

2017-2022年中国氧气浓缩 机行业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国氧气浓缩机行业全景调研及投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R10/R1001/201709/21-239023.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

第一章 氧气浓缩机发展概况 9

第一节 产品概述 9

一、氧气浓缩机产品定义 9

二、氧气浓缩机产品分类 9

三、氧气浓缩机产品特点 9

第二节 产品用途 10

一、氧疗及氧保健作用分析 10

二、氧气浓缩机的主要用途 12

三、氧气浓缩机的适用人群 12

第三节 行业发展周期 13

第二章 中国氧气浓缩机行业发展环境分析 15

第一节 中国经济发展环境分析 15

一、中国GDP增长情况分析 15

二、工业经济发展形势分析 16

三、社会固定资产投资分析 17

四、全社会消费品零售总额 18

五、城乡居民收入增长分析 19

六、居民消费价格变化分析 20

七、对外贸易发展形势分析 21

八、国内宏观经济发展预测 22

第二节 中国氧气浓缩机行业政策环境分析 23

一、行业管理体制分析 23

二、产业相关政策分析 25

三、上下游产业政策影响 27

第三节 中国氧气浓缩机行业技术环境分析 29

一、氧气浓缩机制氧技术对比 29

二、氧气浓缩机技术特点分析 32

第三章 中国氧气浓缩机市场供需分析 34

第一节 中国氧气浓缩机市场供给状况 34

一、中国氧气浓缩机产量分析 34

二、中国氧气浓缩机产量预测 37

第二节 中国氧气浓缩机市场需求状况 38

一、中国氧气浓缩机需求分析 38

二、中国氧气浓缩机需求预测 39

第三节 中国氧气浓缩机市场价格状况 40

第四章 氧气浓缩机区域市场需求分析 41

第一节 华东 41

第二节 华北 41

第三节 东北 41

第四节 华南 42

第五节 华中 42

第六节 西部 42

第五章 氧气浓缩机行业相关产业分析 44

第一节 氧气浓缩机行业产业链概述 44

第二节 氧气浓缩机上游产业发展状况分析 45

一、电子元器件行业发展概况 45

二、电子元器件生产情况分析 46

三、塑料原料制造业发展概况 46

四、塑料原材料生产情况分析 48

第三节 氧气浓缩机下游产业发展情况分析 49

一、医疗机构发展状况 49

二、老年消费群体分析 52

三、患病消费群体分析 54

第六章 氧气浓缩机进出口数据分析 56

第一节 氧气浓缩机进口分析 56

一、氧气浓缩机进口数量情况 56

二、氧气浓缩机进口金额分析 56

三、氧气浓缩机进口来源分析 57

四、氧气浓缩机进口价格分析 58

第二节 氧气浓缩机出口分析 59

一、氧气浓缩机出口数量情况 59

二、氧气浓缩机出口金额分析 59

三、氧气浓缩机出口流向分析 60

四、氧气浓缩机出口价格分析 62

第七章 氧气浓缩机主要生产厂商竞争力分析 63

第一节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 63

一、企业基本情况分析 63

二、企业主要产品分析 63

三、企业经营情况分析 64

四、企业销售网络分布 65

五、企业竞争优势分析 66

六、企业发展战略分析 67

第二节 北京北辰亚奥科技有限公司 67

一、公司基本情况分析 67

二、企业主要产品分析 67

三、企业营销网络分析 73

四、企业发展理念分析 74

第三节 浙江龙飞实业股份有限公司 74

一、公司基本情况分析 74

二、企业主要产品分析 75

三、企业经营情况分析 76

四、企业营销网络分析 77

第四节 沈阳昌泰医疗科技有限公司 78

一、公司基本情况分析 78

二、企业经营范围分析 78

三、企业主要产品分析 79

四、企业营销网络分析 81

第五节 沈阳新松医疗科技股份有限公司 81

一、公司基本情况分析 81

二、企业主要产品分析 82

三、企业产品优势分析 83

四、企业经营情况分析 84

第六节 北京奥吉科技发展有限公司 85

一、公司基本情况分析 85

二、企业经营范围分析 86

三、企业主要产品分析 86

四、企业营销网络分析 88

第七节 英维康医疗器械（苏州）有限公司 88

一、公司基本情况分析 88

二、企业主要产品分析 88

三、企业经营情况分析 90

四、企业营销网络分析 90

第八节 青岛海氧益百实业有限公司 91

一、公司基本情况分析 91

二、企业主要产品分析 91

三、企业产品优势分析 92

四、企业营销网络分析 93

第九节 佛山市顺德区键合电子有限公司 93

一、公司基本情况分析 93

二、企业经验范围分析 94

三、企业主要产品分析 94

四、企业产品优势分析 95

第十节 山东柯华健康科技有限公司 96

一、公司基本情况分析 96

二、企业主要产品分析 96

三、企业经营情况分析 97

四、企业营销网络分析 97

五、企业发展动态分析 98

第八章 中国氧气浓缩机行业发展趋势与前景分析 99

第一节 中国氧气浓缩机行业投资环境分析 99

第二节 中国氧气浓缩机行业投资前景分析 99

一、氧疗和氧保健的发展前景 99

二、氧气浓缩机行业发展前景 100

三、氧气浓缩机发展趋势分析 100

第三节 中国氧气浓缩机行业投资风险分析 102

一、产业政策分析 102

二、原材料风险分析 103

三、市场竞争风险 103

四、技术风险分析 103

第四节 氧气浓缩机行业投资策略及建议 103

第九章 氧气浓缩机企业投融资战略规划分析 105 (ZY CW)

第一节 氧气浓缩机企业发展战略规划背景意义 105

一、企业转型升级的需要 105

二、企业强做大做的需要 105

三、企业可持续发展需要 105

第二节 氧气浓缩机企业发展战略规划的制定原则 105

一、科学性 105

二、实践性 106

三、前瞻性 106

四、创新性 106

五、全面性 106

六、动态性 107

第三节 氧气浓缩机企业战略规划制定依据 107

一、国家产业政策 107

二、行业发展规律 107

三、企业资源与能力 107

四、可预期的战略定位 107

第四节 氧气浓缩机企业战略规划策略分析 108

一、战略综合规划 108

- 二、技术开发战略 108
- 三、区域战略规划 108
- 四、产业战略规划 109
- 五、营销品牌战略 109
- 六、竞争战略规划 110

图表目录：

- 图表 1 家用氧气浓缩机产品示意图 10
- 图表 2 行业生命周期各阶段特点 13
- 图表 3 中国国内生产总值及增长变化趋势图 15
- 图表 4 国内生产总值构成及增长速度统计 16
- 图表 5 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17
- 图表 6 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17
- 图表 7 中国全社会固定资产投资增长趋势图 18
- 图表 8 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 19
- 图表 9 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 20
- 图表 10 中国居民消费价格月度变化趋势图 21
- 图表 11 中国进出口总额增长趋势图 22
- 图表 12 开办 I、II、III 类医疗器械生产企业应具备的条件 24
- 图表 13 医疗器械行业主要法律法规政策一览表 27
- 图表 14 家用制氧机的不同制氧方式对比 32
- 图表 15 中国氧气浓缩机产量变化趋势图 34
- 图表 16 中国重点氧气浓缩机企业年产量统计 35
- 图表 17 中国主要氧气浓缩机生产企业名单 35
- 图表 18 中国氧气浓缩机产量预测趋势图 38
- 图表 19 中国氧气浓缩机市场需求规模变化趋势图 39
- 图表 20 中国氧气浓缩机市场需求预测趋势图 39
- 图表 21 华东地区氧气浓缩机市场规模统计 41
- 图表 22 华北地区氧气浓缩机市场规模统计 41
- 图表 23 东北地区氧气浓缩机市场规模统计 42
- 图表 24 华南地区氧气浓缩机市场规模统计 42
- 图表 25 华中地区氧气浓缩机市场规模统计 42

图表 26 西部地区氧气浓缩机市场规模统计 43

图表 27 氧气浓缩机行业产业链示意图 44

图表 28 中国电子元器件制造行业经济指标统计 45

图表 29 中国主要电子元器件产品产量统计 46

图表 30 中国初级形态塑料及合成树脂制造行业经济指标统计 47

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1001/201709/21-239023.html>