

2024-2030年中国中医院行业发展潜力预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国中医院行业发展潜力预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/medicine/965112.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国中医院行业发展潜力预测及投资战略研究报告》由华经产业研究院研发团队精心研究编制，对中医院行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合中医院行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，企业数据主要来自于国家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 中国医院发展情况

第一节 医院的相关概述

一、医院的定义

二、医院的分类与名称

三、医院的分级

四、医院组织体系

第二节 中国医院卫生事业的发展

一、我国卫生事业发展分析

二、卫生统计公报数据解读

三、全国卫生费用分析

四、卫生工作要点

第三节 我国医院卫生事业发展统计

一、卫生机构

二、卫生人员

三、卫生设施

四、卫生经费

五、医疗服务

六、农村和社区卫生

七、妇幼保健

八、疾病控制与公共卫生

九、人民健康水平

十、卫生监督

第四节 营利性医院与非营利性医院

一、营利与非营利医院介绍

二、国外的非营利与营利性医院

三、营利性医院的财务制度透析

四、非营利性医院的筹资情况综述

第五节 医院发展建设存在的问题与对策

一、医院生存与发展面临的挑战与对策

二、医疗费用的上涨原因及有效控制措施

三、论新形势下医院建设的规范管理

四、国有医院深化改革的战略思考

五、乡镇医院改革发展模式初探

第二章 中医医院发展分析

第一节 全国中医院现状统计

一、中医医院的发展历程

二、全国中医资源情况统计

三、我国中医医疗机构生存现状情况

四、全国中医医院收入情况

第二节 中医医院的定位探讨

一、中医学科社会功能分析

二、中医医院市场定位的主要依据

三、中医医院发展中的技术应用的意义

第三节 中医医院发展的概况

第四节 中医医院发展面临的挑战

一、中医医院现代化发展遭遇的阻碍

二、中医医院面临的挑战分析

三、中医医院发展的主要问题

第五节 加快中医医院发展的对策

一、中医医院良性化发展需把握三方面关系

二、中医医院发展的建议分析

三、中医医院的发展策略分析

第三章 重点区域中医医院的发展

第一节 广东省

第二节 上海市

第三节 北京市

第四节 其他地区

一、福建省

二、襄樊市

三、长沙市

四、吉林省

第四章 中医医院的经营管理分析

第一节 医院的经营效益探讨

一、医院经营效益的定义及内涵综述

二、医院经营效益探讨必须坚持三项原则

三、医院经营效益探讨必须达到的目的要求

四、医院经营效益的表示法与分析法探讨

五、影响医院经营效益的重点因素

第二节 医院经营管理概况

一、医院经营管理的概念及特点

二、国内外医院的经营体制的类型

三、集权与分权平衡的经营原则

四、医院无形资产管理透析

五、医院经营管理手段和方法

第三节 中医医院的经营管理观念分析

一、以新理念、

二、以特色的品牌赢得市场

三、以质量保障和优质服务来巩固市场

四、以非一般的智慧和胆略拓展市场

第四节 中医医院的管理模式分析

一、现代中医院的基本管理观念

二、现代中医院管理机制的建设

三、新概念营销在中医院管理中的应用

第五章 中医医院营销策略分析

第一节 医院营销的概述

一、医院营销的定义

二、医院营销的关键因素

三、医院市场营销与推销的区别

四、医院营销的微观环境透析

五、医院营销对医院发展有着重要作用

第二节 中医医院市场营销存在的问题

一、营销意识与营销手段存在的弊端

二、医疗营销存在误区

三、营销程序与医疗服务面临的难题

第三节 中医医院市场营销的制约因素

一、过分依靠国家的保护

二、经常忽略医疗营销

三、营销策划与医院硬件不能完美对接

四、盲目制定营销策略

第四节 中医医院市场营销的策略探索

一、增强营销意识建立科学的人力资源管理体系

二、准确市场定位实施全员营销战略

三、提高服务质量打造品牌优势

四、注重有形展示做好公共宣传

第六章 重点中医医院介绍

第一节 江阴百意中医医院有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 南京脑康中医医院

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 青海小鹿中医互联网医院有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 西安和平中医医院有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 武汉汉方药谷中医医院

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第七章 中药行业发展现状及趋势

第一节 中药行业发展状况分析

第二节 我国中药产业发展分析

第三节 中药发展前景分析

第四节 中医药事业发展“十四五”规划

第八章 2024-2030年中医医院行业发展前景分析

第一节 2024-2030年医院的发展趋势分析

一、2024-2030年中国医院的主要发展方向

二、创建洁净医院成为中国医院发展趋向

三、现代化医院具体发展趋势探讨

第二节 2024-2030年中医医院的发展趋势与规划

一、发展目标

二、近期建设计划

三、中长期重点任务

四、预期建设成效

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicine/965112.html>