

# 2021-2026年中国母婴保健行业市场全景调研及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国母婴保健行业市场全景调研及投资规划建议报告》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/685879.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

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：

第一部分 母婴保健现状部分

第一章 2016-2020年中国医疗事业发展阐述

第一节 2016-2020年中国医疗卫生事业的发展

一、我国医院的资源情况

二、我国医院的诊疗及住院数量

三、我国医院病床使用情况

四、我国医院工作量情况

五、我国医院收支情况

六、我国医院住院病人前十位疾病构成

第二节 2016-2020年中国医院经营效益探析

一、医院经营效益的概念及内涵综述

二、医院经营效益分析应坚持原则

三、医院经营效益分析的目的

四、医院经营效益的表示方法

五、医院经营效益的费用—效益分析法

六、医院经营效益的费用—效果分析法

七、医院经营效益的简易比值分析法

八、医院经营效益的影响因素

第三节 2016-2020年中国营利性医院与非营利性医院分析

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、美国营利性医院分析

四、营利性医院的财务制度探析

五、营利性医院的盈利模式探析

六、非营利性医院的筹资管理分析

七、社会资本办非营利性医院遭遇政策难题

第四节 2016-2020年中国医院发展建设面临的挑战与对策探讨

一、医改后医院发展面临的挑战与对策

二、医疗费用的降低需政府与医院共同努力

三、在新形势下医院创新发展的策略

四、国有医院深化改革的对策及相关建议

五、乡镇医院谋求发展的要点

第二章 2016-2020年中国母婴保健行业市场发展环境解析

第一节 2016-2020年中国母婴保健市场政策环境分析

一、中国母婴保健行业服务规范制定正式提上议程

二、母婴保健服务项目已获国家标准化管委会立项

三、母婴保健法技术鉴定条例

四、相关产业法律、法规

第二节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国工业发展形势

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、全社会固定资产投资分析

七、进出口总额及增长率分析

第三节 2016-2020年中国母婴保健市场社会环境分析

一、消费观念

二、人们生活品质的提高

三、中国人口规模及结构

第三章 2016-2020年中国母婴保健产业运行新形势分析

第一节 母婴保健机构概述

一、母婴保健机构资源分析

二、母婴保健机构资源系统

三、母婴保健机构行业的特性

第二节 母婴保健行业发展成熟度分析

第三节 2016-2020年中国母婴保健机构产业的形成背景

一、消费市场

二、历史背景

三、我国母婴保健机构市场的增长性

第四章 2016-2020年中国母婴保健产业运行态势分析

第一节 中国母婴保健发展概况

一、中国母婴保健改革的历史进程

二、母婴保健改革30年取得的主要成就

三、母婴保健立法监督情况

第二节 2016-2020年中国母婴保健动态分析

一、改善母婴健康任务依然任重道远

二、母婴保健研究基地联手WHO围产保健合作中心

三、母婴保健机构进行检查情况

第三节 对中国母婴保健行业的分析及思考

第五章 2016-2020年中国母婴保健行业发展形势分析

第一节 2016-2020年母婴保健行业发展概况

一、母婴保健市场规模分析

二、母婴保健行业技术发展分析

三、“母婴保健项目”落户西苏旗

第二节 2016-2020年中国母婴保健供需状况分析

一、母婴保健供给分析

二、母婴保健需求分析

第三节 2016-2020年中国母婴保健重点地区分析

一、吉林省母婴保健条例

二、黑龙江将对母婴保健技术服务项目统一备案

三、长宁区开展母婴保健技术服务监督检查

第二部分 母婴保健市场竞争部分

第六章 2016-2020年中国母婴保健行业市场竞争格局分析

第一节 2016-2020年中国母婴保健机构行业竞争特点

一、零散型竞争格局

二、上下游竞争分析

三、内部竞争分析

第二节 2016-2020年中外母婴保健机构行业对比分析

一、中美医疗行业对比分析

二、各种医疗体制模式点评

第三节 2016-2020年中国母婴保健的核心竞争力

一、母婴保健核心竞争力分析

二、母婴保健核心竞争力的构成要素

三、构建母婴保健核心竞争力的发展建议

第七章 中国母婴保健重点企业发展竞争力分析

第一节 北京靓康爱婴科贸有限公司

一、母婴保健服务范围

## 二、经营状况分析

## 三、企业竞争力分析

## 四、发展战略研究

### 第二节 天津市圣爱家族专业母婴健康服务机构

#### 一、母婴保健服务范围

#### 二、经营状况分析

#### 三、企业竞争力分析

#### 四、发展战略研究

### 第三节 杭州欣子母婴护理有限公司

#### 一、母婴保健服务范围

#### 二、经营状况分析

#### 三、企业竞争力分析

#### 四、发展战略研究

### 第四节 北京舒添母婴服务中心

#### 一、母婴保健服务范围

#### 二、经营状况分析

#### 三、企业竞争力分析

#### 四、发展战略研究

### 第五节 上海市小阿华母婴健康机构

#### 一、母婴保健服务范围

#### 二、经营状况分析

#### 三、企业竞争力分析

#### 四、发展战略研究

### 第六节 北京小阿华母婴健康机构

#### 一、母婴保健服务范围

#### 二、经营状况分析

#### 三、企业竞争力分析

#### 四、发展战略研究

## 第三部分 母婴保健市场前景部分

## 第八章 2021-2026年中国母婴保健行业投资与发展前景分析

### 第一节 2016-2020年中国母婴保健市场投资概况

#### 一、母婴保健市场投资政策导向

#### 二、母婴保健市场投资价值链分析

### 第二节 2021-2026年母婴保健行业投资机会分析

#### 一、母婴保健投资项目分析

二、可以投资的母婴保健模式

三、母婴保健投资热点

四、母婴保健细分行业投资机会

五、母婴保健投资新方向

第三节 2021-2026年中国母婴保健行业发展前景分析

第九章 2021-2026年中国母婴保健行业发展趋势分析

第一节 2021-2026年中国母婴保健市场前景预测

一、母婴保健市场发展前景分析

二、我国母婴保健市场蕴藏的商机

三、贸易战下母婴保健市场的发展前景

第二节 2021-2026年母婴保健产品发展趋势分析

一、母婴保健产品技术趋势分析

二、母婴保健产品价格趋势分析

第三节 2021-2026年中国母婴保健行业供需预测

第四节 2021-2026年母婴保健行业规划建议

第十章 2021-2026年中国母婴保健企业管理策略建议

第一节 母婴保健经营环境分析

第二节 母婴保健经营风险的成因与应对策略

一、母婴保健经营风险成因分析

二、母婴保健经营风险的防范策略

第三节 中国母婴保健的管理创新

一、母婴保健管理创新的基础和必要性

二、母婴保健管理创新的思路

三、母婴保健管理创新可能带来的问题及对策

四、非经济薪酬在母婴保健管理中的应用

第四节 新形势下母婴保健战略管理的探讨

一、战略管理与母婴保健战略管理

二、母婴保健战略制定的必要性

三、母婴保健战略管理的作用和意义

四、母婴保健战略分析

五、母婴保健管理战略的制定

六、母婴保健管理战略的实施

七、母婴保健管理战略的评价

第十一章 2021-2026年中国母婴保健营销策略建议

第一节 母婴保健营销发展概况(AK HT)

- 一、母婴保健营销的重要性
- 二、母婴保健经营中的战略性因素
- 三、影响营销效果的因素
- 第二节 母婴保健营销咨询概述
  - 一、母婴保健营销诊断
  - 二、母婴保健营销规划
  - 三、母婴保健品牌包装
  - 四、母婴保健营销活动策划
  - 五、医疗服务营销培训
  - 六、母婴保健营销机构建立
- 第三节 母婴保健服务营销现状及对策分析
  - 一、现代母婴保健服务营销阶段分析
  - 二、母婴保健服务营销组合
  - 三、母婴保健存在的营销问题
  - 四、母婴保健的营销对策
- 第四节 母婴保健营销策略分析
  - 一、母婴保健营销意识先行
  - 二、树立人才品牌营销战略
  - 三、树立服务品牌营销战略
  - 四、树立优质经营战略
  - 五、树立成本管理的经营战略
- 第五节 母婴保健营销发展战略分析
  - 一、母婴保健营销管理体系的建立
  - 二、适应母婴保健的营销战略
  - 三、制定母婴保健营销战略的步骤
- 第六节 母婴保健营销发展策略分析
  - 一、母婴保健的竞争营销策略
  - 二、社区营销打造新的途径
  - 三、导入产品整体概念促进医疗服务营销

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicine/685879.html>