

2015-2020年中国彩超行业 态势分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国商超行业态势分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qixie1502/E64775ALW4.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】2026-05-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告目录：

- 第一章 彩超的定义、分类和用途 1
 - 第一节 彩超的定义 1
 - 第二节 彩超的分类 1
 - 第三节 彩超的主要应用领域 2
 - 第四节 中国彩超的发展方向 and 趋势预测 4
- 第二章 中国彩超生产分析 6
 - 第一节 中国彩超产量分析 6
 - 第二节 近两年新产品分析 7
 - 第三节 中国彩超产能分析 7
 - 第四节 中国彩超制造装备分析 11
 - 第五节 中国彩超生产集中度分析 12
 - 第六节 中国彩超生产存在的机遇和挑战 12
- 第三章 中国彩超消费与需求分析 14
 - 第一节 中国彩超市场的总体容量 14
 - 第二节 近年中国彩超的消费量（有效需求）分析 17
 - 第三节 消费者消费偏好调查分析 22
 - 第四节 近年中国彩超潜在的需求量调查分析 23
 - 第五节 未来五年中国彩超潜在需求量调查分析 24
- 第四章 彩超的客户群体分析 26
 - 第一节 医院系统 26
 - 第二节 计生系统 28
- 第五章 彩超的销售分析 30
 - 第一节 中国医院的体制及其采购制度 30
 - 第二节 彩超的销售渠道和销售方式 30
 - 第三节 彩超销售的特点 31
 - 第四节 当前潜规则在销售中的作用 32
- 第六章 彩超的进出口分析 33
 - 第一节 彩超进口分析 33
 - 第二节 彩超出口分析 33

| | |
|-------------------------|----|
| 第三节 彩超进出口对比分析 | 34 |
| 第七章 彩超价格分析 | 36 |
| 第一节 2007年中国各型号彩超价格分析 | 36 |
| 第二节 中外同类彩超价格对比分析 | 36 |
| 第三节 中国彩超价格居高不下的主要原因分析 | 36 |
| 第四节 中国彩超价格发展趋势分析 | 36 |
| 第八章 彩超科研及技术分析 | 37 |
| 第一节 我国彩超制造技术现状 | 37 |
| 第二节 我国彩超科研与技术开发分析 | 38 |
| 第三节 中外技术的差距及产生差距的原因 | 39 |
| 第四节 未来技术发展方向 | 39 |
| 第五节 提高我国彩超科研及技术水平应采取的对策 | 40 |
| 第九章 中国彩超竞争力和市场竞争格局分析 | 41 |
| 第一节 中国彩超竞争力分析 | 41 |
| 第二节 中国彩超市场竞争格局分析 | 42 |
| 第十章 华北地区 | 44 |
| 第一节 需求量 | 44 |
| 第二节 购买力 | 44 |
| 第三节 主要购买方式 | 44 |
| 第十一章 东北地区 | 45 |
| 第一节 需求量 | 45 |
| 第二节 购买力 | 45 |
| 第三节 主要购买方式 | 45 |
| 第十二章 西北地区 | 46 |
| 第一节 需求量 | 46 |
| 第二节 购买力 | 46 |
| 第三节 主要购买方式 | 46 |
| 第十三章 华中地区 | 47 |
| 第一节 需求量 | 47 |
| 第二节 购买力 | 47 |
| 第三节 主要购买方式 | 47 |
| 第十四章 华南地区 | 48 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 第一节 需求量 | 48 |
| 第二节 购买力 | 48 |
| 第三节 主要购买方式 | 48 |
| 第十五章 华东地区 | 49 |
| 第一节 需求量 | 49 |
| 第二节 购买力 | 49 |
| 第三节 主要购买方式 | 49 |
| 第十六章 西南地区 | 50 |
| 第一节 需求量 | 50 |
| 第二节 购买力 | 50 |
| 第三节 主要购买方式 | 50 |
| 第十七章 核心竞争对手调研分析 | 53 |
| 第一节 美国GE医疗系统集团 | 53 |
| 第二节 荷兰皇家飞利浦医疗系统集团（含惠普彩超） | 57 |
| 第三节 德国西门子医疗系统集团 | 63 |
| 第四节 韩国麦迪逊医疗器械有限公司 | 70 |
| 第五节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 | 73 |
| 第六节 沈阳东软数字医疗系统股份有限公司 | 79 |
| 第七节 东软飞利浦医疗设备系统有限责任公司（沈阳） | 89 |
| 第八节 深圳市开立科技有限公司 | 91 |
| 第九节 汕头超声仪器研究所 | 96 |
| 第十节 无锡海鹰电子医疗系统有限公司 | 100 |
| 第十一节 日本东芝医疗系统株式会社 | 102 |
| 第十八章 潜在竞争对手调研分析 | 107 |
| 第一节 苏州中加医疗科技有限公司 | 107 |
| 第二节 日本阿洛卡公司 | 110 |
| 第三节 日本日立医疗器械株式会社 | 115 |
| 第四节 美国索诺声（Sonosite）公司 | 118 |
| 第五节 意大利百胜公司 | 121 |
| 第十九章 中国彩超行业发展预测 | 129 |
| 第一节 行业发展周期分析 | 129 |
| 第二节 未来五年行业总体发展趋势 | 129 |

第三节 便携式彩超的趋势预测分析 129

第四节 未来五年行业发展预测 130

第二十章 中国彩超行业投资分析 132

第一节 行业投资机会分析 132

第二节 行业投资价值分析 132

第三节 行业投资前景分析 134

图表目录：

图表1 我国彩超产量情况 单位：台

图表2 主要彩超生产企业产能对比图

图表3 我国彩超销售额 单位：亿元

图表4 2010-2014年我国彩超销售额预测 单位：亿元

图表5 全国卫生机构数 单位：所

图表6 全国医院数 单位：所

图表7 各国医疗消费占国民生产总值的比重

图表8 各国人均医疗消费 单位：美元

图表9 中国电子医疗市场规模 单位：亿元

图表10 主要医疗电子产品市场占有率

图表11 我国彩超消费量 单位：台

图表12 中国各型号彩超消费量分析 单位：台

图表13 价格在150万元以上彩超消费量 单位：台

图表14 价格在70-150万元之间的彩超消费量 单位：台

图表15 价格在50-70万元之间的彩超消费量 单位：台

图表16 价格在40-50万元之间的彩超消费量 单位：台

图表17 价格在30-40万元之间的彩超消费量 单位：台

图表18 国产彩超和进口彩超总消费量对比图 单位：台

图表19 2010-2014年我国彩超市场潜在需求量预测 单位：台

图表20 我国彩超进口主要来源国及占比

图表21 我国彩超出口金额 单位：万美元

图表22 我国彩超出口主要目的国及占比

图表23 中国彩超设备的成本构成比例

图表24 华北地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表25 东北地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表26 西北地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表27 华中地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表28 华南地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表29 华东地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表30 西南地区彩超行业相关指标比重以及在全国的排名

图表31 我国彩超行业各地区利润分布情况

图表32 我国彩超行业各地区资产分布情况

图表33 我国彩超行业各地区销售收入分布情况

图表34 各地区GDP及占比情况 单位：亿元

图表35 GE 部分彩超产品技术参数

图表36 飞利浦部分彩超产品技术参数

图表37 西门子部分彩超产品技术参数

图表38 深圳迈瑞主要彩超产品

图表39 迈瑞生物部分彩超产品技术参数

图表40 迈瑞公司净利润 单位 百万元人民币

图表41 迈瑞公司国内和国际销售额情况 单位：百万元人民币

图表42 迈瑞公司各业务收入所占比重

图表43 东软部分彩超技术参数

图表44 东软数字医疗技术研发人员占比情况

图表45 东软数字医疗系统人员教育程度构成图

图表46 东软集团各业务所占比重

图表47 2014年东软医疗销售收取

图表48 开立科技部分彩超产品技术参数

图表49 汕头超声仪器研究所主要彩超产品

图表50 汕头超声仪器研究所国内销售网点一览

图表51 东芝医疗（中国）有限公司发展历程

图表52 东芝医疗主要彩超系列产品

图表53 东芝部分彩超产品技术参数

图表54 苏州中加医疗科技公司销售网络图

图表55 阿洛卡公司主要彩超型号

图表56 阿洛卡公司在华的分支机构

图表57 阿洛卡公司部分彩超产品技术参数

图表58 日立医疗器械株式会社主要彩超产品

图表59 美国索洛声公司总收入情况 单位：百万美元

图表60 百胜公司部分产品技术参数

图表61 2015-2020年我国彩超销售量预测 单位：亿元

图表62 我国彩超行业盈利能力

图表63 我国彩超行业发展能力

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qixie1502/E64775ALW4.html>