已成国际医疗器械业后起之秀12

第四节 2015-2020年世界医疗器械行业发展趋势分析13

第二章2014-2015年中国家用医疗器械市场运行环境解析15

第一节 国内宏观经济环境分析15

一、GDP历史变动轨迹分析15

二、固定资产投资历史变动轨迹分析18

三、2015年中国宏观经济发展预测分析25

第二节2014-2015年中国家用医疗器械市场政策环境分析26

一、新医改政策要点解析26

二、医疗器械广告审查新标准实施37

三、国家药监局发布《医疗器械注册管理办法》41

四、一类医疗器械审批将改由省级实施53

五、《医疗器械监督管理条例》修订55

第三节 2012-2013年中国家用医疗器械市场社会环境分析74

一、人口环境分析74

二、教育环境分析75

三、文化环境分析77

四、生态环境分析79

五、中国城镇化率80

六、居民的各种消费观念和习惯81

第三章2014-2015年中国家用医疗器械市场监管分析88

第一节 中国医疗器械行业的政策与监管88

一、我国医疗器械产业监管概况88

二、我国大型医械采购政策改变89

三、医疗器械标准研究制定管理取得新进展93

四、我国医疗器械行业一批新标准发布94

五、我国医疗器械GMP正式开始实施114

六、《医疗器械召回管理办法》出台实施115

## 第二节 翻新再用医疗器械的市场监管116

### 一、市场呼唤有序监管116

### 二、安全成为关注焦点117

### 三、产品质量需法规把关118

### 四、翻新再用医疗器械的相关趋势119

## 第三节 各类医疗器械企业和产品的监管情况分析120

### 一、医疗器械生产企业质量管理中存在的问题及对策分析120

### 二、医疗器械经营企业管理中存在的问题及监管对策123

### 三、医疗器械软件监管状况及对策分析127

## 第四章2014-2015年中国医疗器械产业运营新形势透析131

### 第一节 中国医疗器械产业发展概况131

#### 一、中国医疗器械产业发展演进131

#### 二、我国医疗器械研发领域进展133

#### 三、中国医疗器械产业集群成规模136

#### 四、中国医疗器械产业发展之路136

#### 五、中国医疗器械产业总体水平在国际上处于中等偏下水平137

### 第二节 中国医疗器械市场现状分析137

#### 一、我国医疗器械市场特点分析137

#### 二、影响我国医疗器械市场增长的主要因素138

#### 三、我国医疗器械县级市场需求分析140

#### 四、我国高端医疗器械市场需求强劲140

### 第三节 中国医疗器械行业进出口状况143

#### 一、“十一五”我国医疗器械进出口贸易发展特征综述143

#### 二、我国医疗器械进口情况分析145

#### 三、我国医疗器械出口情况分析149

#### 四、进出口贸易影响因素分析152

### 第四节 医疗器械行业发展中存在的问题153

#### 一、医疗器械行业各环节中存在的问题153

#### 二、中国高端医疗器械有待开发154

#### 三、医疗器械行业期待政策扶持155

#### 四、进口医疗器械包装标识亟需规范156

#### 五、中国医疗器械本土企业研发面临的难题157

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 第五节 促进中国医疗器械产业健康发展的策略                 | 158 |
| 一、浅析欧美医疗器械管理机制对我国的启示                  | 158 |
| 二、中国医疗器械产业利用创新实行降本增效                  | 163 |
| 三、中国医疗器械产业的发展措施                       | 165 |
| 四、中国医疗器械产业的国际化发展建议                    | 166 |
| 第五章 2014-2015年中国家用医疗器械行业市场供需分析剖析      | 168 |
| 第一节 中国家用医疗器械行业发展动态分析                  | 168 |
| 一、中国家用医疗器械发展高峰论坛在京举行                  | 168 |
| 二、首届华南医疗器械（广州）展览会6月举办                 | 170 |
| 三、中国医疗器械投资发展论坛共商行业大计                  | 170 |
| 四、邯郸市拟建国家级医疗器械产业基地                    | 171 |
| 五、医疗器械快速上扬 20亿国家专项资金将启动               | 171 |
| 第二节 2014-2015年中国家用医疗器械市场发展现状分析        | 172 |
| 一、政策引导我国医疗器械行业快速发展                    | 172 |
| 二、我国医疗器械产业已逐步融入全球产业链                  | 172 |
| 三、我国普及型医疗器械发展状况分析                     | 175 |
| 第三节 2014-2015年我国医疗器械研发领域进展            | 176 |
| 第四节 2014-2015年中国家用医疗器械产业存在的问题         | 179 |
| 第六章 2011-2014年中国家用医疗器械制造行业数据监测分析      | 181 |
| 第一节 2011-2014年中国家用医疗器械制造行业总体数据分析      | 181 |
| 一、2011年中国家用医疗器械制造行业全部企业数据分析           | 181 |
| 二、2012年中国家用医疗器械制造行业全部企业数据分析           | 183 |
| 三、2013-2014年中国家用医疗器械制造行业全部企业数据分析      | 184 |
| 第二节 2011-2014年中国家用医疗器械制造行业不同规模企业数据分析  | 186 |
| 一、2011年中国家用医疗器械制造行业不同规模企业数据分析         | 186 |
| 二、2012年中国家用医疗器械制造行业不同规模企业数据分析         | 187 |
| 三、2013-2014年中国家用医疗器械制造行业不同规模企业数据分析    | 187 |
| 第三节 2011-2014年中国家用医疗器械制造行业不同所有制企业数据分析 | 188 |
| 一、2011年中国家用医疗器械制造行业不同所有制企业数据分析        | 188 |
| 二、2012年中国家用医疗器械制造行业不同所有制企业数据分析        | 188 |
| 三、2013-2014年中国家用医疗器械制造行业不同所有制企业数据分析   | 189 |
| 第七章 2012--2014年中国家用医疗器械市场运行状况分析       | 190 |

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| 第一节 家用医疗器械市场运行特点分析                         | 190 |
| 第二节 2012-2014年中国家用医疗器械市场动态分析               | 191 |
| 一、全国最大家用医疗器械连锁店发力大卖场                       | 191 |
| 二、首家家用医疗器械卖场亮相银川                           | 192 |
| 三、国内最大的家用医疗器械连锁机构登陆天津                      | 193 |
| 第三节 2012-2014年中国家用医疗器械市场运行状况               | 194 |
| 一、家用医疗器械产品市场逐渐走向成熟                         | 194 |
| 二、家用医疗器械消费渐成气候                             | 196 |
| 三、家用医疗器械销量成逐年上升趋势                          | 197 |
| 四、中国医疗器械的三大区域市场分析                          | 197 |
| 五、推动医疗器械需求提升的因素                            | 199 |
| 六、医疗器械设备厂商出击农村市场                           | 200 |
| 第四节 加强家用保健器械市场监管的思考                        | 202 |
| 第八章 2012-2014年中国家用医疗器械业内热点产品现状分析           | 206 |
| 第一节 血压计                                    | 206 |
| 一、血压计市场运行特点分析                              | 206 |
| 二、血压计质量另人堪忧                                | 208 |
| 三、新型医用电子血压计准确环保兼营顾                         | 209 |
| 四、手表式血压计将有望上市                              | 210 |
| 五、2009-2014年中国血压测量仪器及器具（90189020）进出口数据监测分析 | 210 |
| 六、家用血压计投资潜力分析                              | 211 |
| 七、未来血压计市场前景展望                              | 211 |
| 第二节 磁疗器具                                   | 212 |
| 一、磁疗保健器具的功能与机理                             | 212 |
| 二、康姿百德强势问鼎磁疗寝具市场                           | 213 |
| 三、磁疗器具市场运行分析                               | 214 |
| 四、磁疗保健器具的临床新进展                             | 215 |
| 五、磁疗保健器具市场前景广阔                             | 215 |
| 第三节 家用血糖分析仪                                | 216 |
| 一、血糖分析仪相关概述                                | 216 |
| 二、血糖分析仪品牌综述                                | 219 |
| 三、三诺要做中国血糖仪普及的推动者                          | 221 |



四、“能说会道”的智能血糖仪问世222

五、血糖仪市场前景展望223

第四节 体温计223

一、家用体温计相关概术223

二、家用体温计普及应用情况224

三、家用体温计市场供需分析225

四、家用体温计价格分析225

五、2010-2014年中国可直接读数的液体温度计（90251100）进出口数据226

第五节 家用心脏除颤器227

一、产品特点及应用227

二、我国心脏除颤器产品技术与发展阶段227

三、家用心脏除颤器市场格局分析228

四、家用心脏除颤器市场销售状况228

五、家用心脏除颤器应用状况分析229

第九章 2012-2014年中国家用医疗器械市场营销模式及案例探讨231

第一节 家用医疗器械营销要点概述231

一、品牌动作是持久战231

二、价格要合理 外形要适中231

三、家用医疗器械主流销售渠道232

四、家用医疗器械品牌运作是场持久战232

第二节 家用医疗器械营销的模式和现状235

一、远离平面软文235

二、营销模式输出236

三、好的产品当道236

四、数据库营销的再创新237

五、扁平化营销组织的建立238

六、成本考核下的目标考核238

第三节 家用医疗器械营销渠道及模式探析239

一、医疗器械探寻区域营销渠道变革239

二、家用医疗器械营销模式待创新240

第四节 2012-2014年中国家用医疗器械市场营销案例分析243

一、哈慈五行针243

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 二、周林频谱仪                         | 248 |
| 三、祝强降压仪                         | 251 |
| 四、利德治疗仪                         | 252 |
| 五、氧立得                           | 257 |
| 六、紫环颈椎治疗仪                       | 261 |
| 七、安必信减肥按摩仪等                     | 264 |
| 第五节 2015-2020年中国家用医疗器械市场营销解析    | 266 |
| 一、家庭医疗器械企业销售出奇招,首推“轮椅以旧换新”      | 266 |
| 二、喜来健再探医疗保健器械的发展方向              | 267 |
| 第十章 2012-2014年中国家用医疗器械市场竞争格局透析  | 268 |
| 第一节 2012-2014年中国家用医疗器械市场竞争激烈    | 268 |
| 一、家用医疗器械竞争焦点                    | 268 |
| 二、家用医疗器械市场竞争力体现                 | 273 |
| 第二节 2012-2014年国际医疗器械巨头中国市场转移    | 273 |
| 一、国际医疗器械巨头布局中国市场                | 273 |
| 二、国外医疗器械新品加强扩展二三线城市市场           | 275 |
| 三、GE医疗进军中国家用医疗市场                | 277 |
| 第三节 2012-2014年中国家用医疗器械市场集中度分析   | 278 |
| 第四节 中国家用医疗器械提升竞争策略分析            | 279 |
| 一、提高家用医疗器械行业竞争力的对策和建议           | 279 |
| 二、品牌效应提高家用医疗器械企业竞争力             | 281 |
| 三、中国家用医疗器械企业提高国际竞争力的对策          | 282 |
| 第五节 2015-2020年中国家用医疗器械行业竞争趋势分析  | 284 |
| 第十一章 2012-2014年世界医疗器械巨头在华投资运行分析 | 286 |
| 第一节 欧姆龙                         | 286 |
| 一、企业概况                          | 286 |
| 二、在华市场投资运行情况                    | 286 |
| 三、品牌竞争力分析                       | 288 |
| 四、国际化发展战略分析                     | 290 |
| 第二节 瑞士罗氏集团                      | 291 |
| 一、企业概况                          | 291 |
| 二、在华市场投资运行情况                    | 292 |

三、品牌竞争力分析293

四、国际化发展战略分析294

第三节 GE295

一、企业概况295

二、在华市场投资运行情况296

三、品牌竞争力分析297

四、国际化发展战略分析298

第四节 强生298

一、企业概况298

二、在华市场投资运行情况299

三、品牌竞争力分析300

四、国际化发展战略分析301

第五节 韩国的喜来健302

一、企业概况302

二、在华市场投资运行情况302

三、品牌竞争力分析304

四、国际化发展战略分析305

第六节 美敦力305

一、公司简介305

二、集团家用医疗器械市场定位及策略306

三、集团家用医疗器械在华发展概况307

第七节 飞利浦308

一、公司简介308

二、集团家用医疗器械市场定位及策略310

三、集团家用医疗器械在华发展概况310

第十二章 2012-2014年中国家用医疗器械优势企业竞争力及关键性数据分析312

第一节 山东新华医疗器械股份有限公司（600587） 312

一、企业概况312

二、企业主要经济指标分析313

三、企业盈利能力分析314

四、企业偿债能力分析315

五、企业运营能力分析316

## 六、企业成长能力分析316

### 第二节 北京万东医疗装备股份有限公司（600055） 317

#### 一、企业概况317

#### 二、企业主要经济指标分析317

#### 三、企业盈利能力分析318

#### 四、企业偿债能力分析319

#### 五、企业运营能力分析320

#### 六、企业成长能力分析320

### 第三节 欧姆龙（大连）有限公司321

#### 一、企业概况321

#### 二、企业主要经济指标分析321

#### 三、企业盈利能力分析322

#### 四、企业偿债能力分析322

#### 五、企业运营能力分析322

#### 六、企业成长能力分析323

### 第四节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司323

#### 一、企业概况323

#### 二、企业主要经济指标分析327

#### 三、企业盈利能力分析327

#### 四、企业偿债能力分析327

#### 五、企业运营能力分析328

#### 六、企业成长能力分析328

### 第五节 上海西门子医疗器械有限公司328

#### 一、企业概况328

#### 二、企业主要经济指标分析329

#### 三、企业盈利能力分析330

#### 四、企业偿债能力分析330

#### 五、企业运营能力分析330

#### 六、企业成长能力分析330

### 第六节 广东宝莱特医用科技股份有限公司331

#### 一、企业概况331

#### 二、企业主要经济指标分析331

三、企业盈利能力分析332

四、企业偿债能力分析333

五、企业运营能力分析334

六、企业成长能力分析335

第七节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司335

一、企业概况335

二、企业主要经济指标分析336

三、企业盈利能力分析337

四、企业偿债能力分析338

五、企业运营能力分析339

六、企业成长能力分析339

第八节 美敦力（上海）有限公司340

一、企业概况340

二、企业主要经济指标分析343

三、企业盈利能力分析344

四、企业偿债能力分析345

五、企业运营能力分析347

六、企业成长能力分析348

第九节 强生（中国）医疗器材有限公司349

一、企业概况349

二、企业主要经济指标分析350

三、企业盈利能力分析350

四、企业偿债能力分析351

五、企业运营能力分析351

六、企业成长能力分析351

第十节 江苏金鹿集团有限公司351

一、企业概况351

二、企业主要经济指标分析352

三、企业盈利能力分析353

四、企业偿债能力分析353

五、企业运营能力分析353

六、企业成长能力分析353

## 第十三章 2015-2020年中国家用医疗器械行业发展趋势与前景展望分析355

### 第一节 2015-2020年中国家用医疗器械行业趋势预测分析355

- 一、21世纪最具发展潜力的明星产业355
- 二、中国家用医疗器械市场潜力巨大356
- 三、家用医疗器械成为夏季新宠357
- 四、我国五类家用医疗器械市场前景看好357

### 第二节 2015-2020年中国家用医疗器械行业发展趋势分析359

- 一、医疗保健器械成为家庭中新的“家电”359
- 二、家用医疗器械日趋多元化359

### 第三节 2015-2020年中国家用医疗器械行业市场预测分析360

### 第四节 2015-2020年中国家用医疗器械市场盈利预测分析360

## 第十四章 2015-2020年中国家用医疗器械市场趋势调查分析361

### 第一节 2015-2020年中国家用医疗器械投资概况361

- 一、家用医疗器械投资环境分析361
- 二、家用医疗器械投资价值研究362

### 第二节 2015-2020年中国家用医疗器械行业投资周期分析364

- 一、经济周期364
- 二、增长性与波动性364
- 三、成熟度分析365

### 第三节 2015-2020年中国家用医疗器械行业投资机会分析

- 一、家用医疗器械市场投资潜力分析366
- 二、医疗器械市场掀起投资热潮368
- 三、医疗器械行业受投资商青睐369

### 第四节 2015-2020年中国家用医疗器械行业投资前景预警369

- 一、宏观调控政策风险369
- 二、市场竞争风险369
- 三、市场运营机制风险370

### 第五节 专家投资建议370

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表。。。。。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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监测数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qixie1502/L31618B9F7.html>