



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国民营医院行业 市场供需预测及投资机会报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国民营医院行业市场供需预测及投资机会报告》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/229003.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](mailto: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

上个世纪80年代，民营医院已经在中国医疗行业中出现。但中国民营医院真正大规模的发展，是在2001年以后。由于中国对医院实行国有管理，公立医院由当地卫生部门直接管理，而民营医院的建立必须经当地卫生部门批准。虽然政策没有限制民营医院的建立，但卫生部门出于对公立医院的保护，在审批时对民营医院卡得很严，民营医院在这样的环境下，很难得到发展。2001年9月中国开放医疗市场，鼓励发展民营医疗机构，民营医院开始在社会上大量出现。

2003年，民营医院的发展进入了最好的时期，由于公立医院资金投入不足，地方政府将医疗资金的投入来源盯向了民间资本。许多地方政府改革卫生医疗体制，允许公立医院通过委托经营、股份合作、股份制等形式，或整体出让的办法，引进社会资本，并对民营医院实行3年免税制度。

截至2012年6月，我国民营医院数量已达到9097所，预计全年诊疗近2.3亿人次。2008年至2011年，医改三年以来民营医院的数量增加了56.2%，门诊量增加了57.9%，住院量增加了101.2%，但是民营医院提供的医疗服务仅占全国医疗市场的9.1%，90%以上的医疗服务量是公立医院提供的。

卫生部医疗服务监管司：“十二五”提出医疗总的服务量20%由民营医院完成这样的目标，民营医院的发展空间相当大。要达到这个目标，还是不太容易。民营医院发展不平衡，存在“小、散、乱”的现象，仅有12%的民营医院机构床位数达到100张以上；地区间发展也不平衡，东部沿海地区民营医院数占40%以上。

制约民营医院资源发展有三方面的因素。一是缺乏顶层设计；二是公信力有待改善；三是服务能力不高。国务院医改办副主任张汉东也指出，民营医院需要有公平发展的基础。首先要消除人才流动的体制性障碍；其次是严格执行医疗机构分类管理政策，一方面要在准入上一视同仁，另一方面要保证公平待遇。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国民营医院行业市场供需预测及投资机会报告》共十二章。首先介绍了中国民营医院行业发展环境，接着分析了中国民营医院行业规模及消费需求，然后对中国民营医院行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国民营医院行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国民营医院行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2012-2013年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 2012-2013年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&mdash;效益分析法
- 六、医院经营效益的费用&mdash;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 2012-2013年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 2012-2013年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2012-2013年中国民营医院产业运行环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2012-2013年中国民营医院产业政策环境分析

- 一、医院申报材料清单
- 二、设置审批和执业登记程序
- 三、医疗机构执业许可证（设置许可部分）办理流程
- 四、医疗机构管理条例
- 五、医疗机构管理条例实施细则
- 六、中外合资、合作医疗机构管理暂行办法
- 七、各地对民营医院建设的相关政策

#### 第三节 2012-2013年中国民营医院产业社会环境分析

### 第三章2012-2013年中国民营医院产业运行态势分析

#### 第一节2012-2013年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2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年中国中医药与民营医院的相互影响

#### 第五章 2012-2013年中国民营医院发展模式与各地区重点分析

##### 第一节 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年中国医院行业营销策略分析

### 第一节 2012-2013年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 2012-2013年医院营销咨询概述

- 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 2012-2013年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 2012-2013年医院营销策略分析

- 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 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年中国医院信息化发展分析

### 第一节 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年中国民营医院产业市场竞争格局分析

### 第一节 2012-2013年中国民营医院的SWOT分析

### 第二节 2012-2013年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 2012-2013年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 2012-2013年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、1995-2007年华西医院主要医疗指标

## 第十章 2012-2013年中国医疗器械与医疗广告分析

### 第一节 2012-2013年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、2009年我国医疗器械产业技术创新战略联盟成立

### 第二节 2012-2013年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、解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、2008年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 2013-2018年中国民营医院产业发展前景预测分析

### 第一节 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018年中国民营医院产业盈利预测分析

## 第十二章 2013-2018年中国民营医院产业投资机会与风险分析

### 第一节 2013-2018年中国民营医院产业投资环境预测分析

### 第二节 2013-2018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

### 第三节 2013-2018年中国民营医院产业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、政策风险分析
- 三、融资风险分析

### 第四节 专家建议

图表目录：（部分）

图表：2009-2012年国内生产总值

图表：2009-2012年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2009-2012年年末国家外汇储备

图表：2009-2012年财政收入

图表：2009-2012年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：历年来中国卫生机构数

图表：历年来卫生机构床位数回顾

图表：全国卫生机构专业卫生人员数

图表：中国医疗机构数

图表：中国医疗机构床位数

图表：各地区医疗机构床位数

图表：各地区卫生人员数

图表：全国各个时期卫生基本建设投资

图表："十五"期间全国甲、乙类法定报告传染病发病及死亡率

图表："十五"期间全国农村三级卫生服务网

图表：卫生部门综合医院医生人均每天担负工作量

图表："十五"期间全国卫生机构及床位数

图表："十五"期间全国卫生总费用测算数（当年价格）

图表："十五"期间医学专业毕业生、招生及在校学生数

图表：医院分类与名称

图表：中国医院分级的基本情况

图表：患者身份信息化管理流程示意图

图表：临床用药管理系统流程示意图

图表：使用移动终端方便查寻患者生命体征

图表：SATO腕带样例

图表：医院营销环境

图表：医疗服务的市场定位

图表：参与医院每床位信息化累计投入

图表：医院信息化发展的障碍因素

图表：电视频道医疗广告播放长度所占比例

图表：2013-2018年中国医院行业的发展趋势

图表：2013-2018年中国医院产业盈利预测分析

图表：略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

通过《2013-2018年中国民营医院行业市场供需预测及投资机会报告》，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/229003.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](http://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。