

2016-2022年中国医疗护具 市场深度研究与行业竞争对手分析报告

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

《2016-2022年中国医疗护具市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/yiliaoqxie/S57750MRI.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

依照市场定位的不同，护具可以分为运动护具和医疗护具二类，运动护具用于各类运动时适用，穿戴时间较短，起到了一定的运动防护左右；医疗护具多适用与肢体受伤或者康复期，穿戴时间比较长，配合各类物理复健活动时适用，起到康复效果。

依照市场定位的不同,护具可以分为运动护具及医疗护具二类,运动护具用于各类运动时使用,穿戴时间较短,起到一定的运动防护作用；医疗护具多使用于肢体受伤期或康复期,穿戴时间较长,配合各类物理复健活动时使用,起到康复效果。

依照材质来界定,可把护具分类为硬式护具和软式护具二种,无论那一种护具都具有轻便松紧可调、穿戴方便,易保持清洁卫生等特点,它们的制造材料和用途各不相同,消费者可以根据自己的需要选择适合的护具。

软式护具一般由一些柔软弹力布、透气弹力布、橡胶海绵布、皮革等软质材料缝制成,可以根据需要增加少量塑料或金属支撑条,用于一般性保护,比如软护臀、软护膝、软护肘、软护肩、软护背、软护踝和用于保健的袜类等,通过对需要保护或者受伤部位的弹力压迫和合适的免荷支撑固定,可以保护人体的颈部,躯干和四肢的肌肉、韧带、关节等免受损伤,或者作为各种损伤和手术后矫形恢复的辅助治疗,减轻疼痛,具有一定康复保健和运动保护的作用。

至于硬式护具一般由皮革塑胶、软塑胶、金属或其他覆以（柔软）护垫的坚硬物质所制成,其保护性较强,可作为参加一些极限运动的保护措施,较为坚硬的壳可以防止尖锐的撞击,这是软式护具不能保护的,因为在尖锐的撞击下,压强较大,会穿过软式护具伤害到人体,而较硬的外壳不易变形,而且可以让撞击面积加大,以达到减小压强的目的,内称柔软的材料,对撞击压力也有一定缓冲作用。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国医疗护具市场深度研究与行业竞争对手分析报告》共十七章。首先介绍了医疗护具市场发展环境以及全球医疗护具市场发展现状，接着分析了中国医疗护具市场规模及消费需求，然后对中国医疗护具市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医疗护具市场面临的机遇及发展前景。您若想对医疗护具市场有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 中国医疗护具行业发展概述	1
1.1 医疗护具行业发展情况	1
1.1.1 医疗护具定义	1
1.1.2 医疗护具行业发展历程	1
1.2 医疗护具产业链分析	2
1.2.1 产业链模型介绍	2
1.2.2 医疗护具产业链模型分析	5
1.3 中国医疗护具行业经济指标分析	5
1.3.1 赢利性	5
1.3.2 成长速度	5
1.3.3 附加值的提升空间	6
1.3.4 进入壁垒 / 退出机制	6
1.3.5 风险性	6
1.3.6 行业周期	7
1.3.7 竞争激烈程度指标	7
1.3.8 当前行业发展所属周期阶段的判断	7
第二章 中国医疗护具行业市场发展环境分析（PEST分析法）	9
2.1 中国经济环境分析	9
2.1.1 国民经济运行情况GDP	9
2.1.2 消费价格指数CPI、PPI	11
2.1.3 全国居民收入情况	16
2.1.4 恩格尔系数	17
2.1.5 工业发展形势	18
2.1.6 固定资产投资情况	22
2.2 中国医疗护具行业政策环境分析	24
2.2.1 近年来国家以及政府颁布的相关政策法规	24
2.2.2 相关政策法规对市场的影响程度	26
2.2.3 医疗护具市场国家宏观发展规划调控方向	27
2.3 中国医疗护具行业社会环境分析	28
一、人口环境分析	28

二、教育环境分析	30
三、文化环境分析	32
四、生态环境分析	34
五、中国城镇化率	36
六、居民的各种消费观念和习惯	36
2.4 中国医疗护具行业技术环境分析	43
第三章 医疗护具产品生产工艺及技术趋势研究	44
3.1 质量指标情况	44
3.2 国外主要生产工艺	44
3.3 国内主要生产方法	44
3.4 国内外技术对比分析	45
3.5 国内外最新技术进展及趋势研究	45
第四章 全球医疗护具产品市场运行态势分析	46
4.1 全球医疗护具产品市场现状分析	46
4.1.1 全球医疗护具产品市场供需分析	46
4.1.2 全球医疗护具产品价格走势分析	50
4.1.3 全球医疗护具产品市场运行特征分析	50
4.2 全球医疗护具产品主要国家及地区发展情况分析	51
4.2.1 美国	51
4.2.2 亚洲	53
4.2.3 欧洲	54
4.3 全球医疗护具产品外商在华投资动态	56
第五章 国内医疗护具产品市场运行结构分析	58
5.1 国内医疗护具产品市场规模分析	58
5.1.1 总量规模	58
5.1.2 增长速度	59
5.1.3 市场季节变动分析	59
5.2 国内外医疗护具产品市场供给平衡性分析	59

第六章 最近3年中国医疗护具行业市场现状运营分析 61

6.1 医疗护具市场现状分析及预测 61

6.1.1 最近3年中国医疗护具市场规模分析 61

6.1.2 2016-2022年中国医疗护具市场规模预测 61

6.2 医疗护具产品产能分析及预测 62

6.2.1 最近3年中国医疗护具产能分析 62

6.2.2 2016-2022年中国医疗护具产能预测 62

6.3 医疗护具产品产量分析及预测 63

6.3.1 最近3年中国医疗护具产量分析 63

6.3.2 2016-2022年中国医疗护具产量预测 63

6.4 医疗护具市场需求分析及预测 64

6.4.1 最近3年中国医疗护具市场需求分析 64

6.4.2 2016-2022年中国医疗护具市场需求预测 64

6.5 医疗护具价格趋势分析 65

6.5.1 最近3年中国医疗护具市场价格分析 65

6.5.2 2016-2022年中国医疗护具市场价格预测 65

6.6 医疗护具产品市场容量分析及预测 66

6.6.1 最近3年中国医疗护具市场容量分析 66

6.6.2 2016-2022年中国医疗护具市场容量预测 67

6.7 医疗护具行业生产分析 68

6.7.1 产品及原材料进口、自有比例 68

6.7.2 国内产品及原材料生产基地分布 68

6.7.3 产品及原材料产业集群发展分析 69

6.7.4 产品及原材料产能情况分析 69

6.8 最近3年医疗护具行业市场供给分析 70

6.8.1 医疗护具生产规模现状 70

6.8.2 医疗护具产能规模分布 70

6.8.3 医疗护具市场价格走势 71

6.8.4 医疗护具重点厂商分布 71

6.8.5 医疗护具产供状况分析 71

第七章 医疗护具国内拟在建项目分析及竞争对手动向 72

7.1 国内主要竞争对手动向 72

7.2 国内拟在建项目分析 72

第八章 最近3年医疗护具行业主要原材料采购状况分析 74

8.1 最近3年医疗护具成本分析 74

8.1.1 原材料成本走势分析 74

8.1.2 劳动力供需及价格分析 74

8.1.3 其他方面成本走势分析 74

8.2 上游原材料价格与供给分析 75

8.2.1 主要原材料情况 75

8.2.2 主要原材料价格与供给分析 75

8.2.3 2016-2022年主要原材料市场变化趋势预测 87

8.3 医疗护具产业链的分析 87

8.3.1 行业集中度 87

8.3.2 主要环节的增值空间 88

8.3.3 行业进入壁垒和驱动因素 89

8.3.4 上下游产业影响及趋势分析 91

第九章 最近4年国内医疗护具产品进出口贸易分析 93

9.1 最近4年国内医疗护具产品进口情况分析 93

9.2 最近4年国内医疗护具产品出口情况分析 93

9.3 最近4年国内进出口相关政策及税率研究 93

9.4 代表性国家和地区进出口市场分析 94

9.5 2016-2022年医疗护具产品进出口预测分析 95

第十章 最近3年中国医疗护具市场竞争格局分析 97

10.1 行业竞争结构分析 97

10.1.1 现有企业间竞争 97

10.1.2 潜在进入者分析 97

10.1.3 替代品威胁分析 98

10.1.4 供应商议价能力 98

10.1.5 客户议价能力 98

10.2 行业集中度分析	98
10.2.1 市场集中度分析	98
10.2.2 企业集中度分析	99
10.2.3 区域集中度分析	99
10.3 行业国际竞争力比较	99
10.3.1 生产要素	99
10.3.2 需求条件	100
10.3.3 支援与相关产业	101
10.3.4 企业战略、结构与竞争状态	102
10.3.5 政府的作用	103
10.4 医疗护具竞争力优势分析	104
10.4.1 整体产品竞争力评价	104
10.4.2 产品竞争力评价结果分析	104
10.4.3 竞争优势评价及构建建议	104
10.5 医疗护具行业竞争格局分析	105
10.5.1 医疗护具行业竞争分析	105
10.5.2 国内外医疗护具竞争分析	105
10.5.3 中国医疗护具市场竞争分析	106
10.5.4 中国医疗护具市场集中度分析	106
10.5.5 中国医疗护具竞争对手市场份额	106
10.5.6 中国医疗护具主要品牌企业梯队分布	107

第十一章 行业成长性分析	108
11.1 最近3年行业销售收入增长分析	108
11.2 最近3年行业总资产增长分析	108
11.3 最近3年行业固定资产增长分析	108
11.4 最近3年行业净资产增长分析	109
11.5 最近3年行业利润增长分析	109
11.6 2016-2022年行业增长预测	109

第十二章 行业盈利能力分析	110
12.1 最近3年行业销售毛利率	110

12.2 最近3年行业销售利润率	110
12.3 最近3年行业总资产利润率	111
12.4 最近3年行业净资产利润率	111
12.5 最近3年行业产值利税率	112
12.6 2016-2022年行业盈利能力预测	112
第十三章 最近3年中国医疗护具行业营销策略和销售渠道考察	113
13.1 中国医疗护具行业目前主要营销渠道分析	113
13.2 中国医疗护具行业重点企业营销策略	114
13.3 中国医疗护具行业产品营销策略建议	115
13.4 中国医疗护具行业营销渠道变革	119
13.4.1 医疗护具行业营销渠道新理念	119
13.4.2 医疗护具行业渠道管理新发展	119
13.4.3 当前中国中小企业的外部营销环境	120
13.4.4 中小企业营销渠道存在的问题和不足	122
13.5 中国医疗护具行业营销渠道发展趋势点评	123
13.5.1 营销渠道结构扁平化	123
13.5.2 营销渠道终端个性化	124
13.5.3 营销渠道关系互动化	124
13.5.4 营销渠道商品多样化	125
第十四章 中国医疗护具产业市场营销策略竞争深度研究	126
14.1 不同规模企业市场营销策略竞争分析	126
14.1.1 不同规模企业市场产品策略	126
14.1.2 不同规模企业市场渠道策略	127
14.1.3 不同规模企业市场价格策略	127
14.1.4 不同规模企业广告媒体策略	128
14.1.5 不同规模企业客户服务策略	129
14.2 不同所有制企业市场营销策略竞争分析	129
14.2.1 不同所有制企业市场产品策略	129
14.2.2 不同所有制企业市场渠道策略	130
14.2.3 不同所有制企业市场价格策略	130

14.2.4 不同所有制企业广告媒体策略	131
14.2.5 不同所有制企业客户服务策略	132
14.3 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点	133
第十五章 中国医疗护具重点企业竞争力分析	135
15.1 深圳沃勒尔运动用品有限公司	135
15.1.1 企业概况	135
15.1.2 企业财务指标	135
15.1.3 企业竞争优势分析	136
15.1.4 企业主营产品分析	136
15.1.5 企业经营情况分析	136
15.1.6 企业发展新动态与战略规划分析	137
15.2 中山市立富运动用品有限公司	137
15.2.1 企业概况	137
15.2.2 企业财务指标	138
15.3 东莞市寮步同兴运动用品厂	139
15.3.1 企业概况	139
15.3.2 企业财务指标	139
15.4 江都区富民奔腾文体用品厂	141
15.4.1 企业概况	141
15.4.2 企业财务指标	141
15.5 博道(大连)医疗器械有限公司	142
15.5.1 企业概况	142
15.5.2 企业财务指标	143
15.6 东莞市逸铭实业有限公司	144
15.6.1 企业概况	144
15.6.2 企业财务指标	145
15.7 其他重点优势企业分析	146
第十六章 最近3年医疗护具地区销售情况及竞争力深度研究	147
16.1 中国医疗护具各地区对比销售分析	147
16.2 “东北地区”销售分析	147

16.2.1 最近3年东北地区销售规模	147
16.2.2 东北地区“规格”销售分析	149
16.2.3 最近3年东北地区“规格”销售规模分析	149
16.3 “华北地区”销售分析	150
16.3.1 最近3年华北地区销售规模	150
16.3.2 华北地区“规格”销售分析	151
16.3.3 最近3年华北地区“规格”销售规模分析	151
16.4 “华东地区”销售分析	152
16.4.1 最近3年华东地区销售规模	152
16.4.2 华东地区“规格”销售分析	153
16.4.3 最近3年华东地区“规格”销售规模分析	154
16.5 “华南地区”销售分析	154
16.5.1 最近3年华南地区销售规模	154
16.5.2 华南地区“规格”销售分析	155
16.5.3 最近3年华南地区“规格”销售规模分析	156
16.6 “西北地区”销售分析	156
16.6.1 最近3年西北地区销售规模	156
16.6.2 西北地区“规格”销售分析	157
16.6.3 最近3年西北地区“规格”销售规模分析	158
16.7 “华中地区”销售分析	158
16.7.1 最近3年华中地区销售规模	158
16.7.2 华中地区“规格”销售分析	159
16.7.3 最近3年华中地区“规格”销售规模分析	160
16.8 “西南地区”销售分析	160
16.8.1 最近3年西南地区销售规模	160
16.8.2 西南地区“规格”销售分析	161
16.8.3 最近3年西南地区“规格”销售规模分析	162
第十七章 最近3年医疗护具下游应用行业发展分析	163
17.1 下游应用行业发展状况	163
17.2 下游应用行业市场集中度	167
17.3 下游应用行业发展趋势	168

17.4 下游行业需求分析	169
17.4.1 下游行业发展现状与前景	169
17.4.2 下游行业领域应用现状	170
17.4.3 下游行业对医疗护具的需求规模	171
17.4.4 下游行业医疗护具行业主要企业及经营情况	172
17.4.5 下游行业医疗护具需求前景	175
第十八章 2016-2022年医疗护具行业前景展望	176
18.1 2016-2022年行业供求形势展望	176
18.1.1 上游原料供应预测及市场情况	176
18.1.2 2016-2022年医疗护具下游需求行业发展展望	177
18.1.3 2016-2022年医疗护具行业产能预测	178
18.1.4 进出口形势展望	178
18.2 医疗护具市场前景分析	179
18.2.1 医疗护具市场容量分析	179
18.2.2 医疗护具行业利好利空政策	179
18.2.3 医疗护具行业发展前景分析	180
18.3 医疗护具未来发展预测分析	181
18.3.1 中国医疗护具发展方向分析	181
18.3.2 2016-2022年中国医疗护具行业发展规模	181
18.3.3 2016-2022年中国医疗护具行业发展趋势预测	181
18.4 2016-2022年医疗护具行业供需预测	182
18.4.1 2016-2022年医疗护具行业供给预测	182
18.4.2 2016-2022年医疗护具行业需求预测	182
18.5 影响企业生产与经营的关键趋势	183
18.5.1 市场整合成长趋势	183
18.5.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测	183
18.5.3 企业区域市场拓展的趋势	184
18.5.4 科研开发趋势及替代技术进展	184
18.5.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势	184
18.5.6 中国医疗护具行业SWOT分析	185
18.6 行业市场格局与经济效益展望	186

18.6.1 市场格局展望	186
18.6.2 经济效益预测	187
18.7 总体行业“十三五”整体规划及预测	188
18.7.1 2016-2022年医疗护具行业国际展望	188
18.7.2 2016-2022年国内医疗护具行业发展展望	188
第十九章 2016-2022年医疗护具行业投资机会与风险分析	189
19.1 投资环境的分析与对策	189
19.2 投资机遇分析	189
19.3 投资风险分析	189
19.3.1 政策风险	189
19.3.2 经营风险	190
19.3.3 技术风险	190
19.3.4 进入退出风险	190
19.4 投资策略与建议	191
19.4.1 企业资本结构选择	191
19.4.2 企业战略选择	191
19.4.3 投资区域选择	192
19.4.4 专家投资建议	192
第二十章 2016-2022年医疗护具行业盈利模式与营销战略分析	194
20.1 我国医疗护具行业商业模式探讨	194
20.1.1 行业国内营销模式分析	194
20.1.2 行业主要销售渠道分析	195
20.1.3 行业促销方式分析	196
20.2 市场的重点客户战略实施研究	196
20.3 医疗护具行业企业品牌营销战略分析	200
20.3.1 产品质量保证	200
20.3.2 生产技术提升	201
20.3.3 产品结构调整	201
20.3.4 产品销售网络	201
20.3.5 品牌宣传策略	202

20.3.6 销售服务策略	202
20.3.7 品牌保护策略	202
20.3.8 品牌发展战略分析	205
20.4 我国医疗护具行业发展与投资注意事项分析	206
20.4.1 产品技术应用注意事项	206
20.4.2 项目投资注意事项	206
20.4.3 产品生产开发注意事项	207
20.4.4 产品销售注意事项	208
20.5 最优投资路径设计 (zyzl)	208
20.5.1 投资对象	208
20.5.2 投资模式	209
20.5.3 预期财务状况分析	210
20.5.4 风险资本退出方式	210

第二十一章 2016-2022年医疗护具行业项目投资建议 212

21.1 中国生产、营销企业投资运作模式分析	212
21.2 外销与内销优势分析	212
21.3 2016-2022年全国投资规模预测	213
21.4 2016-2022年医疗护具行业投资收益预测	213
21.5 2016-2022年医疗护具项目投资建议	214
21.6 2016-2022年医疗护具项目融资建议	214

第二十二章 2016-2022年中国医疗护具项目融资问题分析 216

22.1 2016-2022年中国医疗护具项目的融资演变	216
22.2 2016-2022年中国医疗护具项目特点、融资特点及影响因素分析	216
22.2.1 医疗护具及其项目的主要特点	216
22.2.2 医疗护具项目的融资特点	217
22.2.3 医疗护具项目的融资相关影响因素	217
22.3 2016-2022年中国医疗护具项目的融资对策	218
22.3.1 从产业链的整体考虑项目的融资	218
22.3.2 从产业链的三个环节考虑项目的融资	218
22.3.3 采用多种形式进行项目融资	219

22.3.4 本国筹资的重要性	219
22.3.5 有效吸引私人投资	219
22.3.6 政府的政策支持	219
22.4 专家建议	220

图表目录：部分

图表：民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2015年1-4月份民间固定资产投资主要数据

图表：我国护具行业相关标准

图表：2007-2014年全球大健康产业规模走势图（亿美元）

图表：全球知名医疗护具生产企业一览

图表：2011-2014年全球医疗护具市场规模走势图（亿美元）

图表：2011-2014全球医疗护具产品价格走势（美元/件）

图表：2014年全球医疗护具消费区域分布格局

图表：2011-2014年全球医疗护具产品消费区域分布格局

图表：2007-2014年美国医疗卫生支出规模走势图（亿美元）

图表：2011-2014年美国医疗护具市场规模走势图（亿美元）

图表：2011-2014年亚洲医疗护具市场规模走势图（亿美元）

图表：2007-2014年欧盟医疗卫生产业规模走势图（亿美元）

图表：2011-2014年我国医疗护具行业市场规模（亿元）

图表：2016-2022年中国医疗护具市场规模预测（亿元）

图表：2011-2014年中国医疗护具产能（万件）

图表：2016-2022年中国医疗护具产能预测（万件）

图表：2011-2014年中国医疗护具行业需求情况（万件）

图表：2011-2014年中国医疗护具行业市场价格（元/件）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/S57750OMRI.html>