

2021-2027年中国医院营销 行业深度分析与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国医院营销行业深度分析与投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/qita/R43802Q6M0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

医院为了满足健康需求者（患者、潜在患者）的需求，实现医院整体组织目标而进行的制订计划、将医疗技术与服务从医务工作者手中输送到健康需求者而进行的一系列必要活动。也就是说医院营销首先是医院以医疗消费需求为出发点，有计划地组织各种医疗经营活动，为健康需求者和利益相关者（通称为医疗顾客）提供满意的医疗技术及健康服务，实现医院整体目标的过程及一系列必要活动。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国医院营销行业深度分析与投资方向研究报告》共三章。首先介绍了医院营销相关概念及发展环境，接着分析了中国医院营销规模及消费需求，然后对中国医院营销市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医院营销面临的机遇及发展前景。您若想对中国医院营销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。

报告目录：

第1章：中国医院行业发展环境分析

1.1 医院行业外部环境

1.1.1 政治法律因素

1.1.2 经济因素

1.1.3 人口因素

1.1.4 自然因素

1.1.5 社会文化因素

1.1.6 技术因素

1.2 医院行业竞争环境

1.2.1 潜在进入者

1.2.2 替代品的威胁

1.2.3 消费者议价能力

1.2.4 供应者议价能力

1.2.5 现有竞争者间的抗衡

第2章：中国医院行业运营情况分析

2.1 卫生费用支出情况

2.1.1 卫生总费用支出

2.1.2 卫生费用支出结构

2.1.3 人均卫生费用水平

2.1.4 卫生费用占GDP比重

2.2 医院总体运营情况分析

2.2.1 医院供给情况分析

(1) 医院数量规模统计

(2) 医院床位数量分析

(3) 医院人员数量分析

(4) 医院建筑面积分析

2.2.2 医院运营情况分析

(1) 医院资产负债规模

(2) 医院收支与利润规模

(3) 医院运营效率分析

2.2.3 医院服务情况分析

(1) 医院门诊服务分析

(2) 医院住院服务分析

(3) 医院床位利用分析

(4) 医院服务质量与效率

2.3 不同经济类型医院运营情况

2.3.1 公立医院运营情况分析

(1) 公立医院供给情况分析

(2) 公立医院运营情况分析

(3) 公立医院服务情况分析

2.3.2 民营医院运营情况分析

(1) 民营医院供给情况分析

(2) 民营医院运营情况分析

(3) 民营医院服务情况分析

2.4 不同等级医院运营情况

- 2.4.1 三级医院运营情况分析
 - (1) 三级医院供给情况分析
 - (2) 三级医院运营情况分析
 - (3) 三级医院服务情况分析
- 2.4.2 二级医院运营情况分析
 - (1) 二级医院供给情况分析
 - (2) 二级医院运营情况分析
 - (3) 二级医院服务情况分析
- 2.4.3 一级医院运营情况分析
 - (1) 一级医院供给情况分析
 - (2) 一级医院运营情况分析
 - (3) 一级医院服务情况分析

第3章：中国医院营销策略与案例分析

- 3.1 医疗服务需求特征
 - 3.1.1 医疗服务一般特征
 - 3.1.2 就医顾客的特点
 - 3.1.3 就医顾客的就诊心理
 - 3.1.4 就医顾客的需求结构
 - 3.1.5 就医顾客的期望
 - 3.1.6 就医顾客的质量感知
 - 3.1.7 就医顾客的成本感知
 - 3.1.8 就医顾客满意
 - 3.1.9 就医顾客抱怨
- 3.2 国外医院营销借鉴
 - 3.2.1 医院营销的特殊性
 - 3.2.2 国外医院营销可借鉴之处
 - 3.2.3 国外医院营销中的问题
- 3.3 医院营销策略构建
 - 3.3.1 医院市场定位
 - (1) 医院市场细分
 - (2) 医院目标市场选择

(3) 医院市场定位

3.3.2 医院服务营销策略

(1) 医院服务营销意义

(2) 医院服务营销策略

3.3.3 医院品牌建设与传播

(1) 医院品牌建设现状

(2) 医院品牌定位策略

(3) 医院品牌识别策略

(4) 医院品牌传播策略

3.3.4 医院营销模式创新

(1) 一对一营销

(2) 互动社区营销

(3) 网络营销

(4) 社会营销

(5) 整合营销

3.4 医院典型营销案例分析

3.4.1 博生医疗

(1) 医院内部环境分析

(2) 医院SWOT分析

(3) 医院市场定位分析

(4) 医院服务营销策略

(5) 医院品牌建设与传播

3.4.2 上海东方医院

(1) 医院内部环境分析

(2) 医院SWOT分析

(3) 医院市场定位分析

(4) 医院服务营销策略

(5) 医院品牌建设与传播

3.4.3 北大医院

(1) 医院内部环境分析

(2) 医院SWOT分析

(3) 医院市场定位策略

(4) 医院服务营销策略

(5) 医院品牌建设与传播

3.5 医院营销管理建议

3.5.1 公立医院营销管理建议

3.5.2 民营医院营销管理建议

图表目录：

图表1：2015-2019年我国GDP增长趋势

图表2：2015-2019年我国城镇居民收入变化趋势

图表3：2015-2019年我国农村居民收入变化趋势

图表4：2015-2019年中国城镇居民消费支出增长

图表5：2015-2019年中国农村居民消费支出增长

图表6：2015-2019年我国65岁以上人口数量及占比

图表7：2015-2019年我国城镇化进程

图表8：我国居民医疗保健支出情况

图表9：我国人均用药水平

图表10：2019年和2019年我国居民社会医疗保险构成

图表11：2015-2019年中国城镇职工基本医疗保险人数及增长情况

图表12：2015-2019年中国城镇居民基本医疗保险人数及增长情况

图表13：2015-2019年中国新型农村合作医疗情况

图表14：2015-2019年新农合基金的运行情况及预测

图表15：2019年各省市新型农村合作医疗情况

图表16：医院行业五力模型分析

图表17：2015-2019年中国医疗机构卫生总费用统计

图表18：2015-2019年中国医疗机构卫生费用构成（按支出个体）

图表19：2015-2019年中国医疗机构卫生费用构成（按城乡）

图表20：2015-2019年我国人均卫生费用支出情况

图表21：我国和发达国家人均卫生费用和人均政府卫生支出比较

图表22：2015-2019年中国卫生总费用占GDP比重

图表23：我国和发达国家医药卫生总费用占GDP比重

图表24：2015-2019年我国医院数量变化趋势

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/R43802Q6M0.html>