



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国医疗美容市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国医疗美容市场分析预测及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249745.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 医疗美容概述 1

第一节 医疗美容定义 1

第二节 医疗美容行业发展历程 2

第三节 医疗美容分类情况 8

第四节 医疗美容产业链分析 19

一、产业链模型介绍 19

二、医疗美容产业链模型分析 22

第二章 2010-2014年中国医疗美容行业发展环境分析 28

第一节 2010-2014年中国经济环境分析 28

一、宏观经济 28

二、固定资产投资 56

三、人口结构变化对经济的影响 66

四、宏观经济调控方面 71

第二节 2010-2014年中国医疗美容行业发展政策环境分析 75

一、行业政策影响分析 75

二、相关行业标准分析 76

第三节 2010-2014年中国医疗美容行业发展社会环境分析 82

一、居民消费水平分析 82

二、工业形势 90

第三章 中国医疗美容生产现状分析 96

第一节 医疗美容行业总体规模 96

第二节 医疗美容市场容量概况 98

一、2010-2014年市场容量分析 98

二、2015-2020年市场容量预测 99

第三节 医疗美容产业的生命周期分析 101

第四节 医疗美容行业供需情况 103

一、医疗美容行业供需矛盾 103

二、医疗美容器械市场供需情况 103

第五节 医疗美容产能概况 106

第四章 医疗美容国内价格走势及影响因素分析 108

第一节 2010-2014年国内价格回顾 108

第二节 国内当前市场价格及评述 109

第三节 国内产品价格影响因素分析 113

第四节 2015-2020年国内未来价格走势预测 116

第五章 2014年我国医疗美容行业发展现状分析 119

第一节 我国医疗美容行业发展现状 119

一、医疗美容行业品牌发展现状 119

二、医疗美容行业需求市场现状 120

三、医疗美容市场需求层次分析 123

四、我国医疗美容市场走向分析 125

第二节 中国医疗美容产品技术分析 129

一、2014年医疗美容产品技术变化特点 129

二、2014年医疗美容产品市场的新技术 131

第三节 中国医疗美容行业存在的问题 135

一、医疗美容产品市场存在的主要问题 135

二、国内医疗美容产品市场的三大瓶颈 141

三、医疗美容产品市场遭遇的规模难题 142

第四节 对中国医疗美容市场的分析及思考 144

一、医疗美容市场特点 144

二、医疗美容市场分析 145

三、医疗美容市场变化的方向 148

四、中国医疗美容行业发展的新思路 154

五、对中国医疗美容行业发展的思考 157

第六章 2014年中国医疗美容行业发展概况 159

第一节 2014年中国医疗美容行业发展态势分析 159

第二节 2014年中国医疗美容行业发展特点分析 160

第三节 2014年中国医疗美容行业市场供需分析 164

第七章 医疗美容行业市场竞争策略分析 166

第一节 行业竞争结构分析 166

一、现有企业间竞争 166

二、潜在进入者分析 167

三、替代品威胁分析 168

四、供应商议价能力 169

五、客户议价能力 170

第二节 医疗美容市场竞争策略分析 172

一、医疗美容市场增长潜力分析 172

二、医疗美容产品竞争策略分析 173

三、典型企业产品竞争策略分析 174

第三节 医疗美容企业竞争策略分析 178

一、2015-2020年我国医疗美容市场竞争趋势 178

二、2015-2020年医疗美容行业竞争格局展望 201

三、2015-2020年医疗美容行业竞争策略分析 204

第八章 医疗美容行业投资与发展前景分析 206

第一节 2014年医疗美容行业投资情况分析 206

一、2014年总体投资结构 206

二、2015-2020年投资趋势分析 210

第二节 医疗美容行业投资机会分析 214

一、可以投资的医疗美容模式 214

二、2014年医疗美容投资机会 216

三、2014年医疗美容投资新方向 217

第三节 医疗美容行业发展前景分析 219

一、金融危机下医疗美容市场的发展前景 219

二、2014年医疗美容市场面临的发展商机 223

第九章 2015-2020年中国医疗美容行业发展前景预测分析 225

第一节 2015-2020年中国医疗美容行业发展预测分析 225

一、未来医疗美容发展分析 225

- 二、未来医疗美容行业需要解决的问题 227
- 三、总体行业“十二五”整体规划及预测 228
- 第二节 2015-2020年中国医疗美容行业市场前景分析 232
- 一、产品差异化是企业发展的方向 232
- 二、渠道重心下沉 233

第十章 医疗美容上游行业状况分析 236

- 第一节 主要原材料 236
- 第二节 医疗美容产品原材料价格及供应情况 236
- 第三节 2015-2020年主要原材料未来价格及供应情况预测 237

第十一章 医疗美容行业上下游行业分析 239

- 第一节 上游行业分析 239
- 一、发展现状 239
- 二、发展趋势预测 239
- 三、行业最新动态及其对医疗美容行业的影响 241
- 四、行业竞争状况及其对医疗美容行业的意义 242
- 第二节 下游行业分析 244
- 一、发展现状 244
- 二、发展趋势预测 245
- 三、行业最新动态及其对医疗美容行业的影响 246
- 四、行业竞争状况及其对医疗美容行业的意义 247

第十二章 2015-2020年医疗美容行业发展趋势及投资风险分析 248

- 第一节 当前医疗美容存在的问题 248
- 第二节 医疗美容未来发展预测分析 249
- 一、中国医疗美容发展方向分析 249
- 二、2015-2020年中国医疗美容行业发展规模 249
- 三、2015-2020年中国医疗美容行业发展趋势预测 250
- 第三节 2015-2020年中国医疗美容行业投资风险分析 251
- 一、市场竞争风险 251
- 二、技术风险分析 253

三、医疗行业政策和体制风险 254

第十三章 医疗美容国内重点生产厂家分析 271

第一节 上海康丽尔医疗美容 271

一、企业基本概况 271

二、2010-2014年企业竞争优势分析 271

三、企业未来发展战略与规划 272

第二节 长沙三和医疗整形美容医院 272

一、企业基本概况 272

二、2010-2014年企业竞争优势分析 273

三、企业未来发展战略与规划 275

第三节 厦门华美整形医院 277

一、企业基本概况 277

二、2010-2014年企业竞争优势分析 277

三、企业未来发展战略与规划 280

第四节 上海天大医疗美容医院 282

一、企业基本概况 282

二、2010-2014年企业竞争优势分析 284

三、企业未来发展战略与规划 287

第五节 瑞丽舍时尚医疗美容整形机构 290

一、企业基本概况 290

二、2010-2014年企业竞争优势分析 291

三、企业未来发展战略与规划 291

第六节 美尔雅医疗美容医院 292

一、企业基本概况 292

二、2010-2014年企业竞争优势分析 293

三、企业未来发展战略与规划 294

第十四章 医疗美容地区销售分析 295

第一节 中国医疗美容区域市场结构变化 295

第二节 医疗美容“东北地区”分析 296

一、东北地区市场发展分析 296

二、东北地区未来发展方向	297
第三节 医疗美容“华北地区”分析	299
一、华北地区市场发展分析	299
二、华北地区未来发展方向	300
第四节 医疗美容“华东地区”销售分析	301
一、华东地区市场发展分析	301
二、华东地区未来发展方向	303
第五节 医疗美容“中南地区”销售分析	304
一、中南地区市场发展分析	304
二、中南地区未来发展方向	305
第六节 医疗美容“西北地区”销售分析	306
一、西北地区市场发展分析	306
二、西北地区未来发展方向	307
第十五章 2015-2020年中国医疗美容行业投资战略研究	308
第一节 2015-2020年中国医疗美容行业投资策略分析	308
一、医疗美容投资策略	308
二、医疗美容投资筹划策略	310
三、2014年医疗美容品牌竞争战略	312
第二节 2015-2020年中国医疗美容行业品牌建设策略	316
一、医疗美容的规划	316
二、医疗美容的建设	318
三、医疗美容业成功之道	320
第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议	323
第一节 中国医疗美容行业市场发展趋势预测	323
第二节 医疗美容产品投资机会	327
第三节 医疗美容产品投资趋势分析	328
第四节 项目投资建议	331
一、行业投资环境考察	331
二、投资风险及控制策略	336
三、项目投资建议	339

图表目录：

图表：2008-2014年我国国内生产总值统计分析	30
图表：2008-2013我国第一产业增加值统计	30
图表：2008-2014年我国第二产业增加值统计	30
图表：2008-2014年我国第三产业增加值统计	31
图表：2014年固定资产投资完成额统计	39
图表：2008-2014年工业生产者出厂价格指数	45
图表：2008-2014年生产资料出厂价格指数	45
图表：2008-2014年原材料工业出厂价格指数	46
图表：2014年社会消费品零售总额分析	51
图表：2014年财政收入及支出对比分析	51
图表：2008-2014年我国货币流通量及货币发行量统计分析	52
图表：2014年货物进出口总额及其增长速度	53
图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度	54
图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度	55
图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	55
图表：2009-2014年全国固定投资统计分析	57
图表：固定资产投资（不含农户）增速	57
图表：固定资产投资资金来源增速	57
图表：东、中西部地区固定资产投资增速	58
图表：2014年我国固定资产投资（不含农户）同比增速变化	62
图表：我国不同地区固定资产投资变化分析	62
图表：2014年我国不同产业及医疗卫生服务固定资产投资情况	63
图表：2014年我国房地产开发投资资金来源增长趋势分析	63
图表：2014年房地产开发资金来源构成	64
图表：2014年全国各登记注册企业城镇固定资产投资完成情况	64
图表：2006-2014年全社会固定资产投资及其增长速度	65
图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力	65
图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度	66
图表：2006-2014年城镇新增就业人数	86
图表：2006-2014年全部工业增加值及其增长速度	87

图表：2006-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 87

图表：2006-2014年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 88

图表：2014年全国城乡居民收入 88

图表：2014年全国农村居民收入结构 89

图表：2014年全国城镇居民收入结构 89

图表：1978-2014年城乡居民收入增长情况 90

图表：1978-2014年城乡居民收入比 90

图表：2014年我国进口走势变化 93

图表：2014年我国出口市场结构分析 93

图表：2014年我国出口走势变化分析 94

图表：2014年我国进口市场结构分析 94

图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 95

图表：全国医疗卫生机构总诊疗人数和出院人数 98

图表：全国医疗卫生机构数量统计 98

图表：医疗整形美容机构价格对比表 108

图表：2014年1-3月和2014年1-3月医疗卫生机构总诊疗人次数和出院人数对比 111

图表：2014年1-3月和2014年1-3月病床使用情况对比 111

图表：2014年1-3月和2014年1-3月医疗卫生机构数对比 112

图表：2014年1-4月和2014年1-4月医疗卫生机构总诊疗人次数和出院人数对比 112

图表：2014年医院院均总收入 113

图表：2014年医院院均业务收入 113

图表：2007-2014年卫生总费用占GDP比重 144

图表：2014年医疗器械基本经济指标分析 163

图表：2014年医疗器械成长能力分析 163

图表：2014年医疗器械偿债能力分析 163

图表：2014年医疗器械盈利能力分析 163

图表：2014年医疗器械运营能力分析 164

图表：2014年医院院均医疗收入 179

图表：2014年医院院均药品收入 180

图表：2014年医院院均其他收入 180

图表：2014年医疗卫生机构数区域结构 181

图表：2014年医院数量区域结构 181

图表：2008-2014年1-7月医疗卫生机构数 182

图表：2008-2014年1-7月医院数量 182

图表：2008-2014年医疗卫生机构床位数 183

图表：2008-2014年医院床位数 183

图表：2008-2014年1-7月基层医疗卫生机构数 184

图表：2008-2014年1-7月专业公共卫生机构数 184

图表：2008-2014年1-7月三级医院数 185

图表：2008-2014年1-7月二级医院数 185

图表：2008-2014年1-7月一级医院数 186

图表：2008-2014年基层医疗卫生机构床位数 186

图表：2008-2014年专业公共卫生机构床位数 187

图表：2008-2014年三级医院床位数 187

图表：2008-2014年二级医院床位数 188

图表：2008-2014年一级医院床位数 188

图表：2014年东北地区医疗卫生机构数 189

图表：2014年东北地区医院数 189

图表：2014年华北地区医疗卫生机构数 190

图表：2014年华北地区医院数 190

图表：2014年华东地区医疗卫生机构数 191

图表：2014年华东地区医院数 191

图表：2014年华中地区医疗卫生机构数 192

图表：2014年华中地区医院数 192

图表：2014年华南地区医疗卫生机构数 193

图表：2014年华南地区医院数 193

图表：2014年西南地区医疗卫生机构数 194

图表：2014年西南地区医院数 194

图表：2014年西北地区医疗卫生机构数 195

图表：2014年西北地区医院数 195

图表：2007-2014年卫生总费用 196

图表：2009-2014年医疗卫生机构总资产 196

图表：2009-2014年医疗卫生机构总负债 197

图表：2014年医疗卫生机构院均总支出 197

图表：2014年医疗卫生机构院均业务支出 198
图表：2014年医疗卫生机构院均医疗支出 198
图表：2014年医疗卫生机构院均药品支出 199
图表：2014年医疗卫生机构院均其他支出 199
图表：2008-2014年1-9月医疗卫生机构医疗卫生机构诊疗人次 200
图表：2008-2014年医疗卫生机构医疗卫生机构入院人数 200
图表：2008-2014年公立医院住院病人人均医药费用 201
图表："十二五"科技发展主要指标 251

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249745.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。