

2015-2022年中国车针市场 深度调研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

《2015-2022年中国车针市场深度调研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/qixie1508/493271UMG7.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】2015-08-18

【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《2015-2022年中国车针市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了车针行业相关概述、中国车针产业运行环境、分析了中国车针行业的现状、中国车针行业竞争格局、对中国车针行业做了重点企业经营状况分析及中国车针产业发展前景与投资预测。您若想对车针产业有个系统的了解或者想投资车针行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

车针是口腔科医生用的耗材类用具，是一根很细小的钢针，这根针由针头和针柄组成，可插入高速手机上使用，帮助口腔科医生开牙洞，修牙齿。如果把口腔医生用手机比喻为手持钻机的话，车针就相当于钻机上的钻头。

报告目录：

第一部分 行业概况分析

第一章 车针产品概述 1

第一节 产品定义 1

第二节 产品用途与特点 3

第三节 行业生命周期分析 8

第二章 车针行业环境分析 12

第一节 我国经济发展环境分析 12

一、经济发展状况 12

二、居民消费价格指数分析 29

三、收入增长情况 33

四、固定资产投资 51

五、社会消费品零售额分析 56

六、存贷款利率及汇率变化 62

七、城镇人员从业状况 71

八、2015-2022年我国宏观经济发展预测 75

第二节 我国社会环境分析 83

一、人口环境分析 83

二、教育环境分析	85
三、文化环境分析	93
四、生态环境分析	99
第三节 我国车针行业政策环境分析	102
一、车针行业政策分析	102
二、相关产业政策影响分析	111
第四节 国家“十二五”规划解读	119
一、加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面	119
二、坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展	121
三、推进农业现代化，加快社会主义新农村建设	122
四、发展现代产业体系，提高产业核心竞争力	124
五、促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化	126
六、加快建设资源节约型、环境友好型社会	127
七、加快建设创新型国家	129
八、建立健全基本公共服务体系	131
九、提升国家文化软实力	133
十、完善社会主义市场经济体制	135
十一、实施互利共赢的开放战略	137
第五节 我国车针行业技术环境分析	140
一、我国车针技术发展概况	140
二、我国车针产品工艺特点或流程	142
三、我国车针行业技术发展趋势	142

第二部分 行业发展分析

第三章 车针行业产业链分析 145

第一节 车针产业链分析 145

一、产业链模型介绍 145

二、车针产业链模型分析 145

第二节 行业产业链发展状况分析 146

一、2011-2014年主要原料产量分析 146

二、2015-2022年主要原料产量预测 153

第四章 中国车针市场分析 160

第一节 车针市场现状分析及预测 160

一、2011-2014年我国车针行业总产值分析 160

二、2015-2022年我国车针行业总产值预测 160

第二节 车针市场需求分析及预测 160

一、2011-2014年我国车针市场需求分析 160

二、2015-2022年我国车针市场需求预测 160

第三节 车针进出口数据分析 161

一、2011-2014年我国车针进口数据分析 161

二、2015-2022年国内车针产品未来进口情况预测 161

第五章 中国车针市场规模分析 162

第一节 2011-2014年中国车针市场规模分析 162

第二节 2013年我国车针区域结构分析 162

第三节 中国车针区域市场规模分析 163

一、2011-2014年东北地区市场规模分析 163

二、2011-2014年华北地区市场规模分析 163

三、2011-2014年华东地区市场规模分析 163

四、2011-2014年华中地区市场规模分析 163

五、2011-2014年华南地区市场规模分析 164

六、2011-2014年西部地区市场规模分析 164

第四节 2015-2022年中国车针市场规模预测 164

第六章 车针价格趋势分析 165

第一节 2011-2014年我国车针市场价格分析 165

第二节 国内产品当前市场价格及评述 167

第三节 国内产品价格影响因素分析 168

第四节 2015-2022年我国车针市场价格预测 169

第七章 车针主要生产厂商介绍 172

第一节 广东多易美医疗器材有限公司 172

一、公司概况 172

二、企业产品介绍	172
三、企业经营指标分析	172
四、发展战略	172
第二节 佛山市森川精密器械有限公司	173
一、公司概况	173
二、企业产品介绍	173
三、企业经营指标分析	173
四、发展战略	174
第三节 佛山和茂医疗器械有限公司	174
一、公司概况	174
二、企业产品介绍	174
三、发展战略	174
第四节 广东仁博医疗器材有限公司	175
一、公司概况	175
二、企业产品介绍	176
三、企业经营指标分析	176
四、发展战略	177
第五节 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	177
一、公司概况	177
二、企业产品介绍	178
三、企业经营指标分析	179
四、发展战略	181
第六节 滑县运大金刚石制品厂	182
一、公司概况	182
二、企业产品介绍	182
三、企业经营指标分析	182
第七节 北京京精医疗设备有限公司	183
一、公司概况	183
二、企业产品介绍	186
三、发展战略	186
第八节 苏州碧迪医疗器械有限公司	188
一、公司概况	188

二、企业产品介绍 191

三、企业经营指标分析 191

四、发展战略 192

第九节 上海德尔格医疗器械有限公司 192

一、公司概况 192

二、企业产品介绍 194

三、企业经营指标分析 194

第十节 海门市恒豪制针有限公司 195

一、公司概况 195

二、企业产品介绍 195

三、企业经营指标分析 196

四、发展战略 196

第八章 车针行业竞争格局分析 197

第一节 2011-2014年中国车针行业集中度分析 197

第二节 车针国内外SWOT分析 197

第三节 2015-2022年中国车针行业竞争格局预测分析 198

第九章 车针企业竞争策略分析 200

第一节 领先者市场竞争策略 200

一、维护高质量形象 200

二、扩大市场需求总量 200

三、保护市场份额 201

四、扩大市场份额 202

第二节 挑战者市场竞争策略 203

一、正面进攻 203

二、侧翼攻击 203

三、包围进攻 203

四、迂回攻击 204

五、游击战 204

第三节 追随者的市场竞争策略 204

一、紧密跟随策略 204

- 二、距离追随策略 204
- 三、选择追随策略 205
- 第四节 补缺者的市场竞争策略 205
- 一、市场补缺者的特征 205
- 二、市场补缺者的策略 205

第三部分 行业投资策略分析

第十章 2010-2014年中国车针行业总体发展状况 207

第一节 中国车针行业规模情况分析 207

- 一、行业单位规模情况分析 207
- 二、行业人员规模状况分析 207
- 三、行业资产规模状况分析 207
- 四、行业市场规模状况分析 207
- 五、行业敏感性分析 208

第二节 中国车针行业产销情况分析 208

- 一、行业生产情况分析 208
- 二、行业销售情况分析 210
- 三、行业产销情况分析 210

第三节 中国车针行业财务能力分析 212

- 一、行业盈利能力分析 212
- 二、行业偿债能力分析 212
- 三、行业营运能力分析 212
- 四、行业发展能力分析 216

第十一章 博思数据专家对中国车针行业投资的建议及观点 218

第一节 2015-2022年中国车针行业投资风险分析 218

- 一、市场竞争风险 218
- 二、原材料压力风险分析 218
- 三、技术风险分析 220
- 四、政策和体制风险 225
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 228

第二节 投资风险分析 231

- 一、同业竞争风险 231
- 二、市场贸易风险 235
- 三、产业政策变动的影响 242
- 第三节 行业应对策略 242
 - 一、把握国家投资的契机 242
 - 二、竞争性战略联盟的实施 244
 - 三、企业自身应对策略 250
- 第四节 市场的重点客户战略实施 252
 - 一、实施重点客户战略的必要性 252
 - 二、合理确立重点客户 256
 - 三、对重点客户的营销策略 257
 - 四、强化重点客户的管理 262
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 266

第十二章 企业投资战略分析与策略 271

- 第一节 投资战略分析 271
 - 一、技术开发战略 271
 - 二、产业战略规划 275
 - 三、业务组合战略 276
 - 四、营销战略规划 279
 - 五、区域战略规划 281
 - 六、企业信息化战略规划 290
- 第二节 我国车针行业发展策略 292
 - 一、坚守核心主业 292
 - 二、构建优质渠道 292
 - 三、整合优质资源 293
 - 四、提升经营能力 294
 - 五、明确品牌形象 294
 - 六、调整市场策略 295
- 第三节 品牌的战略思考 296
 - 一、品牌的基本含义 296
 - 二、品牌战略在企业发展中的重要性 296

三、车针品牌的特性和作用	297
四、车针品牌的价值战略	298
五、我国车针品牌竞争趋势	298
六、车针企业品牌发展战略	299
七、车针行业品牌竞争策略	300

图表目录：

图表：2013年各月份经济指标情况	22
图表：2010-2013年GDP同比增长情况	23
图表：2010-2013年规模以上工业增加值增速	23
图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增长情况	24
图表：2010-2013年社会消费品零售总额情况	24
图表：2013年GDP全国合计	25
图表：2013年GDP北京合计	25
图表：2013年GDP天津合计	25
图表：2013年GDP河北省合计	25
图表：2013年GDP山西省合计	25
图表：2013年GDP内蒙古合计	25
图表：2013年GDP辽宁省合计	25
图表：2013年GDP吉林省合计	25
图表：2013年GDP黑龙江合计	26
图表：2013年GDP上海合计	26
图表：2013年GDP江苏省合计	26
图表：2013年GDP浙江省合计	26
图表：2013年GDP安徽省合计	26
图表：2013年GDP江西省合计	26
图表：2013年GDP福建省合计	26
图表：2013年GDP山东省合计	26
图表：2013年GDP河南省合计	27
图表：2013年GDP湖北省合计	27
图表：2013年GDP湖南省合计	27
图表：2013年GDP广东区合计	27

图表：2013年GDP广西区合计 27

图表：2013年GDP海南合计 27

图表：2013年GDP重庆市合计 27

图表：2013年GDP四川省合计 27

图表：2013年GDP云南省合计 28

图表：2013年GDP贵州省合计 28

图表：2013年GDP陕西省合计 28

图表：2013年GDP宁夏合计 28

图表：2013年GDP新疆合计 28

图表：2013年GDP青海合计 28

图表：2013年GDP西藏合计 28

图表：2013年GDP甘肃合计 28

图表：2010-2013年农村居民人均收入实际增长情况 35

图表：2013年城乡居民收入对比情况 39

图表：2013年城市居民收入分类情况 39

图表：2013年农村居民收入分类情况 40

图表：多年城乡人均可支配收入和纯收入对比情况 41

图表：2010-2013年城镇居民人均可支配收入实际增长情况 41

图表：多年城乡居民收入比情况 42

图表：2013年GDP和人均GDP北京市合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP天津市合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP河北省合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP山西省合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP内蒙古合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP辽宁省合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP吉林省合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP黑龙江合计 44

图表：2013年GDP和人均GDP上海市合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP江苏省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP浙江省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP安徽省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP福建省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP江西省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP山东省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP河南省合计 45

图表：2013年GDP和人均GDP湖北省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP湖南省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP广东省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP广西区合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP海南省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP重庆市合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP四川省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP贵州省合计 46

图表：2013年GDP和人均GDP云南省合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP西藏合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP陕西省合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP甘肃省合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP青海省合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP宁夏区合计 47

图表：2013年GDP和人均GDP新疆区合计 47

图表：2013年居民消费水平北京市合计 47

图表：2013年居民消费水平天津市合计 48

图表：2013年居民消费水平河北省合计 48

图表：2013年居民消费水平山西省合计 48

图表：2013年居民消费水平内蒙古合计 48

图表：2013年居民消费水平辽宁省合计 48

图表：2013年居民消费水平吉林省合计 48

图表：2013年居民消费水平黑龙江省合计 48

图表：2013年居民消费水平上海市合计 48

图表：2013年居民消费水平江苏省省合计 49

图表：2013年居民消费水平浙江省合计 49

图表：2013年居民消费水平安徽省合计 49

图表：2013年居民消费水平福建省合计 49

图表：2013年居民消费水平江西省合计 49

图表：2013年居民消费水平山东省合计 49

图表：2013年居民消费水平河南省合计 49

图表：2013年居民消费水平湖北省合计 49

图表：2013年居民消费水平湖南省合计 50

图表：2013年居民消费水平广东省合计 50

图表：2013年居民消费水平广西省合计 50

图表：2013年居民消费水平海南省合计 50

图表：2013年居民消费水平重庆市合计 50

图表：2013年居民消费水平四川省合计 50

图表：2013年居民消费水平贵州省合计 50

图表：2013年居民消费水平云南省合计 50

图表：2013年居民消费水平西藏合计 51

图表：2013年居民消费水平陕西省合计 51

图表：2013年居民消费水平甘肃省合计 51

图表：2013年居民消费水平青海省合计 51

图表：2013年居民消费水平宁夏合计 51

图表：2013年居民消费水平新疆合计 51

图表：城镇固定资产投资完成额-按产业 52

图表：城镇固定资产投资完成额-按隶属关系 53

图表：2013年固定资产增速情况（不含农户） 55

图表：固定资产来源增速情况 55

图表：东、中、西部固定资产增速情况 56

图表：2013年各省市社会消费品零售总额北京市合计 57

图表：2013年各省市社会消费品零售总额天津市合计 57

图表：2013年各省市社会消费品零售总额河北省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额山西省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额内蒙古合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额辽宁省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额吉林省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额黑龙江合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额上海市合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额江苏省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额浙江省合计 58

图表：2013年各省市社会消费品零售总额安徽省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额福建省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额江西省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额山东省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额河南省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额湖北省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额湖南省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额广东省合计 59

图表：2013年各省市社会消费品零售总额广西区合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额海南省合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额重庆市合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额四川省合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额贵州省合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额云南省合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额西藏合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额陕西省合计 60

图表：2013年各省市社会消费品零售总额甘肃省合计 61

图表：2013年各省市社会消费品零售总额青海省合计 61

图表：2013年各省市社会消费品零售总额宁夏区合计 61

图表：2013年各省市社会消费品零售总额新疆区合计 61

图表：2008年以来中国基准利率变化情况 62

图表：2013年10月7日开始的存款利率情况 63

图表：2013年10月7日开始的贷款利率情况 64

图表：我国2003-2013年城乡居民人均可支配收入 75

图表：我国2003-2013年城乡居民家庭的恩格尔系数 75

图表：预算内教育经费增长情况 87

图表：2009年教育经费执行情况 88

图表：2001-2013年我国金刚石产量情况 147

图表：国内粗钢表观消费及同比增速 151

图表：粗钢产量与表观消费量对比 152

图表：近十年来我国钢材进出口数量变化 153

图表：2013年我国车针行业产量分析	160
图表：2012年我国车针行业产量分析	160
图表：2013年我国车针行业需求分析	160
图表：2012年我国车针行业需求预测	160
图表：2013年我国车针行业进口分析	161
图表：2012年我国车针行业进口预测	161
图表：2013年我国车针行业需求分析	162
图表：2013年我国东北车针行业需求分析	163
图表：2013年我国华北车针行业需求分析	163
图表：2013年我国华东车针行业需求分析	163
图表：2013年我国华中车针行业需求分析	163
图表：2013年我国华南车针行业需求分析	164
图表：2013年我国西部车针行业需求分析	164
图表：2012年我国车针行业规模预测	164
图表：2013年海科的车针价格情况	166
图表：2012年固美钨钢车针价格情况	167
图表：2013年佛山市森川精密器械有限公司销售金额总额情况	173
图表：2013年广东仁博医疗器材有限公司销售金额总额情况	176
图表：区域发展战略咨询流程图	287
图表：区域SWOT战略分析图	289

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/qixie1508/493271UMG7.html>