

# 2017-2022年中国医疗保健 市场调查与市场前景预测报告

## 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年中国医疗保健市场调查与市场前景预测报告》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/yiliaoqxie/M93271C00W.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

近年来，中国经济水平和医疗技术高速发展，公民的健康意识也显著提高，人们对妇儿医疗保健行业的关注也越来越多。随着“二胎”政策的全面推行，妇儿行业更是成为大家议论的焦点。妇儿行业覆盖面极广，其中妇产、儿童医疗护理贯穿了整个孕期至产后阶段。

### 妇儿医疗产业链

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国医疗保健市场调查与市场前景预测报告》共十章。首先介绍了医疗保健相关概念及发展环境，接着分析了中国医疗保健规模及消费需求，然后对中国医疗保健市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医疗保健面临的机遇及发展前景。您若想对中国医疗保健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：

#### 第一章 医疗保健行业相关概述

##### 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 医疗保健行业相关概述

###### 1.2.1 医疗保健行业的定义

###### 1.2.2 医疗保健行业的分类

###### 1.2.3 医疗保健行业的产业链结构

###### 1.2.4 医疗保健行业在国民经济中的地位

##### 1.3 医疗保健行业统计标准介绍

###### 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 中国医疗保健行业发展环境

### 2.1 中国医疗保健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 中国医疗保健行业经济环境分析

#### 2.2.1 宏观经济形势分析

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

#### 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3 中国医疗保健行业社会环境分析

#### 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 中国医疗保健行业消费环境分析

#### 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 中国医疗保健行业发展概述

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

#### 第四章 中国医疗保健行业发展前景分析

- 4.1 2017-2022年中国医疗保健市场发展前景
  - 4.1.1 2017-2022年医疗保健市场发展潜力
  - 4.1.2 2017-2022年医疗保健市场发展前景展望
  - 4.1.3 2017-2022年医疗保健细分行业发展前景分析
- 4.2 2017-2022年中国医疗保健市场发展趋势预测
  - 4.2.1 2017-2022年医疗保健行业发展趋势
  - 4.2.2 2017-2022年医疗保健市场规模预测
  - 4.2.3 2017-2022年医疗保健行业应用趋势预测
  - 4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 4.3 2017-2022年医疗保健行业投资风险分析
  - 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年中国医疗保健行业面临的困境及对策
  - 4.4.1 中国医疗保健行业面临的困境及对策

- 1、中国医疗保健行业面临困境
- 2、中国医疗保健行业对策探讨
- 4.4.2 中国医疗保健企业发展困境及策略分析
- 1、中国医疗保健企业面临的困境
- 2、中国医疗保健企业的对策探讨
- 4.4.3 国内医疗保健企业的出路分析

## 第五章 中国医疗保健行业服务领域分析

### 5.1 医疗保健行业服务领域概况

#### 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 中国医疗保健行业市场竞争格局分析

### 6.1 医疗保健行业竞争格局分析

#### 6.1.1 医疗保健行业区域分布格局

#### 6.1.2 医疗保健行业企业规模格局

#### 6.1.3 医疗保健行业企业性质格局

### 6.2 医疗保健行业竞争状况分析

- 6.2.1 医疗保健行业上游议价能力
- 6.2.2 医疗保健行业下游议价能力
- 6.2.3 医疗保健行业新进入者威胁
- 6.2.4 医疗保健行业替代产品威胁
- 6.2.5 医疗保健行业内部竞争分析
- 6.3 医疗保健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 中国医疗保健行业企业经营分析

- 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

## 第八章 互联网对医疗保健行业的影响分析

### 8.1 互联网对医疗保健行业的影响

#### 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 智能设备对医疗保健行业的影响分析

##### 1、智能设备对医疗保健行业的影响

##### 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 互联网背景下医疗保健行业发展趋势分析

## 第九章 医疗保健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 医疗保健企业的营销策略

#### 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 医疗保健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 医疗保健企业提高服务质量的营销策略分析

### 9.4 医疗保健企业的品牌营销

#### 9.4.1 医疗保健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 医疗保健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：医疗保健行业服务特点

图表：医疗保健产业链分析

图表：医疗保健行业生命周期

图表：医疗保健行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2016年中国医疗保健行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国医疗保健行业市场规模预测

图表：医疗保健行业营销策略建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/M93271C00W.html>