

2011-2015年中国专科医院 行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国专科医院行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1105/B2382713E9.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-05-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国专科医院行业市场分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国医疗事业运行、中国专科医院产业运行环境等，接着分析了中国专科医院产业运行的现状，然后介绍了中国专科医院产业市场竞争格局。随后，报告对中国专科医院做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国专科医院发展前景与投资预测。您若想对专科医院产业有个系统的了解或者想投资专科医院行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2011-2015年中国专科医院行业市场分析与投资前景研究报告》，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。

专科医院指的是在某方面非常突出，比如，常见的眼科医院，口腔医院，妇幼保健医院等等。随着中国经济发展水平的提高，人们越来越重视自身的健康，医疗服务消费早已突破了“有病求医”的观念，医疗消费动机表现出多层次、多样化的特点，美容、整形、康复服务正在悄然走俏，健康咨询、家庭保健等方面的潜在需求不断增长，以及保健品市场的一再升温、特需服务的产生等现象为专科医院开拓出了更多的市场。

第一章 2010-2011年中国医疗事业运行分析

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 2010-2011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—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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国专科医院产业运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国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

第三节 2010-2011年中国专科医院产业社会环境分析

第三章 2010-2011年中国专科医院产业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国专科医院的发展概述

一、专科医院的定义与特点

二、中国专科医院发展简史

三、专科医院的管理创新

第二节 2010-2011年部分地区专科医院建设情况

一、天津三大专科医院项目建设情况

二、2010-2011年南海民营专科医院建设规划

三、2010-2011年佛山专科医院建设规划

四、未来泉州新区专科医院建设规划

第三节 2010-2011年专科医院存在的问题及发展对策、目标

一、中国专科医院发展面临的问题

二、专科医院建设发展的策略

三、发展专科医院需要把握的主要方面

四、专科医院建设的目标

第四章 2010-2011年专科医院细分产业分析——眼科医院

第一节 2010-2011年中国眼科医院产业发展概述

一、眼科医疗市场基本现状

二、中国眼科医院发展模式分析

三、中国眼科医疗发展存在的挑战与困难

第二节 2010-2011年中国眼科医院产业运行态势分析

一、眼科医疗市场空间分析

二、关于眼科用药医院市场分析

三、眼科医院市场策略分析

第三节 2010-2011年中国眼科医院市场规模分析

第五章 2010-2011年专科医院细分产业分析——口腔医院

第一节 2010-2011年中国口腔医院产业发展概述

一、口腔医疗市场空间分析

二、外资淘金牙科医疗市场

三、牙科成为医疗市场的亮点

第二节 2010-2011年中国口腔医院产业运行走势分析

一、青岛市口腔医院2010-2011年推行实名预约挂号服务

二、2011年通州将建口腔医院

三、济宁口腔医院人才引进促发展

第三节 2011-2015年中国口腔医疗的发展趋势分析

第六章 2010-2011年中国医院营销策略分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国医院信息化发展分析

第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国专科医院产业市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国医院的SWOT分析

第二节 2010-2011年中国医院竞争态势分析

一、医院竞争的主要手段

二、医院竞争环境的改善相当重要

三、医院的核心竞争力

四、医院的非价格竞争分析

第三节 2010-2011年中国专科医院市场竞争态势分析

一、南昌市各大专科医院竞争激烈

二、专科医院竞争擦亮谁的品牌

三、增强专科医院竞争力的核心

第四节 2010-2011年中国专科医院提升竞争力策略分析

一、特色专科打造医院竞争力

二、加强科技人才管理，增强专科医院竞争力

第九章 2010-2011年中国重点专科医院运行态势分析

第一节 爱尔眼科医院集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 北京协和医院

一、医院简介

二、北京协和科学安全节约用血绩效明显

三、北京协和医院改扩建工程启动

四、北京协和医院对医疗风险的防控措施

第三节 复旦大学附属眼耳鼻喉科医院

一、医院基本情况

二、医院眼科基本情况

三、医院眼科优势业务

第四节 四川大学华西医院眼科

一、医院基本情况

二、医院眼科基本情况

三、川大华西医院开通眼科绿色通道

第十章 2010-2011年中国医疗器械与医疗广告分析

第一节 2010-2011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、我国医疗器械产业技术创新战略联盟成立

第二节 2010-2011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、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 2010-2011年中国眼科药市场专题研究成果分析

第一节 2010-2011年中国眼科药产品现状分析

- 一、眼疾治疗药物主要类别
- 二、眼用药物剂型

第二节 2010-2011年中国眼科药研发进展分析

- 一、眼病的药物治疗存在问题
- 二、眼药的研制与开发现状
- 三、眼科药研发中应注意的问题
- 四、青光眼研究的最新进展

第三节 2010-2011年中国低视力系列研究进展

- 一、眼科药科研进展状况分析

二、最新科研动态——未来眼科药给药系统

第四节 2010-2011年中国营销渠道模式探讨

一、模式通病与渠道分析

二、药品零售新模式：社区药品超市

第十二章 2011-2015年中国专科医院发展前景展望分析

第一节 2011-2015年中国医院发展趋势分析

一、未来中国医院的主要发展走向

二、创建洁净医院成为中国医院未来的发展方向

三、现代化医院发展趋势

第二节 2011-2015年中国专科医院发展前景预测分析

一、专科医院走向法人化

二、专科医院规模预测分析

三、专科医院竞争格局预测分析

第三节 2011-2015年中国专科医院产业盈利预测分析

第十三章 2011-2015年中国专科医院产业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国专科医院产业投资环境预测分析

第二节 2011-2015年中国专科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入办医院

第三节 2011-2015年中国专科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 博思投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010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：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010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：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：爱尔眼科医院集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司经营收入走势图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司负债情况图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司负债指标走势图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：爱尔眼科医院集团股份有限公司成长能力指标走势图

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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1105/B2382713E9.html>