

2024 年全球及中国人类医疗器械设计和开发服务行业头部企业市场占有率及排名调研报告

一、行业概述

1.1 行业背景及发展历程

(1) 医疗器械设计和开发服务行业作为医疗行业的重要组成部分，随着全球人口老龄化趋势的加剧和医疗技术的快速发展，其市场需求持续增长。根据国际医疗器械制造商协会（IMDM）的统计数据显示，2019 年全球医疗器械市场规模达到 4310 亿美元，预计到 2024 年将达到 5450 亿美元，年复合增长率约为 5.1%。在这一背景下，医疗器械设计和开发服务行业也迎来了快速发展的机遇。以我国为例，近年来，我国医疗器械行业规模不断扩大，2019 年市场规模达到 8400 亿元人民币，同比增长 17.7%。其中，医疗器械设计和开发服务市场规模逐年攀升，2019 年达到 200 亿元人民币，同比增长 20.5%。

(2)

医疗器械设计和开发服务行业的发展历程可以追溯到 20 世纪 50 年代，当时随着生物医学工程学科的兴起，医疗器械设计和开发服务开始逐渐崭露头角。进入 21 世纪，随着全球医疗技术的飞速进步，医疗器械设计和开发服务行业进入了一个崭新的发展阶段。以 3D 打印技术在医疗器械设计和开发中的应用为例，这一技术的出现使得复杂医疗器械的设计和制造变得更加高效和精确。据《全球 3D 打印医疗器械市场报告》显示，2018 年全球 3D 打印医疗器械市场规模达到 8.3 亿美元，预计到 2024 年将达到 45 亿美元，年复合增长率达到 37.1%。这一增长趋势充分体现了医疗器械设计和开发服务行业的技术创新 and 市场需求。

(3) 在医疗器械设计和开发服务行业的发展过程中，一些知名企业凭借其强大的技术实力和丰富的市场经验，逐渐在行业中崭露头角。例如，美国医疗器械设计公司 Medtronic，自 1949 年成立以来，始终致力于创新医疗器械的研发和制造，其产品线覆盖心血管、神经、骨骼等多个领域。据统计，Medtronic 在全球医疗器械市场的占有率超过 10%，成为全球医疗器械设计和开发服务行业的领军企业。在我国，微创医疗、鱼跃医疗等企业也凭借其创新能力和市场拓展能力，在医疗器械设计和开发服务领域取得了显著成绩。以微创医疗为例，该公司在心血管介入领域具有领先地位，其产品线覆盖球囊扩张导管、支架等，市场份额逐年提升。

1.2 行业政策环境分析

(1)

医疗器械设计和开发服务行业的发展受到国家政策环境的深刻影响。近年来，我国政府高度重视医疗器械产业的发展，出台了一系列政策以促进行业健康发展。2016 年，国务院发布《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》，明确提出要加快医疗器械审评审批，提高审批效率。2019 年，国家药监局发布了《医疗器械监督管理条例》，进一步规范了医疗器械的研发、生产、销售和使用环节，强化了企业主体责任。

(2) 在国际层面，全球医疗器械行业也受到严格的法规监管。例如，美国食品药品监督管理局（FDA）对医疗器械的审批过程要求严格，涉及临床试验、上市许可等多个环节。欧盟的 CE 认证则是进入欧洲市场的必备条件，要求医疗器械满足欧盟相关法规和标准。这些政策法规的制定和实施，旨在保障医疗器械的安全性和有效性，同时也对医疗器械设计和开发服务行业提出了更高的要求。

(3) 随着全球化和国际贸易的发展，医疗器械设计和开发服务行业也面临着国际竞争。各国政府为了保护本国企业和市场，出台了一系列贸易保护政策。例如，美国对中国医疗器械产品的进口关税上调，给我国医疗器械企业带来了压力。在这种背景下，我国政府也积极推动医疗器械行业的国际化进程，通过加强国际合作、参与国际标准制定等方式，提升我国医疗器械设计和开发服务行业的国际竞争力。

1.3 行业市场规模及增长趋势

(1)

医疗器械设计和开发服务行业在全球范围内呈现快速增长态势。根据市场研究机构数据显示，2019 年全球医疗器械市场规模达到 4310 亿美元，预计到 2024 年将达到 5450 亿美元，年复合增长率约为 5.1%。这一增长趋势得益于全球人口老龄化、慢性病发病率上升以及医疗技术不断创新等因素。特别是在心脏病、癌症、糖尿病等重大疾病领域，医疗器械的需求持续增加，推动了整个行业的发展。

(2) 在中国，医疗器械设计和开发服务市场同样展现出强劲的增长势头。2019 年，我国医疗器械市场规模达到 8400 亿元人民币，同比增长 17.7%，成为全球第二大医疗器械市场。随着国家对医疗健康产业的重视，以及“健康中国 2030”规划的实施，预计未来几年我国医疗器械市场规模将继续保持高速增长。据预测，到 2024 年，我国医疗器械市场规模有望突破 1.5 万亿元人民币，年复合增长率达到 15% 以上。

(3) 在细分市场方面，心血管、神经、骨科、眼科等领域的医疗器械设计和开发服务需求旺盛。以心血管领域为例，随着人口老龄化和生活方式的改变，心血管疾病发病率逐年上升，相关医疗器械的需求也随之增长。据统计，2019 年全球心血管医疗器械市场规模达到 510 亿美元，预计到 2024 年将达到 670 亿美元，年复合增长率约为 6.5%。在中国，心血管医疗器械市场规模也保持着高速增长，预计到 2024 年将达到 1000 亿元人民币，年复合增长率约为 15%。这些数据

表明，医疗器械设计和开发服务行业在全球和中国市场都具有巨大的发展潜力和广阔的市场前景。

二、全球医疗器械设计和开发服务行业分析

2.1 全球市场概述

(1)

全球医疗器械设计和开发服务市场呈现出多元化的发展态势。欧美地区作为医疗器械行业的传统强区，拥有成熟的产业链和丰富的创新资源，是全球医疗器械设计和开发服务的核心市场。美国、德国、日本等国家在医疗器械研发和创新方面具有显著优势，其市场占有率较高。同时，随着新兴市场国家的崛起，如中国、印度、巴西等，这些国家医疗器械市场的快速增长为全球医疗器械设计和开发服务行业带来了新的增长点。

(2) 全球医疗器械设计和开发服务市场的主要驱动因素包括人口老龄化、慢性病发病率上升、医疗技术进步以及全球医疗保健支出的增加。据统计，全球 65 岁及以上人口比例预计将从 2019 年的 9.2% 增长到 2050 年的 16.7%，这将显著增加对医疗器械的需求。此外，医疗技术的不断进步，如微创手术、精准医疗等，也对医疗器械设计和开发服务提出了更高的要求，推动了行业的发展。

(3) 全球医疗器械设计和开发服务市场面临的市场竞争日益激烈。一方面，传统医疗器械巨头如 GE 医疗、飞利浦、西门子等继续扩大其市场份额；另一方面，新兴的创新型企业通过技术创新和商业模式创新，不断挑战传统企业的地位。例如，美国医疗科技公司 Medtronic 通过并购和自主研发，不断拓展其产品线和服务领域，成为全球医疗器械设计和开发服务市场的领导者之一。此外，随着全球化进程的加快，跨国企业之间的合作与竞争也日益频繁，进一步推动

了全球医疗器械设计和开发服务市场的整合与发展。

2.2 全球市场主要区域分析

(1) 欧美地区是全球医疗器械设计和开发服务市场的主要区域之一。美国作为全球最大的医疗器械市场，2019 年的市场规模达到 410 亿美元，占全球市场的比例超过 10%。欧洲市场同样表现强劲，2019 年市场规模达到 360 亿美元，其中德国、法国、英国等国家在医疗器械设计和开发服务领域具有显著优势。以德国为例，其医疗器械设计和开发服务市场规模在 2019 年达到 70 亿美元，占全球市场的比例约为 1.6%。欧美地区医疗器械设计和开发服务市场的主要驱动因素包括高人口老龄化率、对高质量医疗服务的需求以及政府对医疗创新的支持。例如，德国的莱比锡-哈雷医疗技术集群就是一个典型的成功案例，该集群汇聚了众多医疗器械设计和开发企业，形成了强大的产业集聚效应。

(2)

亚太地区是全球医疗器械设计和开发服务市场增长最快的区域。2019 年，亚太地区市场规模达到 270 亿美元，预计到 2024 年将增长至 400 亿美元，年复合增长率约为 7.5%。这一增长主要得益于中国、日本、韩国等新兴市场的快速发展。以中国为例，2019 年其医疗器械设计和开发服务市场规模达到 90 亿美元，预计到 2024 年将达到 150 亿美元，年复合增长率约为 11%。中国政府近年来出台了一系列政策，如《关于促进医药产业创新发展的意见》，旨在推动医疗器械行业的发展。此外，中国市场的巨大潜力吸引了众多国际企业，如美国美敦力公司（Medtronic）和德国西门子公司（Siemens）等，纷纷在中国设立研发中心和生产基地。

(3) 拉丁美洲和非洲地区在全球医疗器械设计和开发服务市场中的占比相对较小，但近年来增长迅速。2019 年，这两个地区的市场规模分别为 30 亿美元和 20 亿美元。拉丁美洲市场的增长主要得益于巴西、墨西哥等国家的快速发展，而非洲市场则受益于非洲大陆的人口增长和医疗需求的增加。以巴西为例，其医疗器械设计和开发服务市场规模在 2019 年达到 15 亿美元，预计到 2024 年将达到 25 亿美元，年复合增长率约为 8%。这些地区市场的增长潜力吸引了国际企业的关注，如美国强生公司（Johnson & Johnson）和瑞士罗氏公司（Roche）等，都在这些地区加大了投资力度，以拓展其医疗器械设计和开发服务市场。

2.3 全球市场主要企业竞争格局

(1) 全球医疗器械设计和开发服务市场的主要企业竞争格局呈现出多元化特点。美国、欧洲和日本等地的企业凭借其技术优势和市场经验，占据了市场的主导地位。美国医疗器械制造商 Medtronic，作为全球医疗器械行业的领军企业，其 2019 年的市场占有率达 10% 以上，产品涵盖心血管、神经、骨骼等多个领域。Medtronic 通过不断的并购和创新，如收购美敦力神经科学公司（Neurosciences）和美敦力心血管系统公司（CardioVascular），巩固了其在全球市场的地位。

(2)

欧洲的医疗器械设计和开发服务市场同样竞争激烈，西门子、飞利浦等企业凭借其强大的研发能力和品牌影响力，在全球市场上占据重要位置。以西门子为例，其 2019 年的医疗器械业务收入达到 120 亿欧元，市场占有率为全球第二。西门子在影像诊断、治疗设备等领域具有领先地位，其创新产品如磁共振成像（MRI）设备在全球市场享有盛誉。此外，欧洲企业如瑞典的 Getinge 和瑞士的 Roche Diagnostics 也在全球医疗器械设计和开发服务市场中扮演着重要角色。

(3) 日本的医疗器械设计和开发服务市场同样不容忽视，东芝医疗、日立医疗等企业也在全球市场中也具有较高知名度。以东芝医疗为例，其 2019 年的医疗器械业务收入达到 5600 亿日元，市场占有率约为全球 5%。东芝医疗在影像诊断、诊断设备等领域具有较强的竞争力，其产品如 X 射线计算机断层扫描（CT）设备在全球市场上受到广泛认可。此外，日本企业在创新和研发方面的投入也为全球医疗器械设计和开发服务市场带来了新的活力。例如，日本电子制造商索尼公司（Sony）也涉足医疗器械设计和开发领域，其研发的微型医疗机器人等创新产品备受关注。在全球医疗器械设计和开发服务市场的竞争中，这些企业通过不断的技术创新和市场拓展，巩固了其在全球市场的地位。

三、中国市场医疗器械设计和开发服务行业分析

3.1 中国市场概述

(1)

中国医疗器械设计和开发服务市场近年来呈现出快速增长的趋势。随着我国医疗健康事业的发展 and 人口老龄化问题的加剧，医疗器械市场需求不断上升。根据中国医药工业信息中心的数据，2019 年中国医疗器械市场规模达到 8400 亿元人民币，同比增长 17.7%，预计到 2024 年市场规模将突破 1.5 万亿元人民币。其中，医疗器械设计和开发服务市场作为产业链上游环节，其增长速度与整体医疗器械市场保持一致，显示出巨大的发展潜力。

(2) 中国医疗器械设计和开发服务市场的发展受益于国家政策支持。为推动医疗器械行业创新发展，我国政府出台了一系列政策措施，如《关于深化医药卫生体制改革的意见》、《医疗器械监督管理条例》等，旨在优化医疗器械研发和审评审批流程，提高行业整体水平。例如，2017 年国家药监局发布了《关于鼓励医疗器械创新的意见》，明确提出要鼓励医疗器械创新，支持企业研发具有自主知识产权的医疗器械产品。

(3)

中国医疗器械设计和开发服务市场的主要驱动力包括以下几方面：一是人口老龄化带来的医疗需求增长；二是慢性病发病率的上升，对医疗器械的需求日益增加；三是医疗技术的进步，为医疗器械设计和开发服务提供了新的发展机遇。以心血管领域为例，中国心血管医疗器械市场规模在2019年达到400亿元人民币，预计到2024年将达到1000亿元人民币，年复合增长率约为15%。在这一领域，国内企业如微创医疗、乐普医疗等通过技术创新和产品研发，不断提升市场竞争力。同时，国际巨头如美敦力、雅培等也纷纷在中国设立研发中心，加强本土化研发和创新，以适应中国市场的快速发展。

3.2 中国市场区域分布分析

(1) 中国医疗器械设计和开发服务市场的区域分布呈现出明显的地域差异。东部沿海地区，如北京、上海、广东、江苏等，由于经济发展水平较高，医疗资源较为丰富，因此医疗器械设计和开发服务市场需求旺盛。以上海为例，作为我国医疗器械行业的重点发展区域，2019年上海医疗器械设计和开发服务市场规模达到200亿元人民币，占全国市场份额的近25%。这些地区的企业在技术研发、市场拓展等方面具有明显优势。

(2) 中部地区和西部地区虽然医疗器械设计和开发服务市场规模相对较小，但近年来发展速度较快。中部地区如湖北、湖南、河南等，凭借其独特的地理位置和政策优势，

吸引了众多医疗器械企业和研发机构入驻。以武汉为例，其医疗器械设计和开发服务市场规模在 2019 年达到 100 亿元人民币，预计未来几年将保持较高增长速度。西部地区如四川、重庆、陕西等，也逐步成为医疗器械设计和开发服务市场的新兴增长点。

(3)

中国医疗器械设计和开发服务市场的区域分布还受到产业政策、区域发展战略等因素的影响。例如，国家重点支持的“一带一路”倡议为西部地区带来了新的发展机遇，吸引了众多国内外企业投资。同时，地方政府为推动区域医疗器械产业发展，出台了一系列优惠政策，如税收减免、资金支持等，进一步促进了医疗器械设计和开发服务市场的发展。此外，随着京津冀协同发展、长江经济带等国家战略的实施，区域间的产业协同效应逐渐显现，有利于推动全国医疗器械设计和开发服务市场的均衡发展。

3.3 中国市场主要企业竞争格局

(1) 中国医疗器械设计和开发服务市场的竞争格局呈现出多元化特点，既有国内企业的积极参与，也有国际巨头的身影。微创医疗、乐普医疗、鱼跃医疗等国内企业凭借其技术创新和市场拓展能力，在国内市场上占据了重要地位。以微创医疗为例，作为国内领先的医疗器械企业，其产品线涵盖心血管、神经、骨科等多个领域，2019年市场份额达到10%以上。

(2) 国际医疗器械巨头如美国美敦力（Medtronic）、德国西门子（Siemens）、荷兰飞利浦（Philips）等，在中国市场也具有显著影响力。这些企业凭借其全球研发网络、先进技术和管理经验，不断拓展中国市场。例如，美敦力在中国设立了研发中心，积极研发适应中国市场需求的医疗器械产品，其市场份额逐年增长。

(3)

中国医疗器械设计和开发服务市场的竞争格局还体现在企业之间的合作与并购。为提升竞争力，国内企业纷纷寻求与国际企业的合作，通过引进先进技术、拓展市场渠道等方式，提升自身实力。同时，并购也成为企业快速扩张、提升市场占有率的重要手段。例如，乐普医疗通过并购国内多家医疗器械企业，成功拓展了其产品线，提升了市场竞争力。此外，一些新兴的医疗器械企业也通过技术创新和商业模式创新，逐渐在市场上崭露头角，为行业竞争增添了新的活力。

四、全球头部企业市场占有率分析

4.1 全球头部企业市场占有率排名

(1) 在全球医疗器械设计和开发服务行业，市场占有率排名前几位的企业通常具备强大的研发实力、广泛的产品线和全球化的市场布局。根据最新的市场研究报告，美国医疗器械制造商 Medtronic 在全球市场的占有率位居首位，其市场份额超过 10%。Medtronic 通过不断的并购和创新，如收购美敦力神经科学公司（Neurosciences）和美敦力心血管系统公司（CardioVascular），成功扩大了其产品线和市场影响力。

(2) 德国西门子（Siemens）和荷兰飞利浦（Philips）在全球医疗器械设计和开发服务市场也占据着重要地位。西门子以医疗影像和诊断设备为主，而飞利浦则专注于诊断成像和患者监护系统。这两家企业在全世界市场的占有率分别为 8% 和 7%，其产品广泛应用于医疗机构的各个领域。例如，西

门子的 MRI 设备在全球市场上占有率高，而飞利浦的超声设备则因其创新技术和可靠性受到客户的青睐。

(3) 美国美敦力 (Medtronic) 和德国拜耳 (Bayer) 也是全球医疗器械设计和开发服务市场的头部企业。拜耳在制药和医疗器械领域都有涉猎，其医疗器械业务包括糖尿病管理、心血管疾病治疗等。2019 年，拜耳医疗器械业务的全球市场占有率为 6%。这些头部企业通过持续的研发投入和市场拓展，巩固了其在全球市场的领先地位，并对行业的发展趋势和市场动态有着重要的影响力。

4.2 全球头部企业市场占有率趋势分析

(1) 全球医疗器械设计和开发服务行业头部企业的市场占有率趋势分析显示，近年来市场集中度有所提高。随着医疗器械行业的快速发展，大型企业通过并购和创新，不断扩大市场份额。例如，美国美敦力 (Medtronic) 通过一系列并购活动，如收购 Covidien 和 CardioMEMS，其市场占有率从 2016 年的 9% 增长到 2019 年的 10% 以上。这种趋势表明，头部企业在全全球医疗器械设计和开发服务市场中的地位更加稳固。

(2) 技术创新是推动头部企业市场占有率提升的关键因素。以 3D 打印技术在医疗器械设计和开发中的应用为例，这一技术的出现为医疗器械的设计和制造带来了革命性的变化。头部企业如美国 Stratasys 和 3D

Systems 通过在这一领域的创新，提升了其在全球市场的竞争力。据市场研究数据显示，2019 年全球 3D 打印医疗器械市场规模达到 8.3 亿美元，预计到 2024 年将达到 45 亿美元，年复合增长率达到 37.1%。

(3) 全球医疗器械设计和开发服务行业头部企业的市场占有率趋势还受到新兴市场的影响。随着中国、印度等新兴市场的医疗器械需求快速增长，头部企业纷纷在这些市场加大投入。例如，德国西门子（Siemens）在中国设立了多个研发中心，专注于本土市场的需求。这种全球化的布局有助于头部企业扩大市场份额，同时也推动了全球医疗器械设计和开发服务行业的整体增长。

4.3 全球头部企业市场占有率影响因素

(1) 全球医疗器械设计和开发服务头部企业的市场占有率受到技术创新的直接影响。随着医疗技术的不断进步，创新医疗器械的研发成为企业竞争的核心。头部企业如美国 Medtronic 和德国 Siemens 等，通过持续的研发投入和产品创新，推出了众多具有市场竞争力的新产品，从而提升了其在全球市场的占有率。例如，Medtronic 推出的心脏起搏器、胰岛素泵等产品，因其技术创新和临床效果显著，在全球市场上获得了较高的市场份额。

(2) 市场营销和品牌建设也是影响全球医疗器械设计和开发服务头部企业市场占有率的重要因素。头部企业通常拥有强大的市场营销能力和品牌影响力，能够有效地推广其

产品和服务。例如，美国 GE 医疗通过其全球性的品牌宣传和营销活动，成功地将其医疗影像设备推广至全球各地，从而提升了其在全球市场的占有率。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/108002127014007035>