

2019-2025年中国互联网+ 血压计行业分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国互联网+血压计行业分析与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/yiliaoqxie/0061896Q8Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

血压计是测量血流压力的器械。以加压空气压迫在局部动脉上，然后观察施加了多大的压力，才能够制止局部动脉的波动。因此，所加的空气压力也就代表了血液流动的压力。

家用血压计，主要是用于家庭。家庭医疗保健已成为现代人的医疗保健时尚。过去人们测量血压必须到医院才行，而今只要拥有了家用电子血压计，坐在家里便可随时监测血压的变化，如发现血压异常便可及时去医院治疗，起到了预防脑出血、心功能衰竭等疾病猝发的作用。

家用电子血压计分为三代，分别是G1-NIBPM结构、G2-NIBPM结构和G3-NIBPM结构。家用电子血压计仪器结构 产品 主要内容 第一代电子血压计G1-NIBPM结构 1) 构成的主要元器件：快速加压气泵或手动加压泵、电子快速排气阀、机械式定速排气阀、气压压力传感器。2) 使用的技术：MWD技术（减压时测量）。3) 测量特点：快速加压到某一压力值，通过一个机械式定速排气阀按2-7mmHg/s的速度放气，并在此放气的过程中进行血压测量。

第二代电子血压计G2-NIBPM结构 1) 构成的主要元器件：加压气泵、电子控制排气阀、气压压力传感器。2) 使用的技术：MWD技术（减压时测量）。3) 测量特点：由于采用了电子控制排气阀的伺服技术（ECV SERVO TECHNOLOGY），定速排气的速度真正做到了定速，并能根据测量者的血压进行智能加压，测量结果更加稳定（其他影响因素除外）。 第三代电子血压计G3-NIBPM结构 1) 构成的主要元器件：伺服加压气泵、电子控制排气阀、气压压力传感器。2) 使用的技术：MWI技术（加压时测量）。3) 测量特点：匀速加压，并在加压的过程中进行血压测量。 资料来源：公开资料整理

血压计产品核心传感器件易购买，组装制造壁垒不高，因此目前市场上生产血压计的企业数量众多，其中日系产品以其强势的品牌和雄厚的技术力量颇受欢迎。

中国市场血压计品牌众多 资料来源：公开资料整理

国产品牌中九安以OEM/ODM起家，在国内也有一定的知名度。目前来看，九安和鱼跃两家上市公司在血压计业务上除了互为对手以外，向上受到日系品牌产品力的强势阻击，向下又受到国产众多品牌对于渠道的激烈抢占，行业整体竞争激烈。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网+血压计行业分析与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了中国血压计行业市场发展环境、中国血压计整体运行态势等，接着分析了中国血压计行业市场运行的现状，然后介绍了中国血压计市场竞争格局。随后，报告对中国血压计做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国血压计行业发展趋势与投资预测。您若想对血压计产业有个系统的了解或者想投资血压计行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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调研数据，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。

报告目录：

第一部分 血压计行业发展环境

第一章 血压计行业发展综述

第一节 血压计行业定义

一、行业定义

二、行业主要应用领域

第二节 血压计行业特征分析

一、产业链分析

二、血压计行业在国民经济中的地位

第三节 血压计行业经济指标分析

一、赢利性

二、竞争激烈程度指标

第二章 2017年中国血压计行业运行环境分析

第一节 血压计行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、血压计行业相关标准

四、行业相关发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、血压计产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、血压计产业发展对社会发展的影响

第四节 行业其他发展环境分析

电子血压计为医疗器械，生产及产品的许可、认证程序非常严格。以中国为例，先要向食品药品监督管理局提交产品标准，随后接受其现场审核，合格后获得医疗器械生产许可证。获得生产许可证后，生产的每一种型号的产品都必须进行产品注册，其中须通过产品标准编制、样机送检、临床实验、质量体系考核等诸多程序。如产品要进入国际市场，特别是目前最大的美国、欧洲市场，还需分别获得FDA、CE认证，并需获得ISO9001、ISO13485质量体系认证。由于国际客户采购大多采取ODM方式，因此要获得大客户的认可也需要长时间的客户资源积累。

根据国家食品药品监督管理局发布的最新数据：截止2017年2月底，国内血压计获批产品总数达到721个，当中国产产品数量为678个，进口产品数量为43个。 我国血压计获批产品数量统计 资料来源：公开资料整理

第二部分 血压计行业运行分析

第三章 2017年中国血压计行业运行分析

第一节 中国血压计行业发展状况分析

一、中国血压计行业发展现状分析

1、血压计行业发展阶段分析

2、血压计行业发展特点分析

3、血压计行业发展有利因素分析

4、血压计行业发展不利因素分析

二、中国血压计行业发展特点分析

第二节 我国血压计行业行业问题和挑战分析

一、我国血压计行业行业问题和挑战

二、中国血压计行业行业对策与建议

第三节 “十三五”血压计行业行业发展预测

第四章 2017年中国血压计行业整体运行指标分析

第一节 血压计行业总体规模分析

第二节 血压计行业产销情况分析

第三节 血压计行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 2017年中国血压计行业供需形势分析

第一节 血压计行业供给分析

一、血压计行业供给分析

二、血压计行业区域供给分析

第二节 血压计行业需求情况

第三节 血压计市场应用及需求预测

第三部分 血压计行业竞争格局

第六章 2017年中国血压计行业产业结构分析

第一节 血压计产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国血压计行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017年中国血压计行业产业链分析

第一节 血压计行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

第二节 血压计上游行业分析

第三节 血压计下游行业分析

第八章 2017年中国血压计行业渠道分析及策略

第一节 血压计行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对血压计行业的影响

三、主要血压计企业渠道策略研究

第二节 血压计行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 血压计行业营销策略分析

一、中国血压计营销概况

二、血压计营销策略探讨

三、血压计营销发展趋势

第九章 2017年中国血压计行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、血压计行业竞争结构分析

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

二、血压计行业企业间竞争格局分析

三、血压计行业集中度分析

四、血压计行业SWOT分析

第二节 血压计行业竞争格局综述

一、血压计行业竞争概况

1、中国血压计行业竞争格局

2、血压计行业未来竞争格局和特点

3、血压计市场进入及竞争对手分析

二、中国血压计行业竞争力分析

1、中国血压计行业竞争力剖析

2、中国血压计企业市场竞争的优势

3、国内血压计企业竞争能力提升途径

三、血压计市场竞争策略分析

第十章 2017年中国血压计重点品牌企业概述

第一节 A公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第二节 B公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第三节 C公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第四节 D公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析

- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第五节 E公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第六节 F公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第七节 G公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析

- 1、企业主要经济指标
- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第八节 H公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
- 1、企业主要经济指标
- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第四部分 血压计行业发展预测

第十一章 2019-2025年中国血压计行业投资前景分析

第一节 血压计市场发展前景

- 一、血压计市场发展潜力
- 二、血压计市场发展前景展望
- 三、血压计细分行业发展前景分析

第二节 血压计市场发展趋势预测

- 一、血压计行业发展趋势

- 二、血压计市场规模预测
- 三、血压计行业应用趋势预测
- 四、2019-2025年细分市场发展趋势预测
- 第三节 血压计行业供需预测
- 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 一、市场整合成长趋势
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 三、企业区域市场拓展的趋势
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展
 - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2019-2025年中国血压计行业投资机会与风险分析

第一节 血压计行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

第二节 血压计行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 血压计行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十三章 2019-2025年中国血压计行业投资战略研究

第一节 血压计行业发展战略研究

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 血压计新产品差异化战略

一、血压计行业投资战略研究

二、血压计行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十四章 ZYLZG研究结论及投资建议

第一节 血压计行业研究结论

第二节 血压计行业投资价值评估

第三节 血压计行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

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：2017年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2017年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2019-2025年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2019-2025年中国GDP增速预测

图表：血压计行业产业链

图表：2011-2017年我国血压计行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业产成品增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2017年我国血压计行业费用使用统计图

图表：2011-2017年我国血压计行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2017年我国血压计行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/0061896Q8Y.html>