

2018-2024年中国医用内窥镜市场运营态势与投资策略分析报告

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

《2018-2024年中国医用内窥镜市场运营态势与投资策略分析报告》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/R1001/201805/14-261111.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

我国内窥镜微创医疗器械产品的自主生产已有 30 多年的历史，受下游需求旺盛的影响近年来发展迅速，由于受到技术、资金、品牌、人才和经验等因素的综合影响，国内内窥镜微创医疗器械生产企业大多规模较小，产品序列全、档次高的企业为数不多，市场竞争力普遍不强，生产能力和技术水平无法满足临床需要，导致医疗机构、健康服务机构等下游客户大量进口国外产品。

目前已具备内窥镜微创医疗器械的自主研发、生产销售和综合服务能力，企业品牌效应逐步体现，产品质量与国际知名企业的差距逐渐缩小，并开始进入部分中高端市场，目前国内品牌的内窥镜微创医疗器械约占市场份额的 25%。凭借较高的性价比优势，国内领先企业在部分领域初步实现进口替代，主要产品逐步实现出口，出口地区不再局限于东南亚、非洲等发展中国家和地区，已逐渐向日本、德国、美国等微创医疗器械制造强国出口。国内内窥镜微创医疗器械生产企业若能把握市场发展机遇，加强自主研发，不断完善产品种类、提升产品档次，将拥有广阔的发展前景。

2015年我国医用电子内窥镜行业市场产量约1.83万台，同比2014年的1.58万台增长了15.8%，2016年我国医用电子内窥镜产量在2.09万台左右。近几年我国医用电子内窥镜行业产量情况如下图所示：2007-2016年我国医用电子内窥镜行业市场产量统计 资料来源：中国产业研究报告网整理

报告目录：

第一部分 行业现状篇

第一章 中国医用内窥镜行业发展概述

1.1 医用内窥镜行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 医用内窥镜行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国医用内窥镜行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

- 1.3.2 成长速度
- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
- 1.4 医用内窥镜行业产业链分析
 - 1.4.1 产业链结构分析
 - 1.4.2 主要环节的增值空间
 - 1.4.3 与上下游行业之间的关联性
 - 1.4.4 行业产业链上游相关行业分析
 - 1.4.5 行业下游产业链相关行业分析
 - 1.4.6 上下游行业影响及风险提示

第二章 中国医用内窥镜行业的国际比较分析

- 2.1 中国医用内窥镜行业的国际比较分析
 - 2.1.1 中国医用内窥镜行业竞争力指标分析
 - 2.1.2 中国医用内窥镜行业经济指标国际比较分析
 - 2.1.3 医用内窥镜行业国际竞争力比较
 - (1) 生产要素
 - (2) 需求条件
 - (3) 支援与相关产业
 - (4) 企业战略、结构与竞争状态
 - (5) 政府的作用
- 2.2 全球医用内窥镜行业市场需求分析
 - 2.2.1 市场规模现状
 - 2.2.2 需求结构分析
 - 2.2.3 重点需求客户
 - 2.2.4 市场前景展望
- 2.3 全球医用内窥镜行业市场供给分析
 - 2.3.1 生产规模现状

2.3.2 产能规模分布

2.3.3 市场价格走势

2.3.4 重点厂商分布

第二部分 市场需求篇

第三章 应用领域及行业供需分析

3.1 需求分析

3.1.1 医用内窥镜行业需求市场

3.1.2 医用内窥镜行业客户结构

3.1.3 医用内窥镜行业需求的地区差异

3.2 供给分析

3.3 供求平衡分析及未来发展趋势

3.3.1 医用内窥镜行业的需求预测

3.3.2 医用内窥镜行业的供应预测

3.3.3 供求平衡分析

3.3.4 供求平衡预测

3.4 市场价格走势分析

第四章 医用内窥镜产业链的分析

4.1 行业集中度

4.2 主要环节的增值空间

4.3 行业进入壁垒和驱动因素

4.4 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

5.1 长三角区域市场情况分析

5.2 珠三角区域市场情况分析

5.3 环渤海区域市场情况分析

5.4 医用内窥镜行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

5.4.1 华北大区市场分析

5.4.2 华中大区市场分析

5.4.3 华南大区市场分析

- 5.4.4 华东大区市场分析
- 5.4.5 东北大区市场分析
- 5.4.6 西南大区市场分析
- 5.4.7 西北大区市场分析
- 5.5 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2018-2024年需求预测分析

- 6.1 医用内窥镜行业领域2018-2024年需求量预测
- 6.2 2018-2024年医用内窥镜行业领域需求产品/服务功能预测
- 6.3 2018-2024年医用内窥镜行业领域需求产品/服务市场格局预测

第三部分 竞争策略篇

第七章 医用内窥镜市场竞争格局分析

- 7.1 行业总体市场竞争状况分析
 - 7.1.1 医用内窥镜行业竞争结构分析
 - (1) 现有企业间竞争
 - (2) 潜在进入者分析
 - (3) 替代品威胁分析
 - (4) 供应商议价能力
 - (5) 客户议价能力
 - (6) 竞争结构特点总结
 - 7.1.2 医用内窥镜行业企业间竞争格局分析
 - 7.1.3 医用内窥镜行业集中度分析
 - 7.1.4 医用内窥镜行业SWOT分析
 - (1) 医用内窥镜行业优势分析
 - (2) 医用内窥镜行业劣势分析
 - (3) 医用内窥镜行业机会分析
 - (4) 医用内窥镜行业威胁分析
- 7.2 中国医用内窥镜行业竞争格局综述
 - 7.2.1 医用内窥镜行业竞争概况
 - (1) 中国医用内窥镜行业品牌竞争格局
 - (2) 医用内窥镜业未来竞争格局和特点

(3) 医用内窥镜市场进入及竞争对手分析

7.2.2 中国医用内窥镜行业竞争力分析

(1) 我国医用内窥镜行业竞争力剖析

(2) 我国医用内窥镜企业市场竞争的优势

(3) 民企、国企、外企比较分析

(4) 医用内窥镜企业竞争能力提升途径

7.2.3 中国医用内窥镜产品竞争力优势分析

(1) 整体产品竞争力评价

(2) 产品竞争力评价结果分析

(3) 竞争优势评价及构建建议

7.2.4 医用内窥镜行业主要企业竞争力分析

7.3 医用内窥镜行业竞争格局分析

7.3.1 国内外医用内窥镜竞争分析

7.3.2 我国医用内窥镜市场竞争分析

7.3.3 我国医用内窥镜市场集中度分析

7.3.4 国内主要医用内窥镜企业动向

7.3.5 国内医用内窥镜企业拟在建项目分析

7.4 医用内窥镜行业并购重组分析

7.4.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析

7.4.2 本土企业投资兼并与重组分析

7.4.3 行业投资兼并与重组趋势分析

7.5 医用内窥镜市场竞争策略分析

7.5.1 产品策略

7.5.2 技术策略

7.5.3 服务策略

7.5.4 品牌策略

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

8.1 行业企业排名分析

8.2 产业结构分析

8.2.1 市场细分充分程度的分析

8.2.2 各细分市场领先企业排名

8.2.3 各细分市场占总市场的结构比例

8.2.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

8.3 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

8.3.1 产业价值链的构成

8.3.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

8.4 产业结构发展预测

8.4.1 产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

8.4.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

8.4.3 中国医用内窥镜行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

9.1 中国医用内窥镜企业总体发展状况分析

9.1.1 医用内窥镜企业主要类型

9.1.2 医用内窥镜企业资本运作分析

9.1.3 医用内窥镜企业创新及品牌建设

9.1.4 医用内窥镜企业国际竞争力分析

9.1.5 2016年医用内窥镜行业企业排名分析

9.2 中国领先医用内窥镜企业经营形势分析

9.2.1 杭州桐庐尖端内窥镜有限公司经营分析

（1）企业发展概况分析

（2）企业产品结构分析

（3）企业技术水平分析

（4）企业经营模式分析

（5）企业产销能力分析

（6）企业经济指标分析

（7）企业主要客户分析

（8）企业竞争优劣势分析

（9）企业最新发展动向

9.2.2 杭州市桐庐医疗光学仪器总厂经营分析

（1）企业发展概况分析

（2）企业产品结构分析

（3）企业技术水平分析

- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.3 杭州好克光电仪器有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.4 飞秒光电科技(西安)有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.5 沈阳沈大内窥镜有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析

- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.6 合肥德铭电子有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.7 天津市企美科技发展有限公司经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析
- (9) 企业最新发展动向

9.2.8 杭州市桐庐医疗仪器厂经营分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业技术水平分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业产销能力分析
- (6) 企业经济指标分析
- (7) 企业主要客户分析

(8) 企业竞争优势分析

(9) 企业最新发展动向

第四部分 趋势策略篇

第十章 2014-2017年中国医用内窥镜行业整体运行指标分析

10.1 中国医用内窥镜行业总体规模分析

10.1.1 企业数量结构分析

10.1.2 人员规模状况分析

10.1.3 行业资产规模分析

10.1.4 行业市场规模分析

10.2 中国医用内窥镜行业产销情况分析

10.2.1 我国医用内窥镜行业产值

10.2.2 我国医用内窥镜行业收入

10.2.3 我国医用内窥镜行业产销率

10.3 中国医用内窥镜行业财务指标总体分析

10.3.1 行业盈利能力分析

10.3.2 行业偿债能力分析

10.3.3 行业营运能力分析

10.3.4 行业发展能力分析

第十一章 2018-2024年医用内窥镜行业前景及趋势预测

11.1 医用内窥镜行业五年规划现状及未来预测

11.1.1 “十二五”期间医用内窥镜行业运行情况

11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响

11.1.3 医用内窥镜行业“十三五”发展方向预测

(1) 医用内窥镜行业“十三五”规划制定进展

(2) 医用内窥镜行业“十三五”规划重点指导

(3) 医用内窥镜行业在“十三五”规划中重点部署

(4) “十三五”时期医用内窥镜行业发展方向及热点

11.2 2018-2024年医用内窥镜市场发展前景

11.2.1 2018-2024年医用内窥镜市场发展潜力

11.2.2 2018-2024年医用内窥镜市场发展前景展望

11.2.3 2018-2024年医用内窥镜细分行业发展前景分析

11.3 2018-2024年医用内窥镜市场发展趋势预测

11.3.1 2018-2024年医用内窥镜行业发展趋势

11.3.2 2018-2024年医用内窥镜市场规模预测

(1) 医用内窥镜行业市场容量预测

(2) 医用内窥镜行业销售收入预测

11.3.3 2018-2024年医用内窥镜行业应用趋势预测

11.3.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测

11.4 2018-2024年中国医用内窥镜行业供需预测

11.4.1 2018-2024年中国医用内窥镜行业供给预测

11.4.2 2018-2024年中国医用内窥镜行业需求预测

11.4.3 2018-2024年中国医用内窥镜行业供需平衡预测

第十二章 我国医用内窥镜行业营销趋势及策略分析

12.1 医用内窥镜行业销售渠道分析

12.1.1 营销分析与营销模式推荐

(1) 渠道构成

(2) 销售贡献比率

(3) 覆盖率

(4) 销售渠道效果

(5) 价值流程结构

(6) 渠道建设方向

12.1.2 医用内窥镜营销环境分析与评价

(1) 国际环境下的医用内窥镜

(2) 企事业需求下的医用内窥镜

(3) 评价

12.1.3 销售渠道存在的主要问题

12.1.4 营销渠道发展趋势与策略

12.2 医用内窥镜行业营销策略分析

12.2.1 中国医用内窥镜营销概况

12.2.2 医用内窥镜营销策略探讨

(1) 中国医用内窥镜产品/服务营销策略浅析

(2) 医用内窥镜新产品/服务的市场推广策略

12.3 医用内窥镜营销的发展趋势

12.3.1 未来医用内窥镜市场营销的出路

12.3.2 中国医用内窥镜营销的趋势预测

第十三章 影响企业生产与经营的关键趋势

13.1 市场整合成长趋势

13.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

13.3 企业区域市场拓展的趋势

13.4 科研开发趋势及替代技术进展

13.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2018-2024年医用内窥镜行业投资价值评估分析

14.1 医用内窥镜行业投资特性分析

14.1.1 医用内窥镜行业进入壁垒分析

14.1.2 医用内窥镜行业盈利因素分析

14.1.3 医用内窥镜行业盈利模式分析

14.2 2018-2024年医用内窥镜行业发展的影响因素

14.2.1 有利因素

14.2.2 不利因素

14.3 2018-2024年医用内窥镜行业投资价值评估分析

14.3.1 行业投资效益分析

14.3.2 产业发展的空白点分析

14.3.3 投资回报率比较高的投资方向

14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十五章 研究结论及发展建议

15.1 医用内窥镜行业研究结论及建议

15.2 医用内窥镜子行业研究结论及建议

15.3 医用内窥镜行业发展建议——ZYCY

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1001/201805/14-261111.html>