



艾凯咨询
ICAN Consulting

“十二五”规划中国医院行业市场发展趋势分析预测报告

一、调研说明

《“十二五”规划中国医院行业市场发展趋势分析预测报告》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/178583.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

医院 (hospital)指以向人提供医疗护理服务为主要目的的医疗机构。其服务对象不仅包括患者和伤员,也包括处于特定生理状态的健康人(如孕妇、产妇、新生儿)以及完全健康的人(如来医院进行体格检查或口腔清洁的人)。最初设立时,是供人避难,还备有娱乐节目,使来者舒适,有招待意图。后来,才逐渐成为收容和治疗病人的专门机构。

在新医改背景之下,民营医院无论是在体制变革、政策调整还是市场需求等方面,都将迎来新的发展空间和发展机遇。

《"十二五"规划中国医院行业市场发展趋势分析预测报告》侧重对医院行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究医院行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测,使企业和投资者对医院行业整个市场的脉络更为清晰,从而保证投资者做出更为正确的决策。

目录

第一章 我国医疗卫生事业发展概述 1

第一节 中国医疗卫生事业的发展 1

一、2008年我国卫生事业发展分析 1

二、2008年全国卫生费用分析 15

三、2009年卫生工作要点 15

第二节 我国卫生事业发展统计 21

一、卫生资源 21

二、医疗服务 23

三、农村和社区卫生 26

四、妇幼保健 30

五、疾病控制与公共卫生 31

六、人民健康水平 34

七、卫生监督 38

第三节 我国医疗卫生财政分配现状分析 39

一、医疗卫生的财政分配原则 39

二、我国医疗财政分配现状及存在问题 40

三、我国医疗卫生财政分配问题解决对策 44

第四节 中国医疗市场概况 45

一、我国医疗服务市场的基本特征	45
二、未来几年我国医疗市场的发展趋势	47
第五节 金融危机对中国卫生发展影响分析	49
一、经济衰退波及卫生和社会开支	49
二、中国医疗卫生应化"危"为"机"	50
第六节 第四次国家卫生服务调查主要结果	51
一、我国城乡居民卫生服务需要量及主要健康问题	51
二、医疗卫生服务需求、利用费用与医疗保险覆盖	52
四、公共卫生服务进一步普及	54
五、居民健康行为得到改善	55
六、医患双方满意度与和谐医患关系	56
第二章 "十一五"期间医院行业全球发展状况分析	58
第一节 "十一五"期间医院行业全球发展情况概述	58
第二节 "十一五"期间医院行业重点地区发展状况分析	59
一、北美洲	59
二、欧洲	62
三、亚洲	64
四、其他地区	65
第三节 "十一五"期间医院行业全球发展趋势预测	67
第三章 "十一五"期间中国医院行业发展环境分析	69
第一节 国内宏观经济情况分析	69
一、GDP历史变动轨迹分析	69
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	73
三、2011年中国宏观经济发展预测分析	75
第二节 中国医院行业政策环境分析	78
一、医院行业监管体制分析	78
二、医院行业相关政策分析	86
第四章 "十一五"期间我国医院行业发展现状分析	102
第一节 医院行业概述	102

一、	医院行业的定义与分级	102
二、	我国医院的分类	103
三、	医院行业发展现状	103
第二节	中国医院改革30年发展概况	104
一、	中国医院改革的历史进程	104
二、	医院改革30年取得的主要成就	105
三、	医院改革面临的问题与挑战	107
第三节	金融危机对医院发展的影响	109
一、	金融危机影响下的医院经营与发展	109
二、	从全球金融危机看我国医院盲目扩张之弊	112
三、	金融危机给医院管理的启示	113
第五章	"十一五"期间中国医疗行业改革分析	116
第一节	"十一五"期间我国医疗卫生改革发展分析	116
一、	2008年新医改发展情况	116
二、	2009年医改新政看点	119
第二节	对中国医疗改革的政策建议	120
一、	构建多层次医疗卫生覆盖体系	120
二、	致力于提高对患者的治疗结果	120
三、	建立适当的机制以激励医疗卫生服务的效率	121
四、	与国家以科技创新为主导的产业结构调整相一致	122
第三节	走中国特色医疗卫生改革发展道路	123
一、	领会十七大对医疗卫生工作提出的新目标和要求	123
二、	用科学发展观指导我国卫生事业的改革与发展	124
三、	建立覆盖全民的基本医疗卫生制度	125
四、	实施"健康中国2020"战略提高全民健康水平	127
第六章	公立医院	129
第一节	公立医院的发展	129
一、	公立医院改革试点突出公益性	129
二、	公立医院面对日益激烈的市场竞争策略	130
三、	医改对公立医院发展的影响	135

- 四、推进公立医院改革着力点分析 136
- 五、公立医院改革路上闯难关 137
- 六、2009年公立医院改革分析 141
- 七、公立医院改革框架分析 143
- 八、公立医院补偿路径分析 144
- 第二节 2008年公立医院发展中存在的问题及建议 147
 - 一、公立医院发展存在的问题 147
 - 二、公立医院发展建议分析 148
- 第三节 公立医院回归社会公益的轨道分析 149
 - 一、维护公立医院的公益性是医疗卫生体制改革的关键 149
 - 二、我国公立医院公益性淡化的原因 150
 - 三、公立医院是维护医疗卫生事业公益性的主力军 151
 - 四、公立医院改革和发展的国际经验及政策建议 152

第七章 民营医院 154

- 第一节 2009年民营医院发展现状分析 154
 - 一、民营医院发展前景分析 154
 - 二、民营医院迎接医改新政分析 156
 - 三、现在的民营医院营销正遭遇瓶颈 158
 - 四、民营医院转型发展策略 159
 - 五、2009年民营医院发展情况 161
- 第二节 民营医院发展模式分析 162
 - 一、民营企业资本向民营医院延伸 162
 - 二、投资机构购并国有医院 163
 - 三、公立医院整体转让给民营企业 163
 - 四、公有医院托管给投资集团 164
 - 五、村办民营医院 165
 - 六、以拍卖、有偿转让为主要内容的产权过渡 165
- 第三节 民营医院的发展策略 166
 - 一、民营医院发展战略分析 166
 - 二、民营医院生存发展的战略分析 170
 - 三、民营医院发展SWOT分析和战略选择 175

第四节 民营医院差异化竞争发展战略分析 180

一、民营医院竞争现状 180

二、差异化竞争战略分析 182

第五节 未来民营医院的发展趋势 183

一、连锁经营将成为一种趋势 183

二、品牌营销要树立长远观念 184

三、寻求个性化发展 184

四、以价格、服务优势推动规模化发展 185

五、培养人才及建立良性的鼓励机制 186

六、打造动态化和显现化的核心优势 187

第八章 外资医院 188

第一节 外资医院在中国的发展情况 188

一、外资医院在中国的发展概况 188

二、新医改外资医院发展的未知数 190

三、外资医院的营销策略 193

第二节 中外合资合作医疗机构的形式及影响 194

一、医疗机构中外合资合作的形式 194

二、中外合资医疗机构的特征 195

三、国内对合资合作医疗机构的反应 196

第九章 专科医院 198

第一节 专科医院的发展概述 198

一、专科医院的定义与特点 198

二、我国专科医院发展面临的问题 198

三、专科医院建设策略 200

四、专科医院的发展策略 202

第二节 眼科医院 205

一、中国眼科专科医院发展模式的探讨 205

二、我国眼科资源现状与策略分析 207

第三节 肿瘤医院 208

一、肿瘤专科医院经营管理 208

二、新形势下肿瘤专科医院发展分析 211

第四节 口腔医院 213

一、民营口腔医疗市场开启整合之路 213

二、口腔医疗市场未来商业营销模式预测 215

三、我国民营口腔医疗机构存在的问题及发展趋势 219

第十章 女子医院 222

第一节 女子医院发展分析 222

一、女子医院成为投资新增长点 222

二、市场细分个性化需求催生女子医院 225

第二节 北京五洲女子医院 227

一、医院概况 227

二、医院十大服务特色 229

第十一章 整形美容医疗 231

第一节 中国整形美容医疗市场概况 231

一、医学美容的范围 231

二、医疗整形美容市场发展态势 231

三、医疗美容市场亟待规范的问题分析 232

第二节 我国整形美容业现状分析 232

一、2008年整容业发展现状分析 232

二、2009年整形市场发展态势 235

三、2009年整形美容消费趋势分析 237

第三节 我国整形美容业的发展思路 240

一、整形美容业发展规划 240

二、整形美容业发展重点 241

三、整形美容业利润来源 242

四、整形美容业营销手段 242

五、整形美容业的人性化服务 244

六、整形美容业发展措施 244

第四节 2009-2010年整形美容发展趋势 246

一、2009年整形市场发展趋势 246

- 二、2009年整容市场流行新趋势 246
- 三、2009整形行业迎来"考验年" 248
- 四、从2008看2009整容群体趋势 251
- 五、2010年国内整形美容销售额预测 252

第十二章 医疗器械与医疗广告 253

第一节 2008年医疗器械产业发展分析 253

- 一、2008年我国医疗器械运行状况 253
- 二、2008年我国医疗器械自主创新情况 254
- 三、2008年中国医院诊疗设备出口情况 255
- 四、2008年医疗创新器械和治疗技术 256
- 五、2008年国内医疗器械市场"新"字抢眼 257
- 六、2008年我国医疗器械产品出口分析 258
- 七、2008年我国医疗器械产品进出口数据分析 259

第二节 医疗器械产业发展现状 261

- 一、中国医疗器械情况及发展概述 261
- 二、我国医疗器械行业发展的机遇与挑战 262
- 三、医疗器械产业发展迎来升级战略机遇期 263
- 四、未来医疗器械发展方向预测 264
- 五、2008-2020年国内医疗器械市场发展形势分析 266

第三节 我国医疗器械产业的发展趋势与预测 267

- 一、医疗器械市场潜力和需求发展趋势 267
- 二、医疗器械产业竞争预测 268
- 三、国际企业进军我国基层医疗器械市场趋势分析 271
- 四、2009年我国医械出口机遇与挑战 272
- 五、到2010年我国医疗器械市场发展预测 273
- 六、未来三年我国医疗器械产业复合增长率预测 275

第四节 医疗广告管理办法 276

第十三章 医院行业的竞争格局 280

第一节 医院的核心竞争力 280

- 一、医院核心竞争力的定义及特点 280

- 二、医院核心竞争力的构成要素 280
- 三、构建医院核心竞争力的发展建议 281
- 第二节 医院参与行业竞争取胜的关键 285
 - 一、领导决策应具有前瞻性 285
 - 二、人才培养要注意多元性 286
 - 三、文化建设应体现人文性 287
- 第三节 医院提高竞争力的策略 288
 - 一、以文化力提升医院核心竞争力 288
 - 二、打造医院核心竞争力的策略 291
 - 三、提升核心竞争力强化医院内涵建设 293
 - 四、创新战略提升医院核心竞争力 294
- 第四节 医院在市场竞争中的经营策略 296
 - 一、以病人为中心，服务竞争，树形象赢得稳定病源 296
 - 二、坚持科教兴院策略，以技术特色，占领及拓宽医疗服务辐射面 297
 - 三、实施成本管理，扩大竞争优势 297
 - 四、引入市场营销理念，实施品牌医院战略 298

第十四章 重点企业分析 299

- 第一节 西安高新医院 299
- 第二节 北京大学人民医院 299
- 第三节 上海仁济医院 300
- 第四节 北京协和医院 301
- 第五节 广东中山大学附属第一医院 303
- 第六节 中国人民解放军总医院(301医院) 305
- 第七节 北京同仁医院 307
- 第八节 复旦大学附属华山医院 307
- 第九节 上海瑞金医院 309
- 第十节 北京中日友好医院 312

第十五章 医院行业发展趋势预测 314

- 第一节 医院发展趋势展望 314
 - 一、连锁式医院发展趋势 314

二、公立医院向股份制医院转变	315
三、将出现职业化院长	316
四、将出现专业体检保健医疗机构	316
第二节 医院行业的发展趋势	317
一、2009-2011年县医院建设预测	317
二、2020年新医改目标预测	320
三、未来公立医院改革趋势	321
第三节 "十一五"卫生事业发展规划纲要	323
一、卫生事业面临的形势	323
二、卫生事业改革发展目标、指导思想和基本原则	326
三、重点工作	328
四、保障政策和措施	333
第四节 好 "十一五"医院发展规划	337
一、"十一五"规划总目标	337
二、医院规模和任务	337
三、发展思路	338
四、实施措施	339
第十六章 医院投融资策略分析	342
第一节 医院投资模式和决策分析	342
一、医院投资经营之惑	342
二、医院的主要投资模式	343
三、医院的长期投资决策分析	345
四、医院赢利因素分析	346
第二节 医院投资经营策略分析	348
一、公平与效率的均衡	348
二、学科建设与运营管理的均衡	349
三、投入与产出的均衡	350
四、门急诊与病房的均衡	350
第三节 公立医院多渠道投融资道路和案例	351
一、公立医院能不能开展资本运营	351
二、现在迫切需要解决的问题	351

- 三、营造非营利医院投融资环境 352
- 四、我国医院财务制度规定 352
- 五、允许公立医院对外投资的政策依据 353
- 六、医院融资租赁 354
- 七、公立医院投融资案例分析 355

第十七章 医院的经营与管理分析 359

第一节 医院经营环境分析 359

- 一、医院经营环境因素 359
- 二、医院经营环境分析 360
- 三、医院经营能力因素 363

第二节 医院经营风险的成因与应对策略 364

- 一、医院经营风险成因分析 364
- 二、医院经营风险的防范策略 365

第三节 21世纪医院管理的品牌建设创新形式 367

- 一、医院品牌的重要性和市场作用 367
- 二、医院管理的目的和作用 367
- 三、品牌建设是医院管理的创新形式 368
- 四、经营品牌就是经营医院 369

第四节 中国医院的管理创新 370

- 一、医院管理创新的基础和必要性 370
- 二、医院管理创新的思路 371
- 三、医院管理创新可能带来的问题及对策 373
- 四、非经济薪酬在医院管理中的应用 374

第五节 现代医院经营理念与管理模式创新 377

- 一、创新医院经营理念与管理模式的必要性分析 377
- 二、现代医院经营理念创新 379
- 三、现代医院管理模式创新 380
- 四、建立适应现代医院要求的经营机制 382

第六节 新形势下医院战略管理的探讨 383

- 一、战略管理与医院战略管理 383
- 二、医院战略制定的必要性 383

- 三、医院战略管理的作用和意义 384
- 四、医院战略分析 384
- 五、医院管理战略的制定 386
- 六、医院管理战略的实施 388
- 七、医院管理战略的评价 388
- 第七节 当前我国医院管理发展趋势 389
 - 一、规划决策社区化 389
 - 二、管理职能分离化 389
 - 三、信息管理自动化 389
 - 四、管理手段法制化 390
 - 五、管理人员职业化 390
 - 六、医院质量管理变革的趋势 391

第十八章 医院营销策略分析 394

第一节 医院营销发展概况 394

- 一、医院营销的重要性 394
- 二、医院经营中的战略性因素 395
- 三、影响营销效果的因素 397

第二节 医院营销咨询概述 403

- 一、医疗市场表现的竞争走势 403
- 二、医院营销诊断 405
- 三、医院营销规划 405
- 四、医院品牌包装 406
- 五、医院营销活动策划 406
- 六、医疗服务营销培训 406
- 七、医院营销机构建立 407

第三节 医院服务营销现状及对策分析 407

- 一、现代医院服务营销阶段分析 407
- 二、医院服务营销组合 411
- 三、医院存在的营销问题 412
- 四、医院的营销对策 413

第四节 医院营销策略分析 416

- 一、医院营销意识先行 416
- 二、树立人才品牌营销战略 416
- 三、树立服务品牌营销战略 417
- 四、树立优质经营战略 418
- 五、树立成本管理的经营战略 418
- 第五节 医院经营战略分析 420
 - 一、品牌经营战略 420
 - 二、规模经营战略 420
 - 三、优质经营战略 421
 - 四、联合经营和负债战略 422
- 第六节 医院营销发展战略分析 423
 - 一、医院营销管理体系的建立 423
 - 二、适应医院的营销战略 424
 - 三、制定医院营销战略的步骤 425
- 第七节 医院营销发展策略分析 426
 - 一、医院的竞争营销策略 426
 - 二、社区营销打造新的途径 429
 - 三、导入产品整体概念促进医疗服务营销 434
- 第八节 医院品牌经营战略的探讨 438
 - 一、医院品牌的提出 438
 - 二、医院缺乏品牌意识的主要表现 438
 - 三、医院品牌经营的相关问题 439
- 第九节 不同环境的医院营销形象定位 440
 - 一、研究医院营销形象的意义 440
 - 二、员工营销形象定位 441
 - 三、就医顾客营销形象定位 443
 - 四、社区公众营销形象定位 444
 - 五、政府营销形象定位 445
 - 六、医疗保险机构营销形象定位 447
 - 七、同业界营销形象定位 448
 - 八、供应商营销形象定位 449
 - 九、大众媒体营销形象定位 451

第十九章 医院信息化发展策略 453

第一节 医院信息化发展概述 453

- 一、中国医疗信息化现状分析 453
- 二、医院信息化规范正在进行时 461
- 三、医疗信息化的发展阶段与障碍 463
- 四、我国医院信息化建设步入拐点 465
- 五、医院信息化热点领域分析 465

第二节 医院信息系统面临的挑战分析 467

- 一、一体化医院管理信息系统的建设 467
- 二、系统的安全性 467
- 三、医疗保险 468
- 四、突发公共卫生事件与医疗救治信息系统 468
- 五、临床信息系统 469
- 六、电子病历 469

第三节 信息技术在医疗领域中的应用 470

- 一、信息技术在医疗领域中的主要应用 470
- 二、信息技术在医院管理中的主要应用 471

第四节 中国医院信息化状况调查分析 473

- 一、全国医院信息化发展不平衡 473
- 二、投入不足但增长趋势明显 475
- 三、越来越多先进的技术开始引入并被使用 477
- 四、管理信息系统会消耗大量的资源 479
- 五、在数据表达和交换两方面都缺乏标准 482
- 六、医院信息化人才严重缺乏 484

一、医院电子商务及其模式概述 486

- 二、医院电子商务系统 486
- 三、医院电子商务发展策略分析 491

第六节 医院信息化发展趋势 495

- 一、医疗业IT市场的竞争更激励 495
- 二、IT应用范围逐渐拓展 495
- 三、医疗IT产品与服务一体化 496
- 四、医疗行业信息化产品与服务提供商企业之间整合 496

- 五、整合应用将成为未来发展主流 496
- 六、用户需求更加趋于理性 496
- 七、医疗信息化外包 496
- 八、公共卫生领域信息化将快速发展 497
- 九、区域医疗信息化整合 497
- 第七节 社区卫生信息化发展策略 499
 - 一、社区还停留在"业绩考核"而非"绩效考核" 499
 - 二、工作量造假、激活健康档案难题如何克服 500
 - 三、"信息孤岛"能大联合吗 501
 - 四、法律伦理、标准化问题尚未解决 501
- 第八节 医院信息系统发展趋势及对策研究 502
 - 一、医院信息系统的发展趋势 502
 - 二、我国医院信息系统存在的主要问题 513
 - 三、对策研究 515

通过《"十二五"规划中国医院行业市场发展趋势分析预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/178583.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专业提供投资咨询报告、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。