

2021-2027年中国医院行业 发展趋势与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国医院行业发展趋势与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202108/232339.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

医院是指按照法律法规和行业规范，为病员开展必要的医学检查、治疗措施、护理技术、接诊服务、康复设备、救治运输等服务，以救死扶伤为主要目的医疗机构。其服务对象不仅包括有症状的病员和伤员，也包括不能自理或活动受限有医疗护理依赖的老年人，法医评定有医疗护理依赖或病情不稳定需要长期康复经常观察检查的重度病伤员，或有其它特定的情况和人群，如健康人（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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国医院行业发展趋势与未来发展趋势报告》共十七章。首先介绍了中国医院行业市场发展环境、医院整体运行态势等，接着分析了中国医院行业市场运行的现状，然后介绍了医院市场竞争格局。随后，报告对医院做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医院行业发展趋势与投资预测。您若想对医院产业有个系统的了解或者想投资中国医院行业，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。

报告目录：

第一章 医疗事业的发展概述

第一节 中国医疗卫生事业的发展

一、2019年我国卫生事业发展分析

二、2019年卫生统计公报数据解读

三、2019年全国卫生费用分析

四、2019年卫生工作要点

第二节 我国卫生事业发展统计

一、卫生资源

二、医疗服务

三、农村卫生

四、社区卫生

五、中医药服务

六、病人医药费用

七、疾病控制与公共卫生

八、妇幼卫生

九、食品安全与卫生监督

十、计划生育

第三节我国医疗卫生财政分配现状分析

一、医疗卫生的财政分配原则

二、我国医疗财政分配现状及存在问题

三、我国医疗卫生财政分配问题解决对策

第四节中国医疗市场概况

一、我国医疗服务市场的基本特征

二、2019年全国医疗服务情况统计

三、未来几年我国医疗市场的发展趋势

第五节贸易战对中国卫生发展影响分析

一、经济衰退波及卫生和社会开支

二、中国医疗卫生应化“危”为“机”

第六节第四次国家卫生服务调查主要结果

一、我国城乡居民卫生服务需要量及主要健康问题

二、医疗卫生服务需求、利用费用与医疗保险覆盖

三、公共卫生服务进一步普及

四、居民健康行为得到改善

五、医患双方满意度与和谐医患关系

第二章医院行业发展现状分析

第一节医院行业概述

一、医院行业的定义与分级

二、我国医院的分类

三、医院行业发展现状

第二节中国医院改革30年发展概况

一、中国医院改革的历史进程

二、医院改革30年取得的主要成就

三、医院改革面临的问题与挑战

第三节 贸易战对医院发展的影响

- 一、贸易战影响下的医院经营与发展
- 二、从全球贸易战看我国医院盲目扩张之弊
- 三、贸易战给医院管理的启示

第三章 中国医疗行业改革分析

第一节 我国医疗卫生改革发展分析

第二节 对中国医疗改革的政策建议

- 一、构建多层次医疗卫生覆盖体系
- 二、致力于提高对患者的治疗结果
- 三、建立适当的机制以激励医疗卫生服务的效率
- 四、与国家以科技创新为主导的产业结构调整相一致

第三节 走中国特色医疗卫生改革发展道路

- 一、领会十七大对医疗卫生工作提出的新目标和要求
- 二、用科学发展观指导我国卫生事业的改革与发展
- 三、建立覆盖全民的基本医疗卫生制度
- 四、实施健康中国2020战略提高全民健康水平

第四章 公立医院

第一节 公立医院的发展

- 一、公立医院改革试点突出公益性
- 二、公立医院面对日益激烈的市场竞争策略
- 三、医改对公立医院发展的影响
- 四、推进公立医院改革着力点分析
- 五、公立医院改革路上闯难关
- 六、2019年公立医院改革分析
- 七、公立医院改革框架分析
- 八、公立医院补偿路径分析

第二节 2019年公立医院发展中存在的问题及建议

- 一、公立医院发展存在的问题
- 二、公立医院发展建议分析

第三节 公立医院回归社会公益的轨道分析

- 一、维护公立医院的公益性是医疗卫生体制改革的关键
- 二、我国公立医院公益性淡化的原因
- 三、公立医院是维护医疗卫生事业公益性的主力军
- 四、公立医院改革和发展的国际经验及政策建议

第五章 民营医院

第一节 2019年民营医院发展现状分析

- 一、民营医院发展前景分析
- 二、民营医院迎接医改新政分析
- 三、现在的民营医院营销正遭遇瓶颈
- 四、民营医院转型发展策略
- 五、2019年民营医院发展情况

第二节 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

第三节 民营医院的发展策略

- 一、民营医院发展战略分析
- 二、民营医院生存发展的战略分析
- 三、民营医院发展SWOT分析和战略选择

第四节 民营医院差异化竞争发展战略分析

- 一、民营医院竞争现状
- 二、差异化竞争战略分析

第五节 未来民营医院的发展趋势

- 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
- 四、以价格、服务优势推动规模化发展
- 五、培养人才及建立良性的鼓励机制

六、打造动态化和显现化的核心优势

第六章外资医院

第一节外资医院在中国的发展情况

- 一、外资医院在中国的发展概况
- 二、新医改外资医院发展的未知数
- 三、外资医院的营销策略

第二节中外合资合作医疗机构的形式及影响

- 一、医疗机构中外合资合作的形式
- 二、中外合资医疗机构的特征
- 三、国内对合资合作医疗机构的反应

第七章专科医院

第一节专科医院的发展概述

- 一、专科医院的定义与特点
- 二、我国专科医院发展面临的问题
- 三、专科医院建设策略
- 四、专科医院的发展策略

第二节眼科医院

- 一、中国眼科专科医院发展模式的探讨
- 二、我国眼科资源现状与策略分析

第三节肿瘤医院

- 一、肿瘤专科医院经营管理
- 二、新形势下肿瘤专科医院发展分析

第四节口腔医院

- 一、民营口腔医疗市场开启整合之路
- 二、口腔医疗市场未来商业营销模式预测
- 三、我国民营口腔医疗机构存在的问题及发展趋

第八章女子医院

第一节女子医院发展分析

- 一、女子医院成为投资新增长点

二、市场细分个性化需求催生女子医院

第二节北京五洲女子医院

一、医院概况

二、医院服务特色

第九章整形美容医疗发展分析

第一节中国整形美容医疗市场概况

一、医学美容的范围

二、医疗整形美容市场发展态势

三、医疗美容市场亟待规范的问题分析

第二节我国整形美容业现状分析

一、2019年整容业发展现状分析

二、2019年整形市场发展态势

三、2019年整形美容消费趋势分析

第三节我国整形美容业的发展思路

一、整形美容业发展规划

二、整形美容业发展重点

三、整形美容业利润来源

四、整形美容业营销手段

五、整形美容业的人性化服务

六、整形美容业发展措施

第四节2019年整形美容发展趋势

一、2019年整形市场发展趋势

二、2019年整容市场流行新趋势

三、2019年国内整形美容销售额预测

第十章医疗器械与医疗广告

第一节2019年医疗器械产业发展分析

一、2019年我国医疗器械运行状况

二、2019年医疗创新器械和治疗技术

三、2019年我国医疗器械产品出口分析

四、2019年我国医疗器械细分行业发展现状

- 五、2019年我国医疗器械主要企业发展现状
- 六、2019年我国医疗器械行业在农村市场发展概况

第二节 医疗器械产业发展现状

- 一、中国医疗器械情况及发展概述
- 二、我国医疗器械行业发展的机遇与挑战
- 三、医疗器械产业发展迎来升级战略机遇期
- 四、未来医疗器械发展方向预测
- 五、2019年我国医疗器械行业面临的机遇与挑战

第三节 我国医疗器械产业的发展趋势与预测

- 一、医疗器械市场潜力和需求发展趋势
- 二、医疗器械产业竞争预测
- 三、国际企业进军我国基层医疗器械市场趋势分析
- 四、2019年医疗器械行业发展趋势分析
- 五、到2020年我国医疗器械市场发展预测
- 六、我医械出口机遇与挑战
- 七、医械标准更新将进入快车道
- 八、未来三年我国医疗器械产业复合增长率预测

第四节 医疗广告管理办法

第十一章 医院行业的竞争格局

第一节 医院的核心竞争力

- 一、医院核心竞争力的定义及特点
- 二、医院核心竞争力的构成要素
- 三、构建医院核心竞争力的发展建议

第二节 医院参与行业竞争取胜的关键

- 一、领导决策应具有预测性
- 二、人才培养要注意多元性
- 三、文化建设应体现人文性

第三节 医院提高竞争力的策略

- 一、以文化力提升医院核心竞争力
- 二、打造医院核心竞争力的策略
- 三、提升核心竞争力强化医院内涵建设

四、创新战略提升医院核心竞争力

第四节医院在市场竞争中的经营策略

- 一、以病人为中心,服务竞争,树形象赢得稳定病源
- 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
- 三、实施成本管理,扩大竞争优势
- 四、引入市场营销理念,实施品牌医院战略

第十二章行业重要企业分析

第一节西安高新医院

第二节北京大学人民医院

第三节上海仁济医院

第四节北京协和医院

第五节广东中山大学附属第一医院

第六节中国人民解放军总医院(301医院)

第七节北京同仁医院

第八节复旦大学附属华山医院

第九节上海瑞金医院

第十节北京中日友好医院

第十三章2021-2027年医院行业发展趋势预测

第一节医院发展趋势展望

- 一、连锁式医院发展趋势
- 二、公立医院向股份制医院转变
- 三、将出现职业化院长
- 四、将出现专业体检保健医疗机构

第二节医院行业的发展趋势

- 一、2019年县医院建设预测
- 二、新医改目标预测
- 三、未来公立医院改革趋势

第三节“十三五”卫生事业发展规划纲要

- 一、卫生事业面临的形势
- 二、卫生事业改革发展目标、指导思想和基本原则

三、重点工作

四、保障政策和措施

第四节“十三五”医院发展规划

一、“十三五”规划总目标

二、医院规模和任务

三、发展思路

四、实施措施

第十四章2021-2027年医院投融资策略分析

第一节医院投资模式和决策分析

一、医院投资经营之惑

二、医院的主要投资模式

三、医院的长期投资决策分析

四、医院赢利因素分析

第二节医院投资经营策略分析

一、公平与效率的均衡

二、学科建设与运营管理的均衡

三、投入与产出的均衡

四、门急诊与病房的均衡

第三节公立医院多渠道投融资道路和案例

一、公立医院能不能开展资本运营

二、现在迫切需要解决的问题

三、营造非营利医院投融资环境

四、我国医院财务制度规定

五、允许公立医院对外投资的政策依据

六、医院融资租赁

七、公立医院投融资案例分析

第十五章2021-2027年医院的经营与管理分析

第一节医院经营环境分析

一、医院经营环境因素

二、医院经营环境分析

三、医院经营能力因素

第二节医院经营风险的成因与应对策略

一、医院经营风险成因分析

二、医院经营风险的防范策略

第三节21世纪医院管理的品牌建设创新形式

一、医院品牌的重要性和市场作用

二、医院管理的目的和作用

三、品牌建设是医院管理的创新形式

四、经营品牌就是经营医院

第四节中国医院的管理创新

一、医院管理创新的基础和必要性

二、医院管理创新的思路

三、医院管理创新可能带来的问题及对策

四、非经济薪酬在医院管理中的应用

第五节现代医院经营理念与管理模式创新

一、创新医院经营理念与管理模式的必要性分析

二、现代医院经营理念创新

三、现代医院管理模式创新

四、建立适应现代医院要求的经营机制

第六节新形势下医院战略管理的探讨

一、战略管理与医院战略管理

二、医院战略制定的必要性

三、医院战略管理的作用和意义

四、医院战略分析

五、医院管理战略的制定

六、医院管理战略的实施

七、医院管理战略的评价

第七节当前我国医院管理发展趋势

一、规划决策社区化

二、管理职能分离化

三、信息管理自动化

四、管理手段法制化

五、管理人员职业化

六、医院质量管理变革的趋势

第十六章2021-2027年医院营销策略分析

第一节医院营销发展概况

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、医疗市场表现的竞争走势

二、医院营销诊断

三、医院营销规划

四、医院品牌包装

五、医院营销活动策划

六、医疗服务营销培训

七、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

第五节医院经营战略分析

一、品牌经营战略

二、规模经营战略

三、优质经营战略

四、联合经营和负债战略

第六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

第七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

第八节医院品牌经营战略的探讨

一、医院品牌的提出

二、医院缺乏品牌意识的主要表现

三、医院品牌经营的相关问题

第九节不同环境的医院营销形象定位

一、研究医院营销形象的意义

二、员工营销形象定位

三、就医顾客营销形象定位

四、社区公众营销形象定位

五、政府营销形象定位

六、医疗保险机构营销形象定位

七、同业界营销形象定位

八、供应商营销形象定位

九、大众媒体营销形象定位

第十七章2021-2027年医院信息化发展策略()

第一节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

五、医院信息化热点领域分析

第二节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

第四节中国医院信息化状况调查分析

一、全国医院信息化发展不平衡

二、投入不足但增长趋势明显

三、越来越多先进的技术开始引入并被使用

四、管理信息系统会消耗大量的资源

五、在数据表达和交换两方面都缺乏标准

六、医院信息化人才严重缺乏

第五节医院电子商务应用发展及对策思考

一、医院电子商务及其模式概述

二、医院电子商务系统

三、医院电子商务发展策略分析

第六节医院信息化发展趋势

一、医疗业IT市场的竞争更激励

二、IT应用范围逐渐拓展

三、医疗IT产品与服务一体化

四、医疗行业信息化产品与服务提供商企业之间整合

五、整合应用将成为未来发展主流

六、用户需求更加趋于理性

七、医疗信息化外包

八、公共卫生领域信息化将快速发展

九、区域医疗信息化整合

第七节社区卫生信息化发展策略

一、社区还停留在“业绩考核”而非“绩效考核”；

二、工作量造假、激活健康档案难题如何克服

三、“信息孤岛”能大联合吗

四、法律伦理、标准化问题尚未解决

第八节医院信息系统发展趋势及对策研究

一、医院信息系统的发展趋势

二、我国医院信息系统存在的主要问题

三、对策研究

四、建议

图表目录：

图表1全国医疗卫生机构数（个）

图表22019年底各地区医疗卫生机构数

图表3全国医疗卫生机构医疗服务量

图表42019年各地区医院和乡镇卫生院医疗服务量

图表52019年医疗卫生机构诊疗人次

图表62019年医疗卫生机构出院人数

图表7部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(女)

图表8部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(男)

图表9部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(合计)

图表10县级医院住院病人前十位疾病构成

图表11城市医院住院病人前十位疾病构成

图表12全国医疗卫生机构数

图表13全国医疗卫生机构及床位数

图表14全国医疗卫生机构床位数及增长速度

图表15全国卫生技术人员数

图表16全国卫生人员数

图表17全国各类医疗卫生机构人员数(万人)

图表18全国医疗服务工作量

图表19全国医疗卫生机构门诊量及增长速度

图表20全国医疗卫生机构住院量及增长速度

图表21医院医师担负工作量

图表22医院病床使用情

图表23全国新型农村合作医疗情况

图表24全国农村乡镇卫生院医疗服务情况

图表25全国村卫生室及人员数

图表26全国社区卫生服务情况

图表27全国中医类医疗卫生机构数和床位数

图表28提供中医服务的基层医疗卫生机构占同类机构的比重（%）

图表29全国中医药人员数

图表30全国中医类医疗卫生机构医疗服务量

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/232339.html>