

microscopic images. The built hair scanning device can be used to collect the microscopic images of each segment of the hair. By stitching the segmented hair images, a complete and non-repetitive microscopic image of the whole hair can be formed.

УДК 338

**CORPORATE MARKETING STRATEGY –
MEDICAL DEVICE DIRECTION**

吕修德 (Lyu Xiude)

白俄罗斯国立大学 (School of Business of Belarusian State University)

e-mail: 18253339110@163.com

***Summary.** This thesis focuses on the marketing strategy of medical device enterprises, in-depth analysis of the current market situation and development trend of the medical device industry, through the discussion of marketing strategy, to provide medical device enterprises with marketing strategy plan suggestions. The first part describes the background, the current situation of the medical device market, and the marketing strategy of the enterprise, and the middle part describes the characteristics of the marketing strategy of the medical device enterprise, the offline promotional strategy as well as the online promotion and sales. Finally, brand building strategy and the importance of online marketing and conclusion are introduced.*

当今医疗行业市场在大背景下医疗器械企业需要采取有效的营销策略来提升市场份额和竞争力。医疗器械其市场规模庞大且增长迅速。根据世界卫生组织的数据，全球医疗器械市场规模在近年来保持着稳定增长的趋势。预计到2026年，全球医疗器械市场规模将达到1.5万亿美元。随着人口老龄化程度的加剧、医疗技术的进步、人们对健康的关注程度不断提高，医疗器械市场的发展潜力巨大。然而，同时也面临着许多挑战和竞争。由于技术的进步和市场需求的不断变化，医疗器械市场的竞争日益激烈。各个企业都在努力提高产品的创新性、功能性和质量，以满足消费者对于高效、安全和便捷的医疗器械的需求。

医疗器械市场的现状呈现出持续快速增长的态势。随着人口老龄化、疾病发病率上升以及医疗技术的不断进步，对医疗器械的需求不断增加。同时，医疗健康产业的发展也促使了医疗器械市场的扩大。在市场结构方面，医疗器械市场呈现出多层次、多领域的特点，包括高端医疗器械、中端医疗器械和普通医疗器械等。

企业营销策略对企业的发展具有重要影响。首先，营销策略能够帮助企业识别市场需求并将其转化为市场机会，从而满足不断变化的市场环境，提高企业的市场竞争力。其次，营销策略能够帮助企业树立品牌形象，增

强品牌价值。第三，营销策略可以帮助企业获得市场份额，扩大市场影响力。

医疗器械企业营销策略具有以下特点：1. 医疗器械市场的专业性2. 医疗器械的安全性和有效性要求。3. 持续创新和技术优势。4. 客户关系和服务。5. 法律法规和监管要求。

线下促销策略：在医疗器械行业，线下促销策略能够有效地吸引消费者，提高品牌认知度。比如专卖店促销、POP促销、展会促销等手段来营造热闹的氛围。此外，与医疗机构建立合作关系，为其提供免费赠品、试用装等福利。通过与医疗机构合作，企业可以直接接触到潜在客户。

线上销售策略：在全球疫情防控期间，线上销售得到了快速发展和推动，成为企业布局的重点。为了在激烈的市场竞争中占据优势，企业需要积极开展线上推广和销售。线上推广和销售可以通过各种渠道展开，如微信公众号、微博、直播间、电商平台等。通过与这些平台的合作，企业可以将产品和服务展示出来，提高品牌影响力，吸引更多的用户。

品牌建设策略是企业市场竞争中打造和塑造企业品牌形象的总体规划和实施方案。在医疗器械行业，品牌建设是至关重要的，它直接影响着企业在市场中的竞争力和声誉。品牌建设策略的核心目标是通过有效地传递品牌价值和理念，赢得患者和医疗机构的信任和认可。

网络营销是企业提升品牌美誉度、扩大市场份额、提高销售价值不可缺少的战略手段。一方面，网络营销可以降低企业市场推广成本，提高投资回报率，另一方面在全球化、信息化的今天，人们已经离不开网络。因此，网络营销也可以更好地帮助企业抵御市场风险，并推进商品销售和服务质量的提升。

结语：医疗器械公司采用的营销策略对其整体成功和市场竞争力起着至关重要的作用。首先，了解目标受众及其具体需求对于开展有效的营销活动至关重要。此外，充分利用线下营销和线上社交媒体平台和内容营销等强大的数字营销技术。最后，紧跟新兴技术和行业趋势对于保持创新和竞争优势至关重要。总之，实施全面的战略营销方法对于医疗器械公司在当今充满活力的医疗保健行业中茁壮成长至关重要。

YDK 338

履带式微型自主播种机器人结构设计

常学良 (Chang Xueliang)

青岛农业大学 (Qingdao Agricultural University)

e-mail: cxl.6666@foxmail.com

Summary. *The miniature peanut autonomous seeding robot demonstrated in this paper can adapt to the agronomic requirements of peanut planting in different regions by adjusting the seeding parameters, which has certain uniqueness and application value.*