

# 2020-2026年中国医院行业 发展趋势与投资方向研究报告

## 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

《2020-2026年中国医院行业发展趋势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.cction.com/report/202007/174546.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

2017年末，全国医疗卫生机构总数达986649个，比上年增加3255个。其中：医院31056个，比上年增加1916个。医院中，公立医院12297个，比上年减少411个，民营医院18759个，比上年增加2327个。2013-2017年中国公立医院数量减少1099个，民营医院增加7446个。2013-2017年中国公立医院数量走势2013-2017年中国民营医院数量走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国医院行业发展趋势与投资方向研究报告》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24

第一节中国医疗卫生事业的发展24

一、2019年我国卫生事业发展分析24

二、2019年卫生统计公报数据解读25

三、2019年全国卫生费用分析27

四、2019年卫生工作要点29

第二节我国卫生事业发展统计39

一、卫生资源51

二、医疗服务55

三、农村卫生58

四、社区卫生60

五、中医药服务61

六、病人医药费用63

七、疾病控制与公共卫生65

八、妇幼卫生67

九、食品安全与卫生监督68

十、计划生育70

第三节我国医疗卫生财政分配现状分析70

一、医疗卫生的财政分配原则70

二、我国医疗财政分配现状及存在问题71

三、我国医疗卫生财政分配问题解决对策76

第四节中国医疗市场概况77

一、我国医疗服务市场的基本特征77

二、2019年全国医疗服务情况统计79

三、未来几年我国医疗市场的发展趋势81

第五节金融危机对中国卫生发展影响分析83

一、经济衰退波及卫生和社会开支83

二、中国医疗卫生应化“危”为“机”84

第六节第四次国家卫生服务调查主要结果86

一、我国城乡居民卫生服务需要量及主要健康问题86

二、医疗卫生服务需求、利用费用与医疗保险覆盖87

三、公共卫生服务进一步普及89

四、居民健康行为得到改善90

五、医患双方满意度与和谐医患关系91

第二章医院行业发展现状分析93

第一节医院行业概述93

一、医院行业的定义与分级93

二、我国医院的分类93

三、医院行业发展现状94

第二节中国医院改革30年发展概况97

一、中国医院改革的历史进程97

二、医院改革30年取得的主要成就108

三、医院改革面临的问题与挑战112

第三节金融危机对医院发展的影响115

一、金融危机影响下的医院经营与发展115

二、从全球金融危机看我国医院盲目扩张之弊118

### 三、金融危机给医院管理的启示119

## 第三章中国医疗行业改革分析121

### 第一节我国医疗卫生改革发展分析121

#### 第二节对中国医疗改革的政策建议121

##### 一、构建多层次医疗卫生覆盖体系121

##### 二、致力于提高对患者的治疗结果123

##### 三、建立适当的机制以激励医疗卫生服务的效率125

##### 四、与国家以科技创新为主导的产业结构调整相一致127

#### 第三节走中国特色医疗卫生改革发展道路128

##### 一、领会十七大对医疗卫生工作提出的新目标和要求128

##### 二、用科学发展观指导我国卫生事业的改革与发展129

##### 三、建立覆盖全民的基本医疗卫生制度131

##### 四、实施健康中国2020战略提高全民健康水平133

## 第四章公立医院136

### 第一节公立医院的发展136

#### 一、公立医院改革试点突出公益性136

#### 二、公立医院面对日益激烈的市场竞争策略138

#### 三、医改对公立医院发展的影响140

#### 四、推进公立医院改革着力点分析145

#### 五、公立医院改革路上闯难关146

#### 六、2019年公立医院改革分析149

#### 七、公立医院改革框架分析157

#### 八、公立医院补偿路径分析163

### 第二节2019年公立医院发展中存在的问题及建议167

#### 一、公立医院发展存在的问题167

#### 二、公立医院发展建议分析168

### 第三节公立医院回归社会公益的轨道分析169

#### 一、维护公立医院的公益性是医疗卫生体制改革的关键169

#### 二、我国公立医院公益性淡化的原因171

#### 三、公立医院是维护医疗卫生事业公益性的主力军171

#### 四、公立医院改革和发展的国际经验及政策建议173

### 第五章民营医院175

#### 第一节2019年民营医院发展现状分析175

- 一、民营医院发展前景分析175
- 二、民营医院迎接医改新政分析178
- 三、现在的民营医院营销正遭遇瓶颈180
- 四、民营医院转型发展策略182
- 五、2019年民营医院发展情况183

#### 第二节民营医院发展模式分析184

- 一、民营企业资本向民营医院延伸184
- 二、投资机构购并国有医院184
- 三、公立医院整体转让给民营企业185
- 四、公有医院托管给投资集团186
- 五、村办民营医院187
- 六、以拍卖、有偿转让为主要内容的产权过渡188

#### 第三节民营医院的发展策略188

- 一、民营医院发展战略分析188
- 二、民营医院生存发展的战略分析192
- 三、民营医院发展SWOT分析和战略选择198

#### 第四节民营医院差异化竞争发展战略分析201

- 一、民营医院竞争现状201
- 二、差异化竞争战略分析201

#### 第五节未来民营医院的发展趋势206

- 一、连锁经营将成为一种趋势206
- 二、品牌营销要树立长远观念207
- 三、寻求个性化发展208
- 四、以价格、服务优势推动规模化发展209
- 五、培养人才及建立良性的鼓励机制210
- 六、打造动态化和显现化的核心优势211

### 第六章外资医院212

## 第一节 外资医院在中国的发展情况212

### 一、 外资医院在中国的发展概况212

### 二、 新医改外资医院发展的未知数218

### 三、 外资医院的营销策略223

## 第二节 中外合资合作医疗机构的形式及影响224

### 一、 医疗机构中外合资合作的形式224

### 二、 中外合资医疗机构的特征225

### 三、 国内对合资合作医疗机构的反应227

## 第七章 专科医院229

### 第一节 专科医院的发展概述229

#### 一、 专科医院的定义与特点229

#### 二、 我国专科医院发展面临的问题230

#### 三、 专科医院建设策略231

#### 四、 专科医院的发展策略234

### 第二节 眼科医院235

#### 一、 中国眼科专科医院发展模式的探讨235

#### 二、 我国眼科资源现状与策略分析236

### 第三节 肿瘤医院241

#### 一、 肿瘤专科医院经营管理241

#### 二、 新形势下肿瘤专科医院发展分析243

### 第四节 口腔医院245

#### 一、 民营口腔医疗市场开启整合之路245

#### 二、 口腔医疗市场未来商业营销模式预测247

#### 三、 我国民营口腔医疗机构存在的问题及发展趋252

## 第八章 女子医院256

### 第一节 女子医院发展分析256

#### 一、 女子医院成为投资新增长点256

#### 二、 市场细分个性化需求催生女子医院260

### 第二节 北京五洲女子医院262

#### 一、 医院概况262

## 二、医院服务特色263

## 第九章整形美容医疗发展分析264

### 第一节中国整形美容医疗市场概况264

#### 一、医学美容的范围264

#### 二、医疗整形美容市场发展态势265

#### 三、医疗美容市场亟待规范的问题分析267

### 第二节我国整形美容业现状分析267

#### 一、2019年整容业发展现状分析267

#### 二、2019年整形市场发展态势268

#### 三、2019年整形美容消费趋势分析270

### 第三节我国整形美容业的发展思路271

#### 一、整形美容业发展规划271

#### 二、整形美容业发展重点272

#### 三、整形美容业利润来源273

#### 四、整形美容业营销手段274

#### 五、整形美容业的人性化服务276

#### 六、整形美容业发展措施276

### 第四节2019年整形美容发展趋势278

#### 一、2019年整形市场发展趋势278

#### 二、2019年整容市场流行新趋势279

#### 三、2019年国内整形美容销售额预测280

## 第十章医疗器械与医疗广告282

### 第一节2019年医疗器械产业发展分析282

#### 一、2019年我国医疗器械运行状况282

#### 二、2019年医疗创新器械和治疗技术282

#### 三、2019年我国医疗器械产品出口分析284

#### 四、2019年我国医疗器械细分行业发展现状285

#### 五、2019年我国医疗器械主要企业发展现状289

#### 六、2019年我国医疗器械行业在农村市场发展概况290

### 第二节医疗器械产业发展现状291中国医疗器械行业市场规模和增长状况



一、中国医疗器械情况及发展概述	291
二、我国医疗器械行业发展的机遇与挑战	292
三、医疗器械产业发展迎来升级战略机遇期	294
四、未来医疗器械发展方向预测	295
五、2019年我国医疗器械行业面临的机遇与挑战	297
第三节我国医疗器械产业的发展趋势与预测	298
一、医疗器械市场潜力和需求发展趋势	298
二、医疗器械产业竞争预测	299
三、国际企业进军我国基层医疗器械市场趋势分析	300
四、2019年医疗器械行业发展趋势分析	302
五、到2020年我国医疗器械市场发展预测	302
六、2019年我医械出口机遇与挑战	304
七、2019年医械标准更新将进入快车道	306
八、未来三年我国医疗器械产业复合增长率预测	308
第四节医疗广告管理办法	308

## 第十一章医院行业的竞争格局313

### 第一节医院的核心竞争力313

- 一、医院核心竞争力的定义及特点313
- 二、医院核心竞争力的构成要素314
- 三、构建医院核心竞争力的发展建议315

### 第二节医院参与行业竞争取胜的关键318

- 一、领导决策应具有预测性318
- 二、人才培养要注意多元性319
- 三、文化建设应体现人文性320

### 第三节医院提高竞争力的策略321

- 一、以文化力提升医院核心竞争力321
- 二、打造医院核心竞争力的策略325
- 三、提升核心竞争力强化医院内涵建设329
- 四、创新战略提升医院核心竞争力333

### 第四节医院在市场竞争中的经营策略335

- 一、以病人为中心,服务竞争,树形象赢得稳定病源335

- 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336
- 三、实施成本管理,扩大竞争优势337
- 四、引入市场营销理念,实施品牌医院战略338

## 第十二章行业重要企业分析340

- 第一节西安高新医院340
- 第二节北京大学人民医院344
- 第三节上海仁济医院348
- 第四节北京协和医院352
- 第五节广东中山大学附属第一医院355
- 第六节中国人民解放军总医院(301医院)363
- 第七节北京同仁医院366
- 第八节复旦大学附属华山医院368
- 第九节上海瑞金医院375
- 第十节北京中日友好医院380

## 第十三章2020-2026年医院行业发展趋势预测385

- 第一节医院发展趋势展望385
  - 一、连锁式医院发展趋势385
  - 二、公立医院向股份制医院转变387
  - 三、将出现职业化院长388
  - 四、将出现专业体检保健医疗机构390
- 第二节医院行业的发展趋势392
  - 一、2019年县医院建设预测392
  - 二、新医改目标预测393
  - 三、未来公立医院改革趋势396
- 第三节“十三五”卫生事业发展规划纲要397
  - 一、卫生事业面临的形势397
  - 二、卫生事业改革发展目标、指导思想和基本原则398
  - 三、重点工作400
  - 四、保障政策和措施402
- 第四节“十三五”医院发展规划406

- 一、 “十三五”规划总目标406
- 二、 医院规模和任务406
- 三、 发展思路407
- 四、 实施措施407

## 第十四章2020-2026年医院投融资策略分析408

### 第一节医院投资模式和决策分析408

- 一、 医院投资经营之惑408
- 二、 医院的主要投资模式410
- 三、 医院的长期投资决策分析413
- 四、 医院赢利因素分析415

### 第二节医院投资经营策略分析417

- 一、 公平与效率的均衡417
- 二、 学科建设与运营管理的均衡418
- 三、 投入与产出的均衡418
- 四、 门急诊与病房的均衡419

### 第三节公立医院多渠道投融资道路和案例420

- 一、 公立医院能不能开展资本运营420
- 二、 现在迫切需要解决的问题420
- 三、 营造非营利医院投融资环境421
- 四、 我国医院财务制度规定422
- 五、 允许公立医院对外投资的政策依据422
- 六、 医院融资租赁423
- 七、 公立医院投融资案例分析424

## 第十五章2020-2026年医院的经营与管理分析426

### 第一节医院经营环境分析426

- 一、 医院经营环境因素426
- 二、 医院经营环境分析428
- 三、 医院经营能力因素430

### 第二节医院经营风险的成因与应对策略431

- 一、 医院经营风险成因分析431

## 二、医院经营风险的防范策略432

### 第三节21世纪医院管理的品牌建设创新形式434

#### 一、医院品牌的重要性和市场作用434

#### 二、医院管理的目的和作用435

#### 三、品牌建设是医院管理的创新形式436

#### 四、经营品牌就是经营医院436

### 第四节中国医院的管理创新438

#### 一、医院管理创新的基础和必要性438

#### 二、医院管理创新的思路439

#### 三、医院管理创新可能带来的问题及对策442

#### 四、非经济薪酬在医院管理中的应用443

### 第五节现代医院经营理念与管理模式创新447

#### 一、创新医院经营理念与管理模式的必要性分析447

#### 二、现代医院经营理念创新448

#### 三、现代医院管理模式创新450

#### 四、建立适应现代医院要求的经营机制452

### 第六节新形势下医院战略管理的探讨453

#### 一、战略管理与医院战略管理453

#### 二、医院战略制定的必要性454

#### 三、医院战略管理的作用和意义454

#### 四、医院战略分析455

#### 五、医院管理战略的制定457

#### 六、医院管理战略的实施459

#### 七、医院管理战略的评价459

### 第七节当前我国医院管理发展趋势460

#### 一、规划决策社区化460

#### 二、管理职能分离化460

#### 三、信息管理自动化461

#### 四、管理手段法制化461

#### 五、管理人员职业化462

#### 六、医院质量管理变革的趋势463

## 第十六章2020-2026年医院营销策略分析466

### 第一节医院营销发展概况466

- 一、医院营销的重要性466
- 二、医院经营中的战略性因素467
- 三、影响营销效果的因素474

### 第二节医院营销咨询概述476

- 一、医疗市场表现的竞争走势476
- 二、医院营销诊断481
- 三、医院营销规划481
- 四、医院品牌包装488
- 五、医院营销活动策划492
- 六、医疗服务营销培训492
- 七、医院营销机构建立494

### 第三节医院服务营销现状及对策分析494

- 一、现代医院服务营销阶段分析494
- 二、医院服务营销组合499
- 三、医院存在的营销问题500
- 四、医院的营销对策503

### 第四节医院营销策略分析506

- 一、医院营销意识先行506
- 二、树立人才品牌营销战略508
- 三、树立服务品牌营销战略510
- 四、树立优质经营战略511
- 五、树立成本管理的经营战略512

### 第五节医院经营战略分析513

- 一、品牌经营战略513
- 二、规模经营战略514
- 三、优质经营战略515
- 四、联合经营和负债战略516

### 第六节医院营销发展战略分析516

- 一、医院营销管理体系的建立516
- 二、适应医院的营销战略517

### 三、制定医院营销战略的步骤518

### 第七节医院营销发展策略分析520

#### 一、医院的竞争营销策略520

#### 二、社区营销打造新的途径522

#### 三、导入产品整体概念促进医疗服务营销527

### 第八节医院品牌经营战略的探讨532

#### 一、医院品牌的提出532

#### 二、医院缺乏品牌意识的主要表现532

#### 三、医院品牌经营的相关问题533

### 第九节不同环境的医院营销形象定位535

#### 一、研究医院营销形象的意义535

#### 二、员工营销形象定位536

#### 三、就医顾客营销形象定位538

#### 四、社区公众营销形象定位539

#### 五、政府营销形象定位541

#### 六、医疗保险机构营销形象定位543

#### 七、同业界营销形象定位544

#### 八、供应商营销形象定位545

#### 九、大众媒体营销形象定位547

## 第十七章2020-2026年医院信息化发展策略550()

### 第一节医院信息化发展概述550

#### 一、中国医疗信息化现状分析550

#### 二、医院信息化规范正在进行时550

#### 三、医疗信息化的发展阶段与障碍552

#### 四、我国医院信息化建设步入拐点555

#### 五、医院信息化热点领域分析557

### 第二节医院信息系统面临的挑战分析559

#### 一、一体化医院管理信息系统的建设559

#### 二、系统的安全性560

#### 三、医疗保险561

#### 四、突发公共卫生事件与医疗救治信息系统561

五、临床信息系统562

六、电子病历562

第三节信息技术在医疗领域中的应用563

一、信息技术在医疗领域中的主要应用563

二、信息技术在医院管理中的主要应用568

第四节中国医院信息化状况调查分析571

一、全国医院信息化发展不平衡571

二、投入不足但增长趋势明显571

三、越来越多先进的技术开始引入并被使用572

四、管理信息系统会消耗大量的资源573

五、在数据表达和交换两方面都缺乏标准574

六、医院信息化人才严重缺乏575

第五节医院电子商务应用发展及对策思考576

一、医院电子商务及其模式概述576

二、医院电子商务系统577

三、医院电子商务发展策略分析583

第六节医院信息化发展趋势588

一、医疗业IT市场的竞争更激励588

二、IT应用范围逐渐拓展588

三、医疗IT产品与服务一体化589

四、医疗行业信息化产品与服务提供商企业之间整合589

五、整合应用将成为未来发展主流589

六、用户需求更加趋于理性589

七、医疗信息化外包590

八、公共卫生领域信息化将快速发展590

九、区域医疗信息化整合590

第七节社区卫生信息化发展策略590

一、社区还停留在“业绩考核”而非“绩效考核”590

二、工作量造假、激活健康档案难题如何克服591

三、“信息孤岛”能大联合吗592

四、法律伦理、标准化问题尚未解决593

第八节医院信息系统发展趋势及对策研究594

- 一、医院信息系统的发展趋势594
- 二、我国医院信息系统存在的主要问题597
- 三、对策研究601
- 四、建议604()

## 图表目录

- 图表1全国医疗卫生机构数（个）40
- 图表22019年底各地区医疗卫生机构数41
- 图表3全国医疗卫生机构医疗服务量42
- 图表42019年各地区医院和乡镇卫生院医疗服务量43
- 图表52019年医疗卫生机构诊疗人次数45
- 图表62019年医疗卫生机构出院人数46
- 图表7部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(女)47
- 图表8部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(男)47
- 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)48
- 图表10县级医院住院病人前十位疾病构成49
- 图表11城市医院住院病人前十位疾病构成50
- 图表12全国医疗卫生机构数52
- 图表13全国医疗卫生机构及床位数52
- 图表14全国医疗卫生机构床位数及增长速度53
- 图表15全国卫生技术人员数54
- 图表16全国卫生人员数54
- 图表17全国各类医疗卫生机构人员数(万人)55
- 图表18全国医疗服务工作量56
- 图表19全国医疗卫生机构门诊量及增长速度56
- 图表20全国医疗卫生机构住院量及增长速度57
- 图表21医院医师担负工作量57
- 图表22医院病床使用情57
- 图表23全国新型农村合作医疗情况58
- 图表24全国农村乡镇卫生院医疗服务情况59
- 图表25全国村卫生室及人员数59
- 图表26全国社区卫生服务情况60



图表27全国中医类医疗卫生机构数和床位数61

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（%）62

图表29全国中医药人员数62

图表30全国中医类医疗卫生机构医疗服务量63

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174546.html>