

2020-2026年中国全科医学 科医师培训市场分析与发展前景报告

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

《2020-2026年中国全科医学科医师培训市场分析与发展前景报告》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/jiaoyupeixun/S577502E5l.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

全科医生执行全科医疗的卫生服务。又称家庭医师或者家庭医生，是健康管理服务的主要提供者。全科医生具有独特的态度、技能和知识，使其具有资格向家庭的每个成员提供连续性和综合性的医疗照顾、健康维持和预防服务。

全科医生一般是以门诊形式处理常见病、多发病及一般急症的多面手；社区全科医生工作的另一个特点是上门服务，全科医生常以家访的形式上门处理家庭的病人，根据病人的各自不同的情况建立各自的家庭病床和各自的医疗档案。全科医生的特点

1

调持续性、综合性、个体化的照顾。

2

调早期发现并处理疾患；强调预防疾病和维持健康。

3

调在社区场所对病人进行不间断的管理和服务，并在必要时协调利用社区内外其他资源。

在我国，全科医院大都被引导下沉到基层，想要逐步实现社区首诊，分级医疗和双向转诊等目标。但是现状却很不尽人意。

以浙江省为例，数以万计的注册全科医生坚守在基层医疗卫生机构的第一线。但是由于受待遇偏低、发展空间小等因素影响，部分农村地区全科医生依然不足。数据显示，浙江通过院校教育、定向培养、继续教育、规范岗位培训等多种途径，已培养全科医生共计3.4万余人，但注册到全科的仅有1.51万人。

另外，一些大医院的虽开设全科医生，但是患者并没有“先看全科医生”的观念，促使部分全科医生被迫转型为急诊医生。

从某种程度上来说，全科医生也是一门专科，同样有自己的，但是现状却不尽人意。

在国外，全科医生相关制度发展比较成熟，普及程度较之国内要高。各国全科医生占医生总数比例医学院学生不愿成为全科医生的原因

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国全科医学科医师培训市场分析与发展前景报告》共十三章。首先介绍了中国全科医学科医师培训行业市场发展环境、全科医学科医师培训整体运行态势等，接着分析了中国全科医学科医师培训行业市场运行的现状，然后介绍了全科医学科医师培训市场竞争格局。随后，报告对全科医学科医师培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全科医学科医师培训行业发展趋势与投资预测。您若想对全科医学科医师培训产业有个系统的了解或者想投资中国全科医学科医师培训行业，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 2019年中国全科医学科医师培训产业运行整体综述

第一节 2019年中国全科医学科医师培训市场动态分析

第二节 2019年中国全科医学科医师培训产业现状综述

一、经营方式分析

二、品牌机构渗透情况

三、促销和公关形象

四、扩张思路比较研究

第三节 2019年中国全科医学科医师培训产业发展中存在的问题

第四节 2019年全球全科医学科医师培训发展现状及潜力研究

第二章 2019年中国全科医学科医师培训所属行业发展环境深度研究

第一节 2019年中国全科医学科医师培训行业经济环境剖析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2019年中国全科医学科医师培训行业政治环境研究

一、行业相关产业政策探讨

二、政策背后对策战略

第三节 2019年中国全科医学科医师培训行业社会环境深度研究

第四节 2019年中国全科医学科医师培训行业技术环境研究

一、网络技术融入

二、教学模式

三、师资力量

四、其它

第三章 2019年中国全科医学科医师培训所属行业市场运行状况分析

第一节 2019年中国全科医学科医师培训所属行业市场动态分析

一、资讯一

二、资讯二

三、其它

第二节 2019年中国全科医学科医师培训所属行业供求格局发展现状分析

截至2016年年底，我国经培训合格的全科医生已达20.9万人。国家卫生计生委科教司巡视员金生国介绍，我国全科医生数量缺口为7万~21万。我国全科医生总体数量不足，且地域分布很不均衡，江苏、上海、北京、浙江等4省（市）每万人口全科医生数高于3；陕西、江西、辽宁等7省份每万人口全科医生数仍低于1；21个省处于全国平均水平以下，其中包括山东、河南、四川等人口大省。近几年，情况好转，据卫健委数据，2019年每万人口全科医生1.82人，比上年增加0.31人。2014-2019年中国每万人口全医生配比情况

一、需求

二、区域市场分析

三、服务应配套市场

第三节 2019年中国全科医学科医师培训所属行业市场规模分析

第四章 2019年中国全科医学科医师培训细分市场运行态势研究

第一节 细分市场一

第二节 细分市场二

第三节 其它

第五章 2019年中国全科医学科医师培训区域市场深度调查分析

第一节 华北地区（天津、北京、河北、山西、内蒙）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、华北区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第二节 东北地区（辽宁、吉林、黑龙江）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、东北区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第三节 华东地区（上海市、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、华东区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第四节 华中地区（河南、湖北、湖南）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、华中区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第五节 华南地区（广东、广西、海南）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、华南区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第六节 西南地区（重庆市、四川、贵州、云南、西藏）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、西南区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第七节 西北地区（陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆）

- 一、区域市场动态数据监测
- 二、外资品牌机构渗透情况
- 三、国内品牌机构网络布局调查
- 四、国内培训机构盈利状况调研
- 五、西北区域全科医学科医师培训机构发展潜力研究

第六章 2019年中国全科医学科医师培训所属行业市场消费者需求调研数据

第一节 2019年中国全科医学科医师培训市场消费者需求变量分析

- 一、人口统计变量分析
- 二、地理变量分析
- 三、心理变量分析
- 四、行为变量分析

第二节 2019年中国全科医学科医师培训市场消费者需求特征分析

- 一、消费者品牌偏好
- 二、消费者环境偏好
- 三、消费者价格偏好
- 四、消费者师资力量偏好
- 三、消费者影响因素

第三节 未来中国全科医学科医师培训市场消费者需求趋势预测

第七章 2019年中国全科医学科医师培训所属行业市场格局评价研究

第一节 2019年中国全科医学科医师培训市场竞争现状评价

- 一、中国全科医学科医师培训竞争力市场考察
- 二、中国全科医学科医师培训企业并购研究
- 三、中国全科医学科医师培训市场竞争程度研究

第二节 2019年中国全科医学科医师培训行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2019年中国全科医学科医师培训提升竞争力策略研究

第八章 2019年中国全科医学科医师培训行业国际知名品牌企业综合竞争力考察

第一节 品牌机构A

一、企业整体概况

二、营业规模研究

三、市场策略分析

四、综合竞争力研究

五、未来发展规划

第二节 品牌机构B

一、企业整体概况

二、营业规模研究

三、市场策略分析

四、综合竞争力研究

五、未来发展规划

第三节 品牌机构C

一、企业整体概况

二、营业规模研究

三、市场策略分析

四、综合竞争力研究

五、未来发展规划

第四节 品牌机构D

一、企业整体概况

二、营业规模研究

三、市场策略分析

四、综合竞争力研究

五、未来发展规划

第五节 品牌机构E

一、企业整体概况

- 二、营业规模研究
- 三、市场策略分析
- 四、综合竞争力研究
- 五、未来发展规划
- 第六节 品牌机构F
- 一、企业整体概况
- 二、营业规模研究
- 三、市场策略分析
- 四、综合竞争力研究
- 五、未来发展规划

第九章 2019年中国全科医学科医师培训行业国内重点机构企业综合竞争力监测

第一节 重点机构一

- 一、企业基本调查
- 二、营业规模调研
- 三、市场策略剖析
- 四、竞争力研究
- 五、未来发展策略

第二节 重点机构二

- 一、企业基本调查
- 二、营业规模调研
- 三、市场策略剖析
- 四、竞争力研究
- 五、未来发展策略

第三节 重点机构三

- 一、企业基本调查
- 二、营业规模调研
- 三、市场策略剖析
- 四、竞争力研究
- 五、未来发展策略

第四节 重点机构四

- 一、企业基本调查

- 二、营业规模调研
 - 三、市场策略剖析
 - 四、竞争力研究
 - 五、未来发展策略
- 第五节 重点机构五
- 一、企业基本调查
 - 二、营业规模调研
 - 三、市场策略剖析
 - 四、竞争力研究
 - 五、未来发展策略

第十章 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业市场供需状况展望

第一节 2020-2026年中国培训市场未来前景展望

第二节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业市场规模预测

一、未来市场规模预测

二、品牌培训机构趋势

第三节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业市场盈利预测研究

第四节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业发展潜力预测

第十一章 2019年中国全科医学科医师培训市场销售策略与盈利模式研究

第一节 2019年中国全科医学科医师培训市场销售策略探讨研究

第二节 2019年中国全科医学科医师培训市场盈利模式深度调研

第三节 2019年中国全科医学科医师培训市场营销渠道调查

第十二章 2019年中国全科医学科医师培训行业未来发展形势预测

第一节 2019年中国全科医学科医师培训行业特点分析

第二节 2019年中国全科医学科医师培训行业现状综述

第三节 2019年中国全科医学科医师培训行业发展建议及对策

第十三章 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业投资潜力与未来前景预测

第一节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业投资价值研究

第二节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业投资机会分析

第三节 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业投资机会与风险分析

一、市场竞争风险

二、经营风险分析

三、信誉风险分析

四、其他风险分析

第四节 投资建议点评

图表目录：

图表 中国口腔执业医师综合调研采样分布图

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训市场规模调查结果

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训重点机构市场份额调研

图表 2020-2026年中国全科医学科医师培训机构市场未来增长预测

图表 2020-2026年中国全科医学科医师培训市场需求状况预测

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训机构市场份额细分领域调查

图表 知名品牌全科医学科医师培训机构调研数据结果

图表 2010-2019年中国口腔执业医师综合市场需求量及增长率变化图

图表 中国全科医学科医师培训行业生命周期的判断图

图表 2009-2019年中国全科医学科医师培训市场科目价格对比表

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训机构市场不同因素的价格影响力对比

图表 中国全科医学科医师培训行业环境波特五力分析模型研究

图表 2013-2019年中国口腔执业医师综合前五强培训机构市场占有率预测

图表 2013-2019年中国消费者对全科医学科医师培训机构品牌认知度调查

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训机构品牌影响程度调研结果

图表 2013-2019年中国全科医学科医师培训机构地理位置影响程度调研结果

图表 2020-2026年中国全科医学科医师培训机构课程市场价格走势预测

图表 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业市场供需形势预测表

图表 2020-2026年中国全科医学科医师培训行业发展潜力预测走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/S577502E5l.html>