

2016-2020年中国口腔种植 体市场监测及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2020年中国口腔种植体市场监测及发展前景评估报告》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.cction.com/report/201601/129036.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国人口腔健康主要有七大问题，包括龋齿、牙石、牙菌斑、牙龈出血、牙本质敏感、牙齿不洁白和口气。但是目前国人对口腔健康重视仍不够。如今，90%以上国人存在口腔疾病，而欧美发达国家的口腔疾病发病率非常低，这与口腔保健意识有很大关系。公开数据显示，中国成年人中，牙龈出血发生率为77.3%，牙石检出率97.3%，龋齿发生率88.1%，牙周健康率仅为14.5%，高发病率低就诊率现象十分突出。口腔医疗缺位严重，“口腔经济”尚待挖掘。

据不完全统计数据显示，目前中国种植牙市场上的国外种植系统约有35种，国内种植系统5种。这些主流的种植系统都来自于发达国家，包括德国、瑞典和美国等，而在这方面，国内企业相对比较弱。目前中国每年种植体植入量超过20万颗，而韩国每年植入量约100万颗，相较于这些周边国家和地区仍有巨大的市场空间。近3年，中国口腔种植市场年增长率超过20%，预测未来发展空间巨大。

未来几年，随着国内经济的不断发展与居民可支配收入的不断增加，不同消费群体，对高科技、尖端口腔种植体的需求将更加迫切。同时在中国口腔医学知识不断普及，公众对口腔健康的日益关注，口腔医疗的发展使其从之前单纯的恢复功能转变为功能与美观并重，从被动消费转向主动消费。巨大的需求、庞大市场隐含巨大的消费商机，为国内外口腔种植体生产销售企业带来了新的发展机遇。

值得一提的是，随着我国日益步入老龄化国家的行业亦将大大提升市场对于口腔种植体的需求，从而促进促进产业发展。预计从2015-2035年的20年时间里，中国老年人口比例将会增加一倍，达到20%；此后一段时间，老年人口将占中国人口的五分之一到四分之一。2020年，我国60岁及以上老年人口比重超过17%，人口总量达到14.1亿，其中80岁以上高龄老人超过3000万。

本研究咨询报告由中企顾问网领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、中国海关、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、计划生育委员会、国家人力资源和社会保障部、欧洲牙齿骨整合协会、中国产业信息研究网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国口腔种植体产业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录：

第一章 口腔种植体市场发展概述	1
第一节 2014-2015年全球口腔种植体市场发展总体概况	1
第二节 口腔种植体市场主要国家和地区发展概况	2
第三节 2014-2015年中国口腔种植体市场发展概况	6
第二章 中国口腔种植体市场现状分析	9
第一节 2014-2015年中国口腔种植体产量分析	9
第二节 2014-2015年中国口腔种植体价格分析	11
第三节 2016-2020年口腔种植体市场走势预测	12
第三章 中国口腔种植体进出口数据分析	13
第一节 进口市场分析	13
一、进口产品结构	13
二、进口地域格局	17
三、2014-2015年进口数量与金额统计	18
第二节 出口市场分析	19
一、出口产品结构	19
二、出口地域格局	20
三、2014-2015年出口数量与金额统计	21
第三节 进出口政策	21
一、贸易政策	21
二、倾销	23
三、反倾销	24
四、区域或本土保护政策	25
五、贸易壁垒	27
第四节 未来口腔种植体进出口趋势预测	28
一、2016-2020年口腔种植体进口数量与金额预测	28
二、2016-2020年中国口腔种植体出口数量与金额预测	28
第四章 2014-2015年中国口腔种植体市场重点区域运行分析	31
第一节 2014-2015年华东地区口腔种植体市场运行情况	31

一、华东地区口腔种植体市场规模	31
二、华东地区口腔种植体市场特点	31
三、华东地区口腔种植体市场潜力分析	32
第二节 2014-2015年华南地区口腔种植体市场运行情况	32
一、华南地区口腔种植体市场规模	32
二、华南地区口腔种植体市场特点	33
三、华南地区口腔种植体市场潜力分析	33
第三节 2014-2015年华中地区口腔种植体市场运行情况	33
一、华中地区口腔种植体市场规模	33
二、华中地区口腔种植体市场特点	34
三、华中地区口腔种植体市场潜力分析	34
第四节 2014-2015年华北地区口腔种植体市场运行情况	34
一、华北地区口腔种植体市场规模	34
二、华北地区口腔种植体市场特点	35
三、华北地区口腔种植体市场潜力分析	35
第五节 2014-2015年西北地区口腔种植体市场运行情况	35
一、西北地区口腔种植体市场规模	35
二、西北地区口腔种植体市场特点	35
三、西北地区口腔种植体市场潜力分析	36
第六节 2014-2015年西南地区口腔种植体市场运行情况	36
一、西南地区口腔种植体市场规模	36
二、西南地区口腔种植体市场特点	36
三、西南地区口腔种植体市场潜力分析	36
第七节 2014-2015年东北地区口腔种植体市场运行情况	37
一、东北地区口腔种植体市场规模	37
二、东北地区口腔种植体市场特点	37
三、东北地区口腔种植体市场潜力分析	37
第五章 口腔种植体市场价格走势及影响因素分析	39
第一节 2014-2015年市场价格走势	39
第二节 市场价格地区分布与主要影响因素	39
一、市场价格地区分布	39

二、市场价格区域性影响因素分析 40

第六章 口腔种植体市场发展特点分析 43

第一节 市场周期性、季节性等特点 43

第二节 市场壁垒 44

一、市场进入门槛 44

二、市场成长门槛 44

三、市场壁垒预测 44

第三节 市场发展优劣势分析 45

一、市场发展优势分析 45

二、市场发展劣势分析 46

第四节 市场竞争程度 47

一、市场集中度 47

二、市场竞争类型 48

第七章 口腔种植体市场供需分析 49

第一节 市场需求 49

一、2014-2015年国际市场需求 49

二、2014-2015年国内市场需求 50

第二节 市场产能 51

一、2014-2015年国际产能 51

二、2014-2015年国内产能 51

第三节 2015年口腔种植体行业新增产能分析 52

一、新增产能分布情况 52

二、2015年市场整体产能分析 53

第四节 市场饱和度 53

第五节 市场供需发展预测 53

第八章 口腔种植体主要品牌分析 58

第一节 口腔种植体品牌构成 58

第二节 主要品牌区域市场占有率分析 60

第三节 品牌满意度分析 63

第九章 口腔种植体产品主要生产企业分析 72

第一节 瑞士诺保科（Nobel）公司 72

- 一、基本情况 72
- 二、企业主要产品及市场定位 73
- 三、企业财务分析 74
- 四、竞争优势 75
- 五、发展战略 75

第二节 瑞士士卓曼（ITI）公司 75

- 一、基本情况 75
- 二、企业主要产品及市场定位 76
- 三、企业财务分析 77
- 四、竞争优势 78
- 五、发展战略 78

第三节 韩国奥齿泰（Osstem）公司 79

- 一、基本情况 79
- 二、企业主要产品及市场定位 79
- 三、企业财务分析 80
- 四、竞争优势 80
- 五、发展战略 81

第四节 德国费亚丹（Friadent）公司 82

- 一、基本情况 82
- 二、企业主要产品及市场定位 83
- 三、企业财务分析 84
- 四、竞争优势 84
- 五、发展战略 85

第五节 法国安多健（Anthogyr）公司 85

- 一、基本情况 85
- 二、企业主要产品及市场定位 86
- 三、企业财务分析 88
- 四、竞争优势 89
- 五、发展战略 90

第六节 德国贝格（BEGO）公司 90

一、基本情况 90

二、企业主要产品及市场定位 90

三、企业财务分析 92

四、竞争优势 92

五、发展战略 92

第七节 美国杰美（Zimmer）公司 92

一、基本情况 93

二、企业主要产品及市场定位 93

三、企业财务分析 93

四、竞争优势 93

五、发展战略 94

第八节 成都华西牙种植医院 94

一、基本情况 94

二、企业主要产品及市场定位 95

三、企业财务分析 95

四、竞争优势 95

五、发展战略 96

第九节 国家生物医学材料工程技术研究中心 96

一、基本情况 96

二、企业主要产品及市场定位 97

三、企业财务分析 98

四、竞争优势 99

五、发展战略 100

第十节 北京莱顿生物材料有限公司 100

一、基本情况 100

二、企业主要产品及市场定位 101

三、企业财务分析 101

四、竞争优势 102

五、发展战略 102

第十章 口腔种植体产业政策 103

第一节 国内政策	103
一、口腔种植体所在国家产业调整指导目录位置	103
二、区域性产业政策	108
三、重点开发区招商政策	110
四、产品管理政策	115
五、产品销售政策	125
六、产品回收政策	126
第二节 国外政策	127
一、产品政策	127
二、贸易保护政策	128
第十一章 口腔种植体细分产品市场分析	130
第一节 细分产品特色	130
第二节 细分产品市场规模及增速	131
第三节 2016-2020年细分产品市场规模及增速预测	137
第四节 重点细分产品市场前景预测	139
第十二章 市场替代品互补产品分析	142
第一节 产品替代品分析	142
第二节 产品互补品分析	144
第十三章 市场销售渠道及客户群研究	147
第一节 市场销售渠道结构	147
一、主力型渠道	147
二、紧凑型渠道	148
三、伙伴型渠道	152
四、松散型渠道	154
第二节 市场营销渠道建立策略	155
一、大客户直供销售渠道建立策略	155
二、网络经销渠道优化	158
三、渠道经销管理问题	161
第三节 口腔种植体主要客户群分析	162

- 一、客户群消费特征分析 162
- 二、客户群稳定性分析 163
- 三、客户群消费趋势 163

第十四章 市场热点深度分析 165

- 第一节 市场产业链分析及延长策略 165
- 第二节 转变经济增长结构对市场影响 168
- 第三节 低碳循环经济对市场发展影响 169
- 第四节 市场“十三五”发展规划要点 170
- 第五节 国家区域协调发展规划对市场发展影响 186

第十五章 口腔种植体市场发展策略与投资价值分析 191

- 第一节 口腔种植体市场发展策略 191
 - 一、市场策略分析 191
 - 二、销售策略分析 194
 - 三、提高口腔种植体企业竞争力的策略 195
 - 四、对我国口腔种植体品牌的战略思考 196
- 第二节 口腔种植体行业投资价值分析 197
 - 一、行业SWOT模型分析 197
 - 二、行业投资价值 200
 - 三、行业投资风险分析 201
 - 四、行业投资策略分析 201

第十六章 中企顾问网投资策略建议 203

图表目录

- 图表：2003-2015年韩国种植牙市场规模：百万美元 3
- 图表：2003-2015年韩国种植牙数量及单价：万颗，元 3
- 图表：2003-2015年韩国家庭收入：韩元 5
- 图表：2015年中国口腔种植体进口地域格局 18
- 图表：2014-2015年中国口腔种植体进口总额 18
- 图表：2014年中国医疗器械贸易统计 19

图表：2014年中国医疗器械主要出口目的地	20
图表：2014-2015年中国口腔种植体出口总额	21
图表：2016-2020年中国口腔种植体进口总额预测	28
图表：2016-2020年中国口腔种植体出口总额预测	30
图表：2015年中国口腔种植体区域市场份额	31
图表：中国人口老龄化特点	56
图表：2015-2025年我国老年人口规模预测	56
图表：OSSTEM IMPLANT? 's Vision Road-map	82
图表：北京莱顿生物材料有限公司营业额	101
图表：2015年中国医疗器械法规汇总	115
图表：“十二五”时期卫生事业发展指标	173
图表：公共卫生服务体系建设重点工程	175
图表：医疗服务体系建设重点工程	177
图表：国民健康行动计划	179
图表：卫生人才与科技基础设施重点工程	184

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129036.html>