

# 2010-2015年中国医院行业 市场深度调研及发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国医院行业市场深度调研及发展前景预测报告》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/201104/65163.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 ( 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。

《2010-2015年中国医院行业市场深度调研及发展前景预测报告》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 “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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201104/65163.html>