

# 2017-2022年中国分级诊疗 产业深度调研与投资前景展望报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国分级诊疗产业深度调研与投资前景展望报告》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/33847739LJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

所谓分级诊疗制度,就是要按照疾病的轻、重、缓、急及治疗的难易程度进行分级,不同级别的医疗机构承担不同疾病的治疗,实现基层首诊和双向转诊。建立分级诊疗制度,是合理配置医疗资源、促进基本医疗卫生服务均等化的重要举措,是深化医药卫生体制改革、建立中国特色基本医疗卫生制度的重要内容,对于促进医药卫生事业长远健康发展、提高人民健康水平、保障和改善民生具有重要意义。

2017年分级诊疗试点工作考核标准

- 1 基层医疗卫生机构建设达标率 $\geq 95\%$ ,基层医疗卫生机构诊疗量占总诊疗量比例 $65\%$
- 2 试点地区30万以上人口的县至少拥有一所二级甲等综合医院和一所二级甲等中医医院,县域内就诊率提高到 $90\%$ 左右,基本实现大病不出县
- 3 每万名城市居民拥有2名以上全科医生,每个乡镇卫生院拥有1名以上全科医生,城市全科医生签约服务覆盖率 $\geq 30\%$
- 4 居民2周患病首选基层医疗卫生机构的比例 $\geq 70\%$
- 5 远程医疗服务覆盖试点地区 $50\%$ 以上的县(市、区)
- 6 整合现有医疗卫生信息系统,完善分级诊疗信息管理功能,基本覆盖全部二、三级医院和 $80\%$ 以上的乡镇卫生院和社区卫生服务中心
- 7 由二、三级医院向基层医疗卫生机构、慢性病医疗机构转诊的人数年增长率在 $10\%$ 以上
- 8 全部社区卫生服务中心、乡镇卫生院与二、三级医院建立稳定的技术帮扶和分工协作关系
- 9 试点地区城市高血压、糖尿病患者规范化诊疗和管理率达到 $40\%$ 以上
- 10 提供中医药服务的社区卫生服务中心、乡镇卫生院、社区卫生服务站、村卫生室占同类机构之比分别达到 $100\%$ 、 $100\%$ 、 $85\%$ 、 $70\%$ ,基层医疗卫生机构中医诊疗量占同类机构诊疗总量比例 $\geq 30\%$

目前国内基层医疗卫生水平和条件亟待改善,县级医疗卫生资源和条件尚有巨大的提升空间。我国二级医院数量是三级医院的三倍之多,但总诊疗人次却仍低于三级医院。

总诊疗人次(万人次)

院平均诊疗人次(万人次)

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国分级诊疗产业深度调研与投资前景展望报告》共十章。首先介绍了分级诊疗相关概念及发展环境,接着分析了中国分级诊疗规模及消费需求,然后对中国分级诊疗市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国分级诊疗面临的机遇及发展前景。您若想对中国分级诊疗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

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 分级诊疗行业相关概述

### 1.1 服务的内涵与特征

#### 1.1.1 服务的内涵

#### 1.1.2 服务的特征

### 1.2 分级诊疗行业相关概述

#### 1.2.1 分级诊疗行业的定义

#### 1.2.2 分级诊疗行业的分类

#### 1.2.3 分级诊疗行业的产业链结构

#### 1.2.4 分级诊疗行业在国民经济中的地位

### 1.3 分级诊疗行业统计标准介绍

#### 1.3.1 行业统计部门和统计口径

#### 1.3.2 行业研究机构介绍

#### 1.3.3 行业主要统计方法介绍

#### 1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

## 第二章 中国分级诊疗行业发展环境

### 2.1 中国分级诊疗行业政策法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 政策环境对行业的影响

### 2.2 中国分级诊疗行业经济环境分析

#### 2.2.1 宏观经济形势分析

#### 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3 中国分级诊疗行业社会环境分析

#### 2.3.1 行业社会环境分析

#### 2.3.2 社会发展对行业的影响分析

### 2.4 中国分级诊疗行业消费环境分析

- 2.4.1 行业消费驱动分析
- 2.4.2 行业消费需求特点
- 2.4.3 行业消费群体分析
- 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

### 第三章 中国分级诊疗行业发展概述

- 3.1 中国分级诊疗行业发展状况分析
  - 3.1.1 中国分级诊疗行业发展阶段
  - 3.1.2 中国分级诊疗行业发展总体概况
  - 3.1.3 中国分级诊疗行业发展特点分析
  - 3.1.4 中国分级诊疗行业商业模式分析
- 3.2 2014-2016年分级诊疗行业发展现状
  - 3.2.1 2014-2016年中国分级诊疗行业市场规模
  - 3.2.2 2014-2016年中国分级诊疗行业发展分析
  - 3.2.3 2014-2016年中国分级诊疗企业发展分析
- 3.3 2014-2016年中国分级诊疗行业市场供需分析
  - 3.3.1 中国分级诊疗行业供给分析
  - 3.3.2 中国分级诊疗行业需求分析
  - 3.3.3 中国分级诊疗行业供需平衡

### 第四章 中国分级诊疗行业发展前景分析

- 4.1 2017-2022年中国分级诊疗市场发展前景
  - 4.1.1 2017-2022年分级诊疗市场发展潜力
  - 4.1.2 2017-2022年分级诊疗市场发展前景展望
  - 4.1.3 2017-2022年分级诊疗细分行业发展前景分析
- 4.2 2017-2022年中国分级诊疗市场发展趋势预测
  - 4.2.1 2017-2022年分级诊疗行业发展趋势
  - 4.2.2 2017-2022年分级诊疗市场规模预测
  - 4.2.3 2017-2022年分级诊疗行业应用趋势预测
  - 4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 4.3 2017-2022年分级诊疗行业投资风险分析
  - 4.3.1 行业政策风险

4.3.2 宏观经济风险

4.3.3 市场竞争风险

4.3.4 关联产业风险

4.3.5 其他投资风险

4.4 2017-2022年中国分级诊疗行业面临的困境及对策

4.4.1 中国分级诊疗行业面临的困境及对策

1、中国分级诊疗行业面临困境

2、中国分级诊疗行业对策探讨

4.4.2 中国分级诊疗企业发展困境及策略分析

1、中国分级诊疗企业面临的困境

2、中国分级诊疗企业的对策探讨

4.4.3 国内分级诊疗企业的出路分析

## 第五章 中国分级诊疗行业服务领域分析

5.1 分级诊疗行业服务领域概况

5.1.1 行业主要服务领域

5.1.2 行业服务结构分析

5.1.3 服务发展趋势分析

5.1.4 服务策略建议

5.2 服务领域一

5.2.1 市场发展现状概述

5.2.2 行业市场应用规模

5.2.3 行业市场需求分析

5.3 服务领域二

5.3.1 市场发展现状概述

5.3.2 行业市场应用规模

5.3.3 行业市场需求分析

5.4 服务领域三

5.4.1 市场发展现状概述

5.4.2 行业市场应用规模

5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章 中国分级诊疗行业市场竞争格局分析

### 6.1 分级诊疗行业竞争格局分析

#### 6.1.1 分级诊疗行业区域分布格局

#### 6.1.2 分级诊疗行业企业规模格局

#### 6.1.3 分级诊疗行业企业性质格局

### 6.2 分级诊疗行业竞争状况分析

#### 6.2.1 分级诊疗行业上游议价能力

#### 6.2.2 分级诊疗行业下游议价能力

#### 6.2.3 分级诊疗行业新进入者威胁

#### 6.2.4 分级诊疗行业替代产品威胁

#### 6.2.5 分级诊疗行业内部竞争分析

### 6.3 分级诊疗行业投资兼并重组整合分析

#### 6.3.1 投资兼并重组现状

#### 6.3.2 投资兼并重组案例

#### 6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章 中国分级诊疗行业企业经营分析

### 7.1 A公司经营分析

#### 7.1.1 企业发展基本情况

#### 7.1.2 企业主要服务分析

#### 7.1.3 企业竞争优势分析

#### 7.1.4 企业经营状况分析

#### 7.1.5 企业最新发展动态

#### 7.1.6 企业发展战略分析

### 7.2 B公司经营分析

#### 7.2.1 企业发展基本情况

#### 7.2.2 企业主要服务分析

#### 7.2.3 企业竞争优势分析

#### 7.2.4 企业经营状况分析

#### 7.2.5 企业最新发展动态

#### 7.2.6 企业发展战略分析

### 7.3 C公司经营分析

7.3.1 企业发展基本情况

7.3.2 企业主要服务分析

7.3.3 企业竞争优势分析

7.3.4 企业经营状况分析

7.3.5 企业最新发展动态

7.3.6 企业发展战略分析

7.4 D公司经营分析

7.4.1 企业发展基本情况

7.4.2 企业主要服务分析

7.4.3 企业竞争优势分析

7.4.4 企业经营状况分析

7.4.5 企业最新发展动态

7.4.6 企业发展战略分析

7.5 E公司经营分析

7.5.1 企业发展基本情况

7.5.2 企业主要服务分析

7.5.3 企业竞争优势分析

7.5.4 企业经营状况分析

7.5.5 企业最新发展动态

7.5.6 企业发展战略分析

## 第八章 互联网对分级诊疗行业的影响分析

8.1 互联网对分级诊疗行业的影响

8.1.1 智能服务设备发展情况分析

1、智能服务设备发展概况

2、主要服务APP应用情况

8.1.2 服务智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、服务APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

8.1.3 智能设备对分级诊疗行业的影响分析



- 1、智能设备对分级诊疗行业的影响
- 2、服务智能设备的发展趋势分析
- 8.2 互联网+服务发展模式分析
  - 8.2.1 互联网+服务商业模式解析
    - 1、商业模式一
      - (1) 服务模式
      - (2) 盈利模式
    - 2、商业模式二
      - (1) 服务模式
      - (2) 盈利模式
  - 8.2.2 互联网+服务案例分析
    - 1、案例一
    - 2、案例二
    - 3、案例三
- 8.3 互联网背景下分级诊疗行业发展趋势分析

## 第九章 分级诊疗企业市场营销策略探讨

- 9.1 服务营销的特点
  - 9.1.1 服务产品的无形性
  - 9.1.2 服务的不可分离性
  - 9.1.3 服务产品的可变性
  - 9.1.4 服务产品的易失性
- 9.2 分级诊疗企业的营销策略
  - 9.2.1 内部营销与交互作用营销
  - 9.2.2 差别化管理
  - 9.2.3 服务质量管理
  - 9.2.4 平衡供求的策略
- 9.3 分级诊疗企业提高服务质量的营销策略
  - 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型
  - 9.3.2 服务质量影响因素关系分析
  - 9.3.3 分级诊疗企业提高服务质量的营销策略分析
- 9.4 分级诊疗企业的品牌营销

#### 9.4.1 分级诊疗企业品牌营销中存在的问题

- 1、品牌营销处于初级阶段
- 2、缺乏品牌塑造意愿
- 3、服务品牌理念脱离实质
- 4、品牌营销定位不具备持续价值

#### 9.4.2 分级诊疗企业品牌营销策略分析

- 1、实行差异化的服务
- 2、树立服务品牌营销意识
- 3、提高顾客满意度与忠诚度
- 4、打造高品质的企业服务文化

### 第十章 研究结论及建议（ZY ZM）

#### 10.1 研究结论

#### 10.2 建议

##### 10.2.1 行业发展策略建议

##### 10.2.2 行业投资方向建议

##### 10.2.3 行业投资方式建议

#### 图表目录：

图表：分级诊疗行业服务特点

图表：分级诊疗产业链分析

图表：分级诊疗行业生命周期

图表：分级诊疗行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2016年中国分级诊疗行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国分级诊疗行业市场规模预测

图表：分级诊疗行业营销策略建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/33847739LJ.html>