



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国 民营医院市 场竞争格局分析与投资前景评估 报告

一、调研说明

《2011-2015年中国 民营医院市场竞争格局分析与投资前景评估报告》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/183408.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

民营医院又称民办医院，是指由社会资本为主投资兴办的具有一定规模的医疗机构。根据中华医院管理学会民营医院管理分会的解释，民营医院的概念涵盖了除公立医院以外的一切医疗机构。20世纪80年代中后期，民营医院开始在中国民营经济较发达的地区出现，经过20多年的实践，有了较大的发展，表现为民营医院数量逐渐增多，投资规模有所扩大，服务能力不断提升。目前，与公立医院的并行发展相比，民营医院的发展仍然明显落后，在医疗服务市场的竞争中，民营医院的地位、规模和服务数量均与公立医院存在着巨大的差距。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国民营医院市场竞争格局分析与投资前景评估报告》共十二章。首先介绍了民营医院相关概述、中国民营医院市场运行环境等，接着分析了中国民营医院市场发展的现状，然后介绍了中国民营医院重点区域市场运行形势。随后，报告对中国民营医院重点企业经营状况分析，最后分析了中国民营医院行业发展趋势与投资预测。您若想对民营医院产业有个系统的了解或者想投资民营医院行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 中国医疗事业运行综述

第一节 中国卫生事业发展情况分析

- 一、中国医院的资源情况
- 二、中国医院的诊疗及住院数量
- 三、中国医院病床使用情况
- 四、中国医院工作量情况
- 五、中国医院收支情况
- 六、中国医院住院病人前十位疾病构成

第二节 中国医院经营效益探析

- 一、医院经营效益的概念及内涵综述
- 二、医院经营效益分析应坚持原则
- 三、医院经营效益分析的目的
- 四、医院经营效益的表示方法

- 五、医院经营效益的费用—效益分析法
- 六、医院经营效益的费用—效果分析法
- 七、医院经营效益的简易比值分析法
- 八、医院经营效益的影响因素

第三节 中国营利性医院与非营利性医院分析

- 一、营利与非营利医院介绍
- 二、国外的非营利与营利性医院
- 三、美国营利性医院分析
- 四、营利性医院的财务制度探析
- 五、营利性医院的盈利模式探析
- 六、非营利性医院的筹资管理分析
- 七、社会资本办非营利性医院遭遇政策难题

第四节 中国医院发展建设面临的挑战与对策探讨

- 一、医改后医院发展面临的挑战与对策
- 二、医疗费用的降低需政府与医院共同努力
- 三、在新形势下医院创新发展的策略
- 四、国有医院深化改革的对策及相关建议
- 五、乡镇医院谋求发展的要点

第二章 中国民营医院产业运行环境分析

第一节 国内民营医院经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国民营医院经济发展预测分析

第二节 中国民营医院行业政策环境分析

第三章 中国民营医院产业运行态势分析

第一节 中国民营医院的发展概述

- 一、民营医院网络营销的新机遇时代
- 二、中国民营医院数量分析
- 三、民营资本也可办非营利医院
- 四、资本助力民营医院发展

五、民营医院网站和公立医院网站优劣对比

六、民营医院发展面临六大阻碍

第二节 中国阻碍民营医院发展的问题

一、制约民营医院发展的外部环境

二、民营医院自身存在的问题分析

三、民营医院存在诚信危机困扰

第三节 中国民营医院的发展策略分析

一、民营医院突破发展瓶颈的对策

二、民营医院的突围策略分析

三、民营医院发展的相关政策建议

四、加强对民营医院监管的措施

五、民营医院发展的八项措施

第四章 中国民营医院产业运行走势综述

第一节 新医改下民营医院的发展分析

一、新医改方案的出台对民营医院的影响

二、民营医院期盼新医改方案相关配套文件

三、新医改下民营医院发展策略探析

四、民营医院启动优质护理服务示范工程

五、民营医院线上推广的新思路

第二节 中国民营医院的经营管理要点

一、直面竞争

二、转换观念

三、超越自我

四、向管理要效益

五、为民营医院植入成功的管理基因

第三节 中国中医药与民营医院的相互影响

第五章 中国民营医院发展模式与各地区重点分析

第一节 中国民营医院发展模式分析

一、民营企业资本向民营医院延伸

二、投资机构购并国有医院

三、公立医院整体转让给民营企业

四、公有医院托管给投资集团

五、村办民营医院

六、以拍卖、有偿转让为主要内容的产权过渡

第二节 中国各地民营医院产业走势分析

一、黑龙江省民资可办非营利性医院

二、上海市两家营利性综合民营医院首次纳入医保

三、天津或将放松民营医院"非营利性"资格审批

四、云南大力支持民营医院发展

五、云南办民营医院可自由选择营利或非营利经营性质

六、四川民营资本今后可办非营利性医院

七、兰州市民营资本办非营利性医院发展状况分析

八、北京民营医院发展陷入瓶颈

第六章 中国医院行业营销策略分析

第一节 中国医院营销发展概况

一、医院营销的重要性

二、医院经营中的战略性因素

三、影响营销效果的因素

第二节 医院营销咨询概述

一、医院营销诊断

二、医院营销规划

三、医院品牌包装

四、医院营销活动策划

五、医疗服务营销培训

六、医院营销机构建立

第三节 医院服务营销现状及对策分析

一、现代医院服务营销阶段分析

二、医院服务营销组合

三、医院存在的营销问题

四、医院的营销对策

第四节 医院营销策略分析

- 一、医院营销意识先行
- 二、树立人才品牌营销战略
- 三、树立服务品牌营销战略
- 四、树立优质经营战略
- 五、树立成本管理的经营战略

第五节 医院营销发展战略分析

- 一、医院营销管理体系的建立
- 二、适应医院的营销战略
- 三、制定医院营销战略的步骤

第六节 医院营销发展策略分析

- 一、医院的竞争营销策略
- 二、社区营销打造新的途径
- 三、导入产品整体概念促进医疗服务营销

第七章 中国医院信息化发展分析

第一节 中国医院信息化发展概述

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

第二节 中国医院信息系统面临的挑战分析

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

第三节 中国信息技术在医疗领域中的应用

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

第八章 中国民营医院产业市场竞争格局分析

第一节 中国民营医院的SWOT分析

第二节 中国民营医院的竞争力分析

一、民营医院的核心竞争力分析

二、民营医院竞争战略分析

三、民营医院在竞争环境中发展突破的对策

第三节 中国民营医院竞争力提升的制约因素

一、治理结构先天不足

二、创新能力严重滞后

三、创新能力严重滞后

四、"人才荒"日渐突出

五、商务成本居高不下

六、融资能力成致命瓶颈

七、软环境亟需完善

第九章 中国主要民营医院运营竞争力分析

第一节 上海仁济医院

一、医院简介

二、上海仁济医院市场竞争的利器

三、上海仁济医院信息化建设情况

第二节 西安高新医院

一、医院简介

二、西安高新医院的服务理念

三、高新医院建成现代国际化的肾脏内科血液净化中心

第三节 四川华西医院

一、医院简介

二、华西医院的管理理念

三、华西医院医疗处于全国先进水平

四、华西医院主要医疗指标

第十章 中国医疗器械与医疗广告分析

第一节 中国医疗器械行业发展分析

一、中国医疗器械产业发展概况

二、政策引导我国医疗器械行业快速发展

三、我国医疗器械产业已逐步融入全球产业链

四、我国普及型医疗器械发展状况分析

五、国内外医疗器械企业争夺"新医改"大蛋糕

六、我国医疗器械产业技术创新战略联盟成立

第二节 医院内医疗器械使用与管理存在的问题及对策

一、国内许多中小型医院医疗器械常"带病使用"

二、医院器械招标常选价格高者市场监管存空白

三、分析现代医院器械维修机构的建设及管理

第三节 医疗广告

一、医院的广告和公关活动

二、医疗广告的总体情况回顾

三、我国中医医疗广告监管情况

四、医疗广告禁止名人参与实难解决根本问题

第四节 医疗广告的发展与监管

一、医疗广告取消的利弊分析

二、民营医院的广告营销

三、医疗广告监管难题破解的对策

第十一章 2011-2015年中国民营医院产业发展前景预测分析

第一节 2011-2015年中国民营医院的发展趋势分析

一、连锁经营将成为一种趋势

二、品牌营销要树立长远观念

三、寻求个性化发展

第二节 2011-2015年中国民营医院前景预测分析

一、以价格、服务优势推动规模化发展

二、培养人才及建立良性的鼓励机制

三、打造动态化和显现化的核心优势

第三节 2011-2015年中国民营医院产业盈利预测分析

第十二章 2011-2015年中国民营医院产业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国民营医院产业投资环境预测分析

第二节 2011-2015年中国民营医院产业投资机会分析

一、医院领域拥有广阔投资空间

二、中国鼓励社会资金投资办医院

三、民营医院将掀起新一轮投资热潮

第二节 2011-2015年中国民营医院产业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、政策风险分析

三、融资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011-2015年中国医院行业的发展趋势

图表：2011-2015年中国医院产业盈利预测分析

图表：略……

通过《2011-2015年中国民营医院市场竞争格局分析与投资前景评估报告》，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/183408.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提供专业投资咨询报告、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。