

2016-2022年中国血浆置换 市场分析与投资前景研究报告

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

《2016-2022年中国血浆置换市场分析与投资前景研究报告》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/qitayiyao1511/057504NOKI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国血浆置换市场分析与投资前景研究报告》共七章。报告介绍了血浆置换行业相关概述、中国血浆置换产业运行环境、分析了中国血浆置换行业的现状、中国血浆置换行业竞争格局、对中国血浆置换行业做了重点企业经营状况分析及中国血浆置换产业发展前景与投资预测。您若想对血浆置换产业有个系统的了解或者想投资血浆置换行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 血浆置换市场发展概况 1

第一节 血浆置换市场及产品介绍 1

第二节 2014-2015年血浆置换市场发展概况 3

第三节 血浆置换市场相关政策法规 6

第四节 2016-2022年血浆置换市场发展前景预测 10

一、产业宏观环境 10

二、社会发展环境 11

第五节 行业技术水平 16

第六节 市场推广在血浆置换行业的重要性 22

第七节 营销渠道建设是血浆置换市场竞争的关键 29

第二章 血浆置换市场容量/市场规模分析 31

第一节 2012-2014年血浆置换市场容量/市场规模统计 31

第二节 血浆置换下游应用市场结构 35

第三节 影响血浆置换市场容量/市场规模增长的因素 42

第四节 2016-2022年我国血浆置换市场容量/市场规模预测 55

第三章 血浆置换市场推广策略研究 58

第一节 血浆置换行业新品推广模式研究 58

第二节 血浆置换市场终端产品发布特点 59

第三节 血浆置换市场中间商、代理商参与机制 64

一、购买行为分析	64
二、终端顾客关注的要素	64
三、终端顾客采购行为特点	66
第四节 血浆置换市场网络推广策略研究	67
一、网络推广渠道的重要性	67
二、渠道销售现状	68
三、互联网+医疗器械	71
四、细分目标市场的选择	75
第五节 血浆置换市场推广与配套供货渠道建立	83
第六节 血浆置换新产品推广常见问题	84
第七节 直销模式在血浆置换推广过程中的应用	84
第八节 国外血浆置换市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）	85

第四章 血浆置换盈利模式研究 87

第一节 血浆置换市场盈利模式的分类	87
第二节 血浆置换生产企业的盈利模式研究	90
第三节 血浆置换经销代理商盈利模式研究	92
第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响	95
第五节 独立经销网络盈利模式改进研究	96
一、1P+3P模式在行业营销中的适用性	96
二、以产品策略为主，价格、促销、渠道为辅的营销策略探究	98
三、1P+3P模式运作的风险分析	101
四、1P+3P模式营销组合策略实施的保障	103
第六节 第三方经销网络优化管理研究	104
一、加强营销管理	104
二、营销组合策略的评价	108

第五章 血浆置换营销渠道建立策略 119

第一节 全自动血液净化市场营销渠道结构	119
一、长度结构	119
二、宽度结构	120
三、广度结构	120

第二节 血浆置换市场伙伴型渠道研究	121
第三节 血浆置换市场直接分销渠道与间接分销渠道管理	122
一、直接分销渠道	122
二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）	124
第四节 大客户直供销售渠道建立策略	126
第五节 网络经销渠道优化	128
第六节 渠道经销管理问题	129
一、现金流管理	129
二、货品进出物流管理	132
三、售后服务	133
第六章 血浆置换市场客户群研究与渠道匹配分析	135
第一节 血浆置换主要客户群消费特征分析	135
第二节 血浆置换主要销售渠道客户群稳定性分析	138
第三节 大客户经销渠道构建问题研究	142
第四节 渠道经销商维护策略研究	143
第五节 渠道经销商维护策略研究	150
第六节 血浆置换市场行业的周期性、区域性或季节性特征	155
第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例	156
第一节 金卫医疗集团有限公司	156
一、企业介绍与血浆置换相关业务	156
二、2012-2014年产销统计数据	159
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	161
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	162
第二节 山东威高集团医用高分子制品股份有限公司	162
一、企业介绍与血浆置换相关业务	162
二、2012-2014年产销统计数据	162
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	165
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	166
第三节 珠海健帆生物科技股份有限公司	166
一、企业介绍与血浆置换相关业务	166

二、2012-2014年产销统计数据	167
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	169
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	170
第四节 蓝帆集团	170
一、企业介绍与血浆置换相关业务	170
二、2012-2014年产销统计数据	171
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	172
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	173
第五节 百特中国	174
一、企业介绍与血浆置换相关业务	174
二、2012-2014年产销统计数据	175
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	176
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	176
第六节 广东宝莱特医用科技股份有限公司	177
一、企业介绍与血浆置换相关业务	177
二、2012-2014年产销统计数据	178
三、企业血浆置换市场推广策略与渠道管理	180
四、血浆置换营销体系布局与商务政策设计分析	181

图表目录：

图表：血浆置换产品特点分析	2
图表：血浆分离器产品	3
图表：医疗器械监督管理按类别分	7
图表：我国城乡居民家庭人均可支配收入	11
图表：我国城乡居民医疗消费支出	12
图表：我国城乡居民医疗参保统计	13
图表：我国医疗卫生机构诊疗次数统计	14
图表：血液净化技术原理及应用比较	17
图表：血液净化各技术用途比较	18
图表：膜式与离心式血浆分离技术比较	18
图表：亲和型免疫吸附剂	22
图表：2016-2022年中国血液透析病人数量测算	26

图表：血液透析机生产厂家 27

图表：血液透析机市场份额情况 27

图表：国内外透析器生产企业 28

图表：血液透析器市场份额情况 28

图表：2012-2015年中国血浆置换市场规模 31

图表：2012-2015年中国血液灌流器市场 34

图表：中国血浆置换下游应用市场结构 36

图表：血浆置换的并发症 37

图表：血浆置换成效对比 46

图表：血浆置换术成效—对血液、血浆黏稠度与红血球凝集的功效 46

图表：血浆置换术成效—治疗后血浆粘度和HCT比较 46

图表：血浆置换术追踪家族性高胆固醇病患六年 47

图表：血浆分离治疗前后数据 47

图表：2016-2022年我国血浆置换市场规模预测 56

图表：血浆置换流程 60

图表：珠海健帆生物科技股份有限公司产品销售业绩参考 68

图表：血浆置换市场整体营销模式 68

图表：珠海健帆生物科技股份有限公司学术活动营销情况 69

图表：经销商买断式的销售模式 69

图表：乐普医疗互联网服务生态系统 74

图表：血浆置换治疗细分市场结构 75

图表：目标市场销售三阶段 81

图表：主要竞争对手的销售渠道 84

图表：血浆置换生产企业主要盈利模式 90

图表：营销组合模式实施效果评价指标 111

图表：渠道分销管理 122

图表：美国对慢性肾病的分类 140

图表：各国ESRD患病率统计 141

图表：慢性肾衰竭原发病占比统计 142

图表：全国ESRD患者数量以及透析病人基础治疗费用测算 143

图表：2016-2022年中国肾病医院市场规模预测 143

图表：社会化媒体服务融合渠道 144

图表：金卫医疗集团有限公司业务架构分析	156
图表：2014年金卫医疗集团有限公司业务收入分析	159
图表：2014年金卫医疗集团有限公司分部经营指标分析	159
图表：2013-2015年金卫医疗集团有限公司资产负债表	160
图表：2013-2015年金卫医疗集团有限公司现金流量表	160
图表：2013-2015年金卫医疗集团有限公司综合损益表	161
图表：2013-2014年山东威高集团医用高分子制品股份有限公司业务收入分析	162
图表：2012-2014年山东威高集团医用高分子制品股份有限公司资产负债表	163
图表：2012-2014年山东威高集团医用高分子制品股份有限公司现金流量表	164
图表：2013-2014年山东威高集团医用高分子制品股份有限公司综合损益表	165
图表：珠海健帆生物科技股份有限公司主营业务收入——产品结构	167
图表：珠海健帆生物科技股份有限公司主营业务收入——渠道结构	167
图表：珠海健帆生物科技股份有限公司产品销售业绩	168
图表：珠海健帆生物科技股份有限公司一次性使用血液灌流器产品各型号产品销售情况	168
图表：珠海健帆生物科技股份有限公司公司前十大客户	169
图表：2014年蓝帆集团主营业务结构分析	171
图表：2013年蓝帆集团主营业务结构分析	171
图表：2013-2015年蓝帆集团成长能力分析	172
图表：2013-2015年蓝帆集团盈利能力分析	172
图表：2013-2015年蓝帆集团财务风险能力分析	172
图表：百特中国工厂分布图	176
图表：2014年广东宝莱特医用科技股份有限公司主营业务结构	178
图表：2013年广东宝莱特医用科技股份有限公司主营业务结构	178
图表：2013-2015年第一季度广东宝莱特医用科技股份有限公司成长能力分析	179
图表：2013-2015年第一季度广东宝莱特医用科技股份有限公司盈利能力分析	179
图表：2013-2015年第一季度广东宝莱特医用科技股份有限公司财务风险分析	179
略……	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1511/057504NOKI.html>