

2024-2030年中国民营医疗 市场研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国民营医疗市场研究与投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/202405/11-614668.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国民营医疗市场研究与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 中国医疗行业发展情况分析

第一节 医疗行业基本概述

第二节 中国医疗行业发展概况

第三节 中国医疗行业存在的问题分析

第四节 中国医疗行业发展的对策

第二章 中国民营医疗行业运行形势分析

第一节 中国民营医疗行业发展概述

一、民营医疗市场化分析

二、中国民营医疗市场发生三大转变

三、民营资本发力高端医疗市场

第二节 中国民营医院的发展分析

一、中国民营医院数量分析

二、民营医院发展面临政策利好

三、民营医院全面发展时代来临

第三节 中国民营医院的竞争分析

一、构建民营医院的核心竞争力

二、民营医院竞争力提升的制约因素

三、民营医院在竞争环境中发展突破的对策

四、民营医院的差异化竞争理念分析

第四节 中国民营医疗行业发展的的问题与对策分析

一、中国民营医疗市场发展的硬伤

二、阻碍中国民营医疗市场发展的因素

三、推进民营医疗市场健康发展的对策

四、民营医疗机构发展壮大的建议

第三章 中国各地区民营医疗市场格局分析

第一节 广东省

- 一、广东民营医疗市场突显强劲活力
- 二、深圳市民营医疗行业发展现状
- 三、广东省民营医院发展存在的问题与对策
- 四、广东民营医疗机构发展展望

第二节 云南省

第三节 河南省

第四节 四川省

第五节 上海市

第六节 其他地区

第四章 中国民营医疗机构的经营管理分析

第一节 中国医院经营管理概况

- 一、医院经营管理的概念及基本特点
- 二、国内外医院的经营体制的类型
- 三、市场体制下的医院经营
- 四、医院无形资产管理简析
- 五、医院以人为本管理模式探析

第二节 中国民营医院的经营管理现状分析

- 一、民营医院经营管理的理念
- 二、民营医院的市场定位
- 三、中国民营医院经营管理大事盘点
- 四、外资涉足全国性医院经营管理领域分析

第三节 中国民营医院的管理模式探讨

- 一、民营医院的基本管理模式
- 二、民营医院管理特点
- 三、民营医院新的监管模式解析

第四节 中国民营医院的经营管理策略探索

- 一、民营医疗机构的经营策略分析
- 二、民营医院经营管理的八大建议
- 三、民营医院医生管理措施探讨

四、加强民营医院内部控制的对策

第五章 医疗改革与民营医疗市场分析

第一节 中国医疗体制改革概况

第二节 新医疗改革方案解读

一、新医疗改革方案的几大亮点

二、新医疗改革方案的缺憾

三、新医疗改革确立2020年发展目标

四、制订区域卫生规划成医疗改革方案落实的关键因素

第三节 新医疗改革下民营医疗市场的发展

一、医疗改革为民资进入医疗市场创造更多机会

二、新医疗改革下民营医院的生存环境

三、新医疗改革下民营医疗机构的路径选择

四、地方政府出现盲目回购民营医院热潮

第四节 民营医院应对医疗改革的发展战略

第六章 中国民营医疗市场营销分析

第一节 民营医疗市场营销的基本流程

一、分析医疗市场机会

二、研究和选择目标市场

三、设计营销战略

四、制定营销计划

五、组织执行与控制

第二节 中国民营医院的整合营销研究

一、战略营销

二、质量营销

三、整合营销

四、人力资源营销

第三节 中国民营医疗品牌塑造与营销策略探讨

一、民营医院发展的价值取向与品牌塑造

二、医疗资源的优化整合

三、科学的人才管理机制

第七章 中国民营医疗产业优势企业竞争力分析

第一节 通策医疗投资股份有限公司

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 爱尔眼科医院集团

一、公司简介

二、爱尔眼科医院的全国布局

三、爱尔眼科医疗水平取得新突破

第三节 广州仁爱医院集团

一、公司简介

二、孝感仁爱医院经营情况

三、广州仁爱医院的经营战略解析

第四节 其他企业

一、凤凰医疗集团

二、深圳博爱医院

三、天津现代女子医院

四、爱思特美容整形国际连锁机构

第八章 2024-2030年中国民营医疗市场投资与发展前景分析

第一节 2024-2030年中国民营医疗投资环境分析

一、国务院关于深化医药卫生体制改革的意见

二、医疗市场拥有广阔投资空间

三、政府鼓励社会资金投资办医院

第二节 2024-2030年中国民营医疗投资风险分析

一、医疗行业投资面临三大风险

二、投资民营医疗市场的主要风险

三、民营医院医疗高风险造成高负担

第三节 2024-2030年中国民营医疗市场前景分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/202405/11-614668.html>