



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年民营医院市场分析 及前景咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年民营医院市场分析及前景咨询报告》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/212035.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

新医改中关于对公立医院特需服务(指医疗单位为满足部分高收入人群对医疗保健高层次的特殊需要而提供的高层次医疗服务,如VIP病房、名医诊断快速通道等)不超过10%的限制。如果说各种条件限制了私立医院在基本医疗服务层面与公立医院的抗衡,那么10%的数字则放大了私立医院未来在高端医疗服务市场上的空间。新医改方案中,国家将根据公立医院的配置将部分公立医院转制为民营医疗机构,推进公立医院投资主体多元化。业内人士认为,随着该市场的市场、该计划的计划,税收问题必将不再为私立医院所抱怨。

在北京,类似协和医院、同仁医院、北京医院等三级甲等的公立医院有几十家,它们聚集着国内最优质的医疗人才、先进的医疗技术和设备,而在调查中却找不到一家大型综合性私立医院。在高端医疗、VIP病房、特殊护理等高端服务方面,除非是在技术和服务上品牌美誉度较高的私立专科医院,北京高收入人群看病的首选肯定是大型公立医院的特需医疗通道。以前高端服务都是公立医院去做,但是他们能够提供的服务有限。随着中国海外留学人员、金领等高收入人群的不断增长,高端人群对医疗服务的要求越来越高,并且有能力自费支付,这个服务完全可以由民营医院来提供。2000年以后,关于公立医院为高收入人群设立的特级医师、VIP病房、特殊护理等服务项目已经引起了社会争议。而且公立医院作为公益性的社会医疗服务机构,特需服务比例逐年增加也会挤占本身就稀缺的医疗资源。经过近几年的市场化膨胀,一些公立医院的特需服务已经远远超过10%。

新医改对公立医院特需门诊、VIP病房的削减和控制将为私立医院释放较大的市场空间。事实上,私立医院已经提前在做准备。之前,私立医院在规模、技术和人才上的窘迫已经促使它们将服务作为竞争中最大筹码,且部分专科医院在某一领域的技术上已经建立优势。而新医改背景下人才引进、科研立项上的平等化更是为私立医院高端特需服务提供了后备保障。高端服务将改变人们对求医的传统认识,将看病作为生活中享受的过程。在这方面,私立医院具备优势。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家卫生部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家药监局、国家商务部、中国医疗器械联合会、中国健康发展协会、中国医药发展协会、中国医院协会、国内外相关报刊杂志等公布和提供的大量资料,着重对我国民营医院行业的发展态势,包括市场供给与需求情况、民营医院行业重点子行业、市场需求特点、行业竞争态势以及世界民营医院市场发展状况等进行了分析,对民营医院行业的市场需求及技术发展趋势进行了研判。报告数据丰富及时、图文并茂,还对国家相关产业政策进行了介绍和趋向研判,是医院经营、研究等单位准确了解当前中国民营医院市场发展动态,把握企业定位和发展战略方向不可多得的决策参考资料,同时对银行信

贷部门也具有极大的参考价值。

第一部分 行业市场运行分析

第一章 2011-2012年中国医疗事业运行综述 1

第一节 2010-2011年中国卫生事业发展情况分析 1

一、卫生资源情况 1

二、医疗服务 5

三、农村卫生 7

四、社区卫生 9

五、病人医药费用 10

六、疾病控制与公共卫生 12

七、妇幼卫生 13

八、卫生监督 15

第二节 2011-2012年中国医院经营效益探析 17

一、医院经营效益的概念与内涵 17

二、分析医院经营效益的原则 17

三、医院经营效益分析的意义目的 17

四、经营效益的表达方法 18

五、费用-效益分析法 19

六、费用-效果分析法 20

七、医院经营效益简易比值分析法 20

八、经营效益影响因素分析 22

第三节 中国营利性医院与非营利性医院分析 22

一、营利性医院与非营利性医院的特征 23

二、营利性医院与非营利性医院的医疗资源配置状况 23

三、营利性医院与非营利性医院的经济效益比较 24

四、营利性与非营利性医院服务技术效率比较 24

第四节 2011-2012年中国医院发展建设面临的挑战与对策探讨 27

一、新医改政策的几大特色 27

二、新医改政策给医院发展带来的挑战 28

三、医院应对新医改政策挑战的对策 30

四、三年医改成果分析 31

第二章 2011-2012年中国民营医院产业运行环境分析 36

第一节 2011-2012年中国经济环境分析 36

一、宏观经济 36

二、工业形势 39

三、固定资产投资 42

1、2011年固定资产投资情况分析 42

2、2012年上半年固定资产投资统计分析 45

四、2011-2012年居民消费市场环境分析 49

五、2011-2012年工业发展形势分析 57

六、2012年上半年进出口情况 60

第二节 2011-2012年中国民营医院产业政策环境分析 64

一、民营医院的政策支持 65

二、民营医院的发展现状 66

三、制约民营医院发展的主要因素 69

四、营造民营医院发展的良好环境 71

第三节 2011-2012年中国民营医院产业人口环境分析 72

一、人口规模太大与调整计划生育政策的两难 72

二、水土不堪重负与生态环境不佳 73

三、土地供给对未来需求的缺口太大 74

第二部分 行业市场发展态势分析

第三章 2011-2012年中国民营医院产业运行态势分析 79

第一节 2011-2012年中国民营医院的发展概述 79

一、我国民营医院的发展现状 79

二、民营医院发展的困境 81

三、民营医院营销策划的误区 83

1、经营模式趋同化 83

2、广告创意庸俗化 84

3、市场定位模糊化 84

4、部分的民营医院都在观望等待国家对民营医院在政策上有一个补充 84

四、民营医院的管理关键 85

1、专业技术人才 85

- 2、服务质量问题 85
- 3、收费问题 85
- 4、应聘者的权利维护问题 85
- 5、宣传方式问题 86
- 五、民营医院的运行特色 86
 - 1、环境优势 86
 - 2、服务优势 86
 - 3、医疗优势 87
 - 4、价格优势 87
- 第二节 2011-2012年中国民营医院的发展策略分析 87
 - 一、追求运营效益并不是民营医院的可持续发展战略 88
 - 二、医院竞争战略：有赖于医院自身独特的运营活动 95
 - 三、战略定位需要医院对经营活动做出取舍 98
 - 四、配称推动民营医院竞争战略优势的可持续性 100

第四章 2011-2012年中国民营医院产业运行走势综述 104

- 第一节 新医改下民营医院的发展分析 104
 - 一、同等待遇启动公平竞争 104
 - 二、10%特需限制放大民营市场 105
 - 三、体制改革破解税收困惑 106
- 第二节 2011-2012年中国民营医院的经营管理要点 107
 - 一、医院建设 107
 - 二、人员管理 108
 - 三、以经营为主导 108
 - 四、以基本医疗管理为基础 108
 - 五、以门诊管理为重点 109
 - 六、以经济激励为手段 109
 - 七、民营医院管理策略 110
 - 八、营销策略 117
 - 九、其他策略 117

第三部分 行业竞争及策略分析

第五章 2011-2012年中国民营医院发展模式与各地区重点分析 123

第一节 2011-2012年中国民营医院发展模式分析 123

- 一、民营企业资本向民营医院延伸 123
- 二、投资机构购并国有医院 123
- 三、公立医院整体转让给民营企业 124
- 四、公有医院托管给投资集团 125
- 五、村办民营医院 126
- 六、以拍卖、有偿转让为主要内容的产权过渡 126

第二节 2011-2012年中国各地民营医院产业走势分析 127

- 一、南宁试点民营和社区医疗机构信誉分级管理 127
- 二、广东部分 公立医院转民营医院可免营业税 128
- 三、长春不达标的民营医院将被取消营业资格 130
- 四、北京鼓励社会资本办医院 131

第六章 2011-2012年中国医院行业营销策略分析 134

第一节 2011-2012年中国医院营销发展概况 134

- 一、现代医院营销的观念 134
- 二、目前国内医院市场营销现状 135
- 三、如何做好现代医院营销 136
- 四、医院营销中要树立几大观念 138

第二节 2011-2012年医院营销咨询概述 140

- 一、营销诊断 140
- 二、医院营销规划 147

第三节 2011-2012年医院服务营销现状及对策分析 157

- 一、医院服务营销的必然性 157
- 二、医院面临的机遇与挑战 157
- 三、医院存在的营销问题 158
- 四、针对医院的营销对策 159

第四节 2011-2012年医院营销策略分析 162

- 一、建立营销组织，发挥医院营销功能 163
- 二、设计营销战略，制订医院营销计划 163
- 三、分析医疗市场，确定医疗市场 164

- 四、找准目标，摸清患者需求 164
- 五、全体参与，努力使利润最大化 165
- 六、医院营销，必须树立品牌形象 165

第五节 2011-2012年民营医院营销发展战略分析 166

- 一、资料与方法 166
- 二、决定民营医院发展战略的因素分析 167
- 三、民营医院的营销目标和营销组合 169
- 四、我国民营医院的营销战略思考与讨论 173

第六节 2011-2012年医院营销发展策略分析 173

- 一、医院竞争者分析 173
- 二、医疗服务区域竞争分析过程 175
- 三、设置壁垒阻止新医院进入市场的七种技巧 187
- 四、波特竞争五要素 188

第七章 2011-2012年中国医院信息化发展分析 193

第一节 2011-2012年中国医院信息化发展概述 193

- 一、中国医疗信息化现状分析 193
- 二、医院信息化规范正在进行时 194
- 三、医疗信息化的发展阶段与障碍 195
- 四、我国医院信息化建设步入拐点 198

第二节 2011-2012年中国医院信息系统面临的挑战分析 201

- 一、一体化医院管理信息系统的建设 201
- 二、系统的安全性 204
- 三、医疗保险 205
- 四、突发公共卫生事件与医疗救治信息系统 205
- 五、临床信息系统 206
- 六、电子病历 206

第三节 2011-2012年中国信息技术在医疗领域中的应用 207

- 一、信息技术在医疗领域中的主要应用 207
- 二、信息技术在医院管理中的主要应用 210
- 1、医院管理信息化建设中所存在的一些问题 211
- 2、完善医院管理信息化建设的途径 211

第八章 2011-2012年中国民营医院产业市场竞争格局分析 215

第一节 2011-2012年中国民营医院的SWOT分析 215

一、优势和劣势分析 215

1、在经营管理方面 215

2、在资源管理方面 216

二、机会和威胁分析 217

1、宏观政策方面 217

2、市场需求方面 217

第二节 2011-2012年中国民营医院的竞争力分析 218

一、民营医院的核心竞争力分析 218

二、民营医院竞争战略分析 219

三、民营医院在竞争环境中发展突破的对策 221

第三节 2011-2012年中国民营医院竞争力提升的制约因素 224

一、治理结构先天不足 224

二、创新能力严重滞后 225

三、“人才荒”日渐突出 225

四、商务成本居高不下 226

五、融资能力成致命瓶颈 226

六、软环境亟需完善 227

第九章 2011-2012年中国主要民营医院运营竞争力分析 228

第一节 上海仁济医院 228

一、医院简介 228

二、上海仁济医院信息化建设情况 230

第二节 西安高新医院 233

一、医院简介 233

二、西安高新医院的服务理念 234

三、西安高新医院荣誉 234

第三节 四川华西医院 234

一、医院简介 234

二、华西医院的管理理念 237

三、华西医院医疗处于全国先进水平 237

四、2006-2010年华西医院主要医疗指标 238

第四部分 行业发展趋势及投资分析

第十章 2011-2012年中国医疗器械与医疗广告分析 239

第一节 2011-2012年中国医疗器械行业发展分析 239

- 一、中国医疗器械产业发展概况 239
- 二、政策引导我国医疗器械行业快速发展 240
- 三、我国医疗器械产业已逐步融入全球产业链 240
- 四、我国普及型医疗器械发展状况分析 242
- 五、国内外医疗器械企业争夺“新医改”大蛋糕 243
- 六、2009年我国医疗器械产业技术创新战略联盟成立 246
- 七、我国医疗器械领先企业分析 247

- 1、华润万东医疗装备股份有限公司 247
- 2、广州阳普医疗科技股份有限公司 254
- 3、东新华医疗器械股份有限公司 261
- 4、深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司 267
- 5、安科高科技股份有限公司 271
- 6、江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 272
- 7、上海医疗器械厂有限公司 279
- 8、北京京精医疗设备有限公司 280

第二节 2011-2012年医院内医疗器械使用与管理存在的问题及对策 280

- 一、国内许多中小型医院医疗器械常“带病使用” 280
- 二、医院器械招标常选价格高者市场监管存空白 281
- 三、解析现代医院器械维修机构的建设及管理 283

第三节 医疗广告 288

- 一、医院的广告和公关活动 288
- 二、我国中医医疗广告监管情况 290
- 三、医疗广告禁止名人参与实难解决根本问题 292

第四节 医疗广告的发展与监管 292

- 一、医疗广告取消的利弊分析 292
- 二、民营医院的广告营销 294
- 三、医疗广告监管难题破解的对策 296

第十一章 2012-2016年中国民营医院产业发展前景预测分析	300
第一节 2012-2016年中国民营医院的发展趋势分析	300
一、连锁经营将成为一种趋势	300
二、品牌营销要树立长远观念	300
三、寻求个性化发展	303
1、最大限度满足患者个性化需求	304
2、增强医院市场竞争力	305
3、更充分的体现现代市场营销观念	305
4、能带动医院提高经济效益	305
第二节 2012-2016年中国民营医院前景预测分析	305
一、以价格、服务优势推动规模化发展	305
二、培养人才及建立良性的鼓励机制	306
三、打造动态化和显现化的核心优势	307
第三节 2012-2016年中国民营医院产业盈利预测分析	308
第十二章 2012-2016年中国民营医院产业投资机会与风险分析	310
第一节 2012-2016年中国民营医院产业投资环境预测分析	310
一、中国宏观经济走势分析	310
二、中国宏观经济趋势预测	315
第二节 2012-2016年中国民营医院产业投资机会分析	322
一、医院领域拥有广阔投资空间	322
二、中国鼓励社会资金投入办医院	325
三、民营医院将掀起新一轮投资热潮	326
四、民营医院机遇分析	327
第三节 2012-2016年中国民营医院产业投资风险分析	328
一、管理风险分析	328
二、政策风险分析	330
三、融资风险分析	335
四、有效防范经营风险的策略	338
第四节 研究中心专家建议	340

图表：2006-2011年医疗卫生机构数 2

图表：医疗卫生机构及床位数 2

图表：2006-2011年医疗卫生机构床位数及增长速度 3

图表：2006-2011年卫生技术人员数 4

图表：2010-2011年卫生人员数 4

图表：2010-2011年各类医疗卫生机构人员数（万人） 4

图表：2010-2011年医疗服务工作 5

图表：2006-2011年医疗卫生机构门诊量及增长速度 6

图表：2006-2011年医疗卫生机构住院量及增长速度 6

图表：医院医师担负工作量 7

图表：医院病床使用情况 7

图表：新型农村合作医疗情况 8

图表：农村乡镇卫生院医疗服务情况 8

图表：村卫生室及人员数 9

图表：社区卫生服务情况 10

图表：基层医疗卫生机构门诊和住院病人人均医药费用 11

图表：医院门诊及住院病人人均医药费 12

图表：全国丙类传染病报告发病及死亡数 13

图表：孕产妇及儿童保健情况 14

图表：监测地区孕产妇和儿童死亡类 14

图表：2009-2012年国内生产总值统计及预测 36

图表：1999-2009年国内生产总值及增长率 37

图表：2010-2012年我国各季度经济增速 37

图表：2008-2009年各季度CPI趋势图 38

图表：2011-2012年我国PMI走势图 39

图表：2008年11月-2009年11月工业总产值和同比增长率 42

图表：2009-2012年全国固定资产投资统计分析 43

图表：固定资产投资（不含农户）增速 44

图表：固定资产投资资金来源增速 44

图表：东、中西部地区固定资产投资增速 45

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司每股指标分析 249

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司成长能力指标分析 249

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司盈利能力指标分析 249

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司盈利质量指标分析 250

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司运营能力指标分析 250

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司财务风险指标分析 250

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司货币资金与应收账款 250

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司存货与流动资产合计 251

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司长期股权投资与累计折旧 251

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司固定资产 251

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司无形资产与资产总计 251

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司应付账款与其他应收款 251

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司长期负债合计与负债合计 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司实收资本与资本公积金 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司盈余公积金 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司股东权益合计 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司流动比率 252

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司营业收入与营业成本 253

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司营业利润 253

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司销售费用与财务费用 253

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司管理费用与投资收益 253

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司利润总额与所得税 253

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司毛利率与净利率 254

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司每股指标分析 255

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司成长能力指标分析 256

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司盈利能力指标分析 256

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司盈利质量指标分析 256

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司运营能力指标分析 257

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司财务风险指标分析 257

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司货币资金与应收账款 257

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司存货与流动资产合计 257

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司长期股权投资与累计折旧 258

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司固定资产 258

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司无形资产与资产总计 258

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司应付账款与其他应收款 258

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 258

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司长期负债合计与负债合计 259

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司实收资本与资本公积金 259

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司盈余公积金 259

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司股东权益合计 259

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司流动比率 259

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司营业收入与营业成本 259

图表：2011-2012年华润万东医疗装备股份有限公司营业利润 260

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司销售费用与财务费用 260

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司管理费用与投资收益 260

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司利润总额与所得税 260

图表：2011-2012年广州阳普医疗科技股份有限公司毛利率与净利率 260

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司每股指标分析 262

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司成长能力指标分析 263

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司盈利能力指标分析 263

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司盈利质量指标分析 263

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司运营能力指标分析 263

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司财务风险指标分析 264

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司货币资金与应收账款 264

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司存货与流动资产合计 264

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司长期股权投资与累计折旧 264

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司固定资产 264

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司无形资产与资产总计 265

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司应付账款与其他应收款 265

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 265

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司长期负债合计与负债合计 265

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司实收资本与资本公积金 265

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司盈余公积金 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司股东权益合计 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司流动比率 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司营业收入与营业成本 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司营业利润 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司销售费用与财务费用 266

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司管理费用与投资收益 267

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司利润总额与所得税 267

图表：2011-2012年东新华医疗器械股份有限公司毛利率与净利率 267

图表：2009-2011年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司财务数据分析 270

图表：2011-2012年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司主要财务数据分析 270

图表：2011-2012年深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司盈利数据分析 271

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司每股指标分析 274

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司成长能力指标分析 274

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司盈利能力指标分析 274

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司盈利质量指标分析 275

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司运营能力指标分析 275

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司财务风险指标分析 275

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司货币资金与应收账款 275

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司存货与流动资产合计 276

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司长期股权投资与累计折旧 276

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司固定资产 276

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司无形资产与资产总计 276

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司应付账款与其他应收款 276

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司流动负债合计 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司长期负债合计与负债合计 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司实收资本与资本公积金 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司盈余公积金 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司股东权益合计 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司流动比率 277

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司营业收入与营业成本 278

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司营业利润 278

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司销售费用与财务费用 278

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司管理费用与投资收益 278

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司利润总额与所得税 278

图表：2011-2012年江苏鱼跃医疗设备股份有限公司毛利率与净利率 279

图表：2012-2016年我国民营医院盈利增长趋势图 309

图表：2006-2011年货物进出口总额 315

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/212035.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。