

2016-2022年中国母婴保健行业深度预测及未来盈利空间预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国母婴保健行业深度预测及未来盈利空间预测报告》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.chyxx.com/research/201601/382287.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

前言

在现代市场经济活动中，信息已经是母婴保健系统行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。母婴保健系统企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着母婴保健系统行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的母婴保健系统企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本母婴保健系统行业研究报告共十三章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。母婴保健系统行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了母婴保健系统行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国母婴保健系统做了重点企业经营状况分析，并分析了中国母婴保健系统发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 医疗事业发展概述

第一节 中国医疗卫生事业的发展

- 一、我国卫生事业发展现状
- 二、中国医疗卫生体制改革与经济发展
- 三、“十二五”期间中国医疗卫生事业发展迈出坚实步伐
- 四、我国卫生工作发展预测

第二节 我国卫生事业发展情况分析

- 一、卫生资源
- 二、医疗服务

三、农村卫生服务

四、社区卫生服务

五、门诊和住院病人医疗费用

第三节 中国医疗市场概况

一、我国医疗服务市场的基本特征

二、中国医疗市场深度剖析

二、对中国医疗市场的变化趋势的展望

第二章 母婴保健行业发展概述

第一节 母婴保健机构概述

一、母婴保健机构资源基本概念

二、母婴保健机构资源的概念

三、母婴保健机构资源系统

四、母婴保健机构资源分析

五、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

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 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

第四节 中国母婴保健改革30年发展概况

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、母婴保健改革面临的问题与挑战

第五节 中国母婴保健行业发展现状分析

一、2013年我国母婴保健行业发展情况分析

二、2014-2015年我国母婴保健行业发展情况分析

三、中国母婴保健行业服务规范发展进程

第六节 对中国母婴保健行业的分析及思考

一、中国母婴保健行业特点

二、中国母婴保健行业分析

三、中国母婴保健行业变化的方向

四、中国母婴保健行业发展的新思路

五、对中国母婴保健行业发展的思考

第三章 母婴保健营销策略分析

第一节 母婴保健营销发展概况

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

第四章 母婴保健行业竞争格局分析

第一节 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 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 母婴保健的核心竞争力

一、母婴保健核心竞争力的定义及特点

二、母婴保健核心竞争力的构成要素

三、2014-2015年构建母婴保健核心竞争力的发展建议

第四节 母婴保健行业竞争格局分析

一、国内外母婴保健竞争分析

二、我国母婴保健市场竞争加剧

三、我国母婴保健市场集中度分析

四、2014-2015年国内主要母婴保健企业动向

五、2014-2015年国内母婴保健拟在建项目分析

第五章 母婴保健企业竞争策略分析

第一节 中国母婴保健机构经营状况分析

一、2014-2015年公办母婴保健机构年均结余分析

二、2014-2015年药价与收入情况分析

三、2014-2015年成本控制分析

四、2014-2015年母婴保健机构经营效益分析

第二节 母婴保健市场竞争策略分析

一、2014-2015年母婴保健市场增长潜力分析

二、2014-2015年母婴保健主要潜力项目分析

三、现有母婴保健项目竞争策略分析

四、潜力母婴保健竞争策略选择

五、典型母婴保健竞争策略分析

第三节 母婴保健企业竞争策略分析

一、经济发展对母婴保健企业发展影响

二、母婴保健企业加大产品服务创新分析

第六章 2014-2015年中国母婴保健重点企业竞争分析

第一节 北京靓康爱婴科贸有限公司

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第二节 天津市圣爱家族专业母婴健康服务机构

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第三节 杭州欣子母婴护理有限公司

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第四节 北京舒添母婴服务中心

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第五节 上海市小阿华母婴健康机构

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第六节 北京小阿华母婴健康机构

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第七节 深圳洋洋母婴服务机构

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况

四、发展战略

第八节 济南市母婴服务机构

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第九节 山东省妇幼保健所婴幼儿健康促进与护理中心

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十节 济南葆婴中心

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十一节 广东母婴保健服务机构

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十二节 济南市韵田母婴服务中心

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十三节 北京天使之家母婴护理中心

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十四节 新疆乌鲁木齐喜阳阳商贸有限公司

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、年经营状况

四、发展战略

第十五节 新概念母婴科学护理中心

- 一、母婴保健概述
- 二、竞争优势分析
- 三、年经营状况
- 四、发展战略

第七章 2016-2022年中国母婴保健行业前景展望与发展机遇预测分析

第一节 2016-2022年中国母婴保健行业发展前景分析

- 一、全球母婴保健行业发展前景分析
- 二、我国母婴保健行业发展前景分析

第二节 母婴保健机遇和前景分析

- 一、母婴保健发展前景
- 二、“医改”为母婴保健带来的发展机遇
- 三、2016-2022年我国母婴保健产业面临的发展机遇

第八章 2016-2022年中国母婴保健行业发展趋势分析

第一节 母婴保健行业发展未来总体趋势

- 一、市场容量发展趋势
- 二、竞争态势发展趋势
- 三、民营母婴保健机构发展趋势
- 四、我国对加强母婴保健都采取的措施
- 五、未来我国母婴保健行业发展优势
- 六、我国母婴保健行业未来前景与总体发展趋势

第二节 2014-2015年我国母婴保健发展趋势分析

- 一、产业规范化发展趋势
- 二、企业更品牌发展趋势
- 三、行业资金投入趋势
- 四、行业现代化发展趋势

第三节 2016-2022年母婴保健产业发展趋势分析

- 一、2016-2022年母婴保健产业政策趋向
- 二、2016-2022年母婴保健技术革新趋势
- 三、2016-2022年母婴保健价格走势分析
- 四、2016-2022年国际环境对行业的影响

第九章 母婴保健投融资现状分析

第一节 母婴保健投资模式和决策分析

- 一、母婴保健的主要投资模式
- 二、母婴保健的长期投资决策分析
- 三、母婴保健赢利因素分析

第二节 2014-2015年母婴保健行业投资情况分析

- 一、2014-2015年总体投资及结构
- 二、2014-2015年投资规模情况
- 三、2014-2015年投资增速情况
- 四、2014-2015年分行业投资分析
- 五、2014-2015年分地区投资分析
- 六、2014-2015年外商投资情况

第十章 2014-2015年中国母婴保健行业投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2016年中国宏观经济发展预测分析

第二节 政策法规环境分析

- 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
- 三、相关产业法律、法规

第三节 社会发展环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国人口出生率
- 五、中国结婚潮与生育高峰
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 中国医药卫生体制改革分析

- 一、医药卫生体制改革意义
- 二、医药卫生体制改革思想及目标
- 三、医药卫生体系与制度改革分析
- 四、医药卫生体系改革方向

五、医药卫生体制改革重点工作分析

六、医药卫生体制改革步骤分析

七、新医改8500亿的投向分析

八、新医改对母婴保健行业的影响分析

第五节 “十三五”卫生事业发展规划纲要

一、卫生事业面临的形势

二、卫生事业改革发展目标、指导思想和基本原则

三、重点工作

四、保障政策和措施

第六节 “十三五”母婴保健发展规划

一、“十三五”规划总目标

二、母婴保健规模和任务

三、发展思路

四、实施措施

第十一章 2016-2022年中国母婴保健行业投资前景预测

第一节 2014-2015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 2016-2022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 2016-2022年母婴保健投资风险预警

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、进退入风险

第四节 专家投资观点

第十二章 母婴保健行业投资战略研究

第一节 母婴保健行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对我国母婴保健品牌的战略思考

一、母婴保健品牌的重要性

二、母婴保健实施品牌战略的意义

三、母婴保健企业品牌的现状分析

四、我国母婴保健企业的品牌战略

五、母婴保健品牌战略管理的策略

第三节 母婴保健行业投资战略研究

一、母婴保健行业投资战略

二、母婴保健行业投资战略

第十三章 母婴保健的经营与管理研究

第一节 母婴保健经营环境分析

一、母婴保健经营环境因素

二、母婴保健经营环境分析

三、母婴保健经营能力因素

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（ZYLQ）

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

图表目录：

- 图表：2015年我国母婴保健机构数
- 图表：2015年母婴保健机构床位数
- 图表：2015年全国母婴保健机构专业卫生人员数
- 图表：2015年各地区医疗机构床位数
- 图表：全国各个时期母婴保健机构基本建设投资
- 图表：全国农村乡（镇）母婴保健机构、床位、人员数
- 图表：一岁儿童免疫报告接种率
- 图表：监测地区孕产妇和儿童死亡率
- 图表：农村合作医疗发展趋势
- 图表：城乡居民医疗保障方式
- 图表：中国卫生支出结构
- 图表：中国农民的卫生支出（按当年价格计算）
- 图表：卫生支出的城乡差别
- 图表：农村居民需要住院而未住院的比率及原因
- 图表：中国医疗费用增长与农民均收入比较
- 图表：中国的卫生总费用
- 图表：各省平均每千人口母婴保健机构床位
- 图表：母婴保健机构床位的城乡分布
- 图表：农村医疗居民保障情况
- 图表：居民医疗保健支出方面的城乡差距（农村=1.00）
- 图表：孕妇死亡率
- 图表：婴儿死亡率
- 图表：城乡死亡率比较
- 图表：医疗费用的涨幅
- 图表：城乡按家庭收入分组的收入及支出构成
- 图表：县及县以上母婴保健机构病床使用率
- 图表：母婴保健机构分类与名称
- 图表：2015年卫生部门母婴保健机构出院病人平均住院日
- 图表：我国卫生总费用
- 图表：2015年卫生部门综合医院收入与支出
- 图表：2015年政府办母婴保健机构收入和支出
- 图表：业务收入构成及关联度
- 图表：门诊收入构成及关联度
- 图表：住院收入构成及关联度

- 图表：母婴保健机构各相关指标关联分析
- 图表：母婴保健机构卫生资源状况
- 图表：2015年各地区非营利母婴保健机构病床使用情况
- 图表：2015年各地区非营利母婴保健机构诊疗人次及住院人数
- 图表：2015年母婴保健机构分科床位数及构成
- 图表：母婴保健机构分科医生数及构成
- 图表：平均每所母婴保健机构年结余变化曲线
- 图表：平均每所母婴保健机构收支结余对比
- 图表：2015年受访母婴保健机构结余/盈利状况
- 图表：5年间平均每所母婴保健机构总收入与药品收入关系曲线
- 图表：5年间公办母婴保健机构平均医疗、药品收入比重变化
- 图表：5年间平均每所母婴保健机构财政补助收入比重变化
- 图表：公立非营利性母婴保健机构成本核算比率
- 图表：2015年母婴保健机构负债状况分析
- 图表：北京地区母婴保健机构资产负债率
- 图表：营利、非营利母婴保健机构资产负债率对照
- 图表：2015年营利性母婴保健机构经营绩效评价
- 图表：营利性母婴保健机构构成
- 图表：全国县及县级以上母婴保健机构投入生产情况
- 图表：母婴保健机构营销环境
- 图表：中国母婴保健机构IT应用总体市场规模
- 图表：中国母婴保健机构IT产品采购状况
- 图表：中国母婴保健机构IT应用投资结构
- 图表：母婴保健机构信息系统构成
- 图表：2015年中国国家母婴保健系统构成
- 图表：中国国家公共卫生信息系统构成
- 图表：2015年中国母婴保健机构IT应用总体市场规模
- 图表：2015年中国母婴保健机构IT应用投资结构
- 图表：中国母婴保健行业信息化发展重点方向
- 图表：中国母婴保健行业信息化重点变化特点
- 图表：中国母婴保健行业重点建设项目
- 图表：门诊与住院医疗费用与药品费用统计
- 图表：母婴保健机构主要医用设备拥有率
- 图表：母婴保健机构主要医用设备台数
- 图表：我国超声诊断仪器状况

图表：2011-2015年国内生产总值

图表：2011-2015年居民消费价格涨跌幅度

图表：2015-2015年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2011-2015年年末国家外汇储备

图表：2011-2015年财政收入

图表：2011-2015年全社会固定资产投资

图表：2015年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2001-2015年全球母婴保健市场增长情况

图表：2015年全球母婴保健市场增长情况预测

图表：2011年医疗机构工作量及病床使用情况

图表：2011-2015年卫生机构及床位数

图表：2015年卫生机构及床位

图表：2015年医疗机构工作量及病床使用情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201601/382287.html>