

2018-2024年中国血浆置换未来发展趋势分析及投资规划建议研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国血浆置换未来发展趋势分析及投资规划建议研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/343832.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 2015-2017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 2018-2024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 2012-2017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 2018-2024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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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

部分图表目录：

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：2018-2024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：2012-2017年中国血浆置换市场规模 31

图表：2012-2017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：2018-2024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：2018-2024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：2017年金卫医疗集团有限公司业务收入分析 159
- 图表：2017年金卫医疗集团有限公司分部经营指标分析 159
- 图表：2013-2017年金卫医疗集团有限公司资产负债表 160
- 图表：2013-2017年金卫医疗集团有限公司现金流量表 160
- 图表：2013-2017年金卫医疗集团有限公司综合损益表 161
- 图表：2013-2017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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/343832.html>