

# 2020-2026年中国医疗综合体行业市场全景调研及 竞争策略建议分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国医疗综合体行业市场全景调研及竞争策略建议分析报告》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/201912/818469.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

医疗综合体即在一个建筑区域内既有医疗设施，也有社区、商业、养老、研究机构等。在整个综合体的商业模式中，医院成为一个人流的入口，在外围则是布局包括餐饮、休闲、医药等的商业区域，并通过道路修建以及绿化设计，将医疗机构服务业态与商业区域合理的连接起来，搭建成一个社区，实现“医院中的城市”这一效果。周围的商业配套等又为医院的患者提供便利、轻松的就医环境，优秀的医疗配套服务，进而吸引更多的患者来此就医。

由于私立医疗目前尚不普及的国情，故中国大陆地区医疗综合体发展尚处于起步尝试阶段，以非病诊疗保健、差异化的轻医疗、非医保范畴医疗服务商为主。由于医疗业态在硬件上必须配置独立的医疗排污系统，加之在卫生主管部门申办医疗机构执业许可证有相当的难度，这两者影响了医疗业态进驻购物中心的速度。加之购物中心租金往往比办公楼裙房、街铺更高，故目前非公办医院体系的医疗业态只有约两成位于购物中心内。

医疗综合体的成立在近十几年有加速建设的趋势，时间分布上建设成立更加频繁，但考虑到医疗综合体投入相对较大、建设或改造周期相对较长等特点，全球医疗综合体在相邻年间分布相对均匀，其成立没有非常明显的趋势。

其中，美国New Handover Regional Medical Centere成立的时间最早(1967年)。纵向来看，2003年和2007年新成立的医疗商城相对多一些。此外，近年来随着“医疗+商业中心”模式在亚洲地区的兴起，新加坡、马来西亚等地区医疗商城出现增长趋势。

对全球30家医疗综合体的定位进行梳理，可以发现其各自的定位存在略微的差异，大致可以分为“医疗+商业综合体”、“医疗+医学研究”、“诊所大楼”和“医药商城”四种。

其中，有11家医疗综合体的商业模式属于“医疗+商业综合体”，即商城中配备了一站式的医疗服务，以及购物、餐饮、娱乐、休闲疗养等商业功能;此外占比较多的还有“诊所大楼”模式，符合该分类标准的有15家商业综合体，其中配备有不同类型的医院，以及儿科、骨科、口腔、中医、医美整形等专科诊所。

而目前占比较少的商业模式为“医疗+医学研究”(3家)以及医药商城(1家)。“医疗+医学研究”的医疗综合体除了开展临床诊疗业务外，内部还有一些医科大学、医学实验室以及医学协会开展相关课题、进行深度研究。而Medical Mall Pharmacy是一家医药商城，聚集众多优质的药房。

### 全球医疗商城定位情况

从商业模式角度来看，大部分的医疗商城盈利是依靠租赁，小部分则是自建自用。其中，亚洲地区(新加坡、马来西亚、菲律宾)的医疗商城大部分是由房地产商、投资机构或信托公司组成，而美国大部分医疗商城则是由大医院、医生团体或政府投资建立的。

### 全球医疗商城商业模式

智研咨询发布的《2020-2026年中国医疗综合体行业市场全景调研及竞争策略建议分析报告》共十章。首先介绍了中国医疗综合体行业市场发展环境、医疗综合体整体运行态势等，接着分析了中国医疗综合体行业市场运行的现状，然后介绍了医疗综合体市场竞争格局。随后，报告对医疗综合体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医疗综合体行业发展趋势与投资预测。您若想对医疗综合体产业有个系统的了解或者想投资中国医疗综合体行业，本报告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 医疗综合体行业产品定义及行业概述发展分析

### 第一节 医疗综合体行业产品定义

- 一、医疗综合体行业产品定义及分类
- 二、医疗综合体行业产品应用范围分析
- 三、医疗综合体行业发展历程
- 四、医疗综合体行业发展地位及影响分析

### 第二节 医疗综合体行业产业链发展环境简析

- 一、医疗综合体行业产业链模型理论
- 二、医疗综合体行业产业链示意图及相关概述

### 第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP（季度更新）
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（月度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、2020年我国宏观经济发展预测

### 第四节 医疗综合体行业税收及进出口关税

### 第五节 社会环境

- 一、人口数量及老龄化分析
- 二、网民规模情况
- 三、90后消费群体特点分析

### 第六节 医疗综合体技术发展现状

- 一、医疗综合体行业技术发展

## 二、医疗综合体生产工艺

### 一、医疗综合体技术发展趋势

## 第二章 2015-2019年医疗综合体行业国内外市场发展概述

### 第一节 2015-2019年全球医疗综合体行业发展分析

#### 一、全球医疗综合体经济发展现状及预测

#### 二、全球医疗综合体行业技术发展现状

#### 三、全球医疗综合体行业发展概述

### 第二节 2015-2019年全球医疗综合体行业供需及规模分析

#### 一、全球医疗综合体行业市场供需情况

#### 二、全球医疗综合体行业市场规模及区域分布情况

#### 三、全球医疗综合体行业重点国家市场分析

#### 四、全球医疗综合体行业发展热点分析

#### 五、2020-2026年全球医疗综合体行业市场规模预测

### 第三节 2015-2019年中国及全球医疗综合体行业对比分析

#### 一、中国医疗综合体行业生命周期分析

#### 二、中国医疗综合体行业市场成熟度情况

#### 三、中国和国外医疗综合体行业SWOT对比

### 第四节 2015-2019年全球医疗综合体所属行业相关产品进出口情况

## 第三章 2015-2019年我国医疗综合体行业发展现状

### 第一节 中国医疗综合体行业发展概述

#### 一、中国医疗综合体行业发展现状

2017年，有29家地产商在医疗领域布局，其中包括万达集团、恒大将康、万科地产、中南建设、保利地产、绿地、华润集团等。这些地产商跨界医疗主要选择合作共建或合作自建的方式，涉及的形势包括养老、社区医疗、高端医疗、健康小镇、Medical Mall等，投资总额超过3351亿元。

全国各地的医疗综合体涉足领域种类繁多，主要有健康大数据、现代服务业、独立第三方医药商业、技术服务平台、大健康产业集群、连锁药店、健康大数据等。其发起方和投资方也根据定位和禀赋的不同有所差异，除了以药品为核心的医疗综合体主要由药企主导外，其他医疗综合体涉及的投资方包括地产商、医疗机构、高校、零售机构、投资机构等，通过相互的赋能和资源整合达到最优解。另外，从盈利模式上来说，大部分的医疗综合体盈利是依靠租赁，小部分则是自建自用。由此可见，这是一个重资产投资，偏向资源整合的行业，对于运营者的要求较高。

#### 中国主要医疗综合体情况

## 二、中国医疗综合体发展面临的问题

### 三、2015-2019年中国医疗综合体行业市场规模

### 四、中国医疗综合体行业需求客户结构

## 第二节 我国医疗综合体行业发展状况

### 一、2015-2019年中国医疗综合体行业产值情况

### 二、2019年我国医疗综合体产值区域分布分析

## 第三节 2015-2019年中国医疗综合体行业产量分析

## 第四节 2019年医疗综合体行业需求分析

### 一、2015-2019年我国医疗综合体行业需求分析

### 二、2015-2019年我国医疗综合体市场价格走势分析

## 第四章 医疗综合体行业竞争态势分析

### 第一节 医疗综合体行业集中度分析

#### 一、医疗综合体市场集中度分析

#### 二、医疗综合体企业分布区域集中度分析

#### 三、医疗综合体区域消费集中度分析

### 第二节 医疗综合体行业主要企业竞争力分析

#### 一、重点企业资产总计对比分析

#### 二、重点企业从业人员对比分析

#### 三、重点企业全年营业收入对比分析

#### 四、重点企业利润总额对比分析

#### 五、重点企业综合竞争力对比分析

### 第三节 医疗综合体行业竞争格局分析

#### 一、2019年医疗综合体行业竞争分析

#### 二、2019年中外医疗综合体产品竞争分析

#### 三、2019年我国医疗综合体市场竞争分析

#### 四、近年国内医疗综合体行业重点企业发展动向

## 第五章 2015-2019年中国医疗综合体所属行业运行及进出口分析

### 第一节 2015-2019年中国医疗综合体所属行业总体运行情况

#### 一、医疗综合体企业数量及分布

#### 二、医疗综合体行业从业人员统计

### 第二节 2015-2019年中国医疗综合体所属行业运行数据

#### 一、行业资产情况分析

#### 二、行业销售情况分析

#### 三、行业利润情况分析

### 第三节 2015-2019年中国医疗综合体所属行业成本费用结构分析

### 第四节 2015-2019年中国医疗综合体所属行业经营成本情况

## 第五节 2015-2019年中国医疗综合体所属行业管理费用情况

## 第六节 中国医疗综合体所属行业或相关行业进出口分析

### 1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额

### 2、行业进口分国家

### 3、行业出口分国家

## 第六章 2015-2019年中国医疗综合体行业区域发展分析

### 第一节 中国医疗综合体行业区域发展现状分析

#### 第二节 2015-2019年华北地区

##### 一、华北地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第三节 2015-2019年东北地区

##### 一、东北地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第四节 2015-2019年华东地区

##### 一、华东地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第五节 2015-2019年华南地区

##### 一、华南地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第六节 2015-2019年华中地区

##### 一、华中地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

##### 三、市场需求情况分析

##### 四、行业发展前景预测

#### 第七节 2015-2019年西部地区

##### 一、西部地区经济发展现状分析

##### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第七章 医疗综合体重点企业发展分析

### 第一节 A公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

### 第二节 B公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

### 第三节 C公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

### 第四节 D公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

### 第五节 E公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

### 第六节 F公司

#### 一、企业经营情况分析

#### 二、企业产品及竞争优势分析

#### 三、市场营销网络分析

#### 四、公司战略规划分析

## 第八章 2015-2019年中国医疗综合体行业上下游主要行业发展现状分析

### 第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析



## 一、A行业发展分析

### 1、行业市场规模情况

### 2、产品价格分析

### 3、产品生产情况

## 二、B行业发展分析

### 1、行业市场规模情况

### 2、产品价格分析

### 3、产品生产情况

.....

## 第二节2015-2019年主要下游产业发展分析

### 一、D行业发展分析

#### 1、行业现状分析

#### 2、行业发展前景

### 二、E行业发展分析

#### 1、行业现状分析

#### 2、行业发展前景

.....

## 第九章 2020-2026年中国医疗综合体行业发展预测分析

### 第一节2020-2026年中国医疗综合体行业产量预测

### 第二节2020-2026年中国医疗综合体行业需求量预测

### 第三节2020-2026年中国医疗综合体行业规模预测

### 第四节 2020-2026年中国产业的前景及趋势

#### 一、中国医疗综合体市场发展前景乐观

#### 二、2020年中国医疗综合体市场消费趋势分析

### 第五节2020-2026年中国医疗综合体行业发展趋势

#### 一、中国医疗综合体行业的发展前景

#### 二、2020-2026年中国医疗综合体产业规划分析

#### 三、我国医疗综合体行业的标准化发展趋势

### 第六节2020-2026年中国医疗综合体行业“走出去”发展分析

## 第十章 医疗综合体行业投资前景研究及销售战略分析(ZY GXH)

### 第一节 影响医疗综合体行业发展的主要因素

#### 一、影响医疗综合体行业运行的有利因素

#### 二、影响医疗综合体行业运行的稳定因素

#### 三、影响医疗综合体行业运行的不利因素

#### 四、我国医疗综合体行业发展面临的挑战

## 五、我国医疗综合体行业发展面临的机遇

### 第二节 行业投资形势分析

#### 一、2015-2019年中国行业投资规模

#### 二、行业投资壁垒

#### 三、行业SWOT分析

#### 四、行业五力模型分析

### 第三节 2020-2026年医疗综合体行业投资效益分析

### 第四节 2020-2026年医疗综合体行业投资前景研究

### 第五节 医疗综合体行业投资前景预警

#### 一、2020-2026年医疗综合体行业市场风险预测

#### 二、2020-2026年医疗综合体行业政策风险预测

#### 三、2020-2026年医疗综合体行业经营风险预测

#### 四、2020-2026年医疗综合体行业技术风险预测

#### 五、2020-2026年医疗综合体行业竞争风险预测

#### 六、2020-2026年医疗综合体行业其他风险预测

### 第六节 市场策略分析

#### 一、医疗综合体价格策略分析

#### 二、医疗综合体渠道策略分析

### 第七节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第八节 提高医疗综合体企业竞争力的策略

#### 一、提高中国医疗综合体企业核心竞争力的对策

#### 二、医疗综合体企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响医疗综合体企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高医疗综合体企业竞争力的策略

### 第九节 对我国医疗综合体品牌的战略思考

#### 一、医疗综合体实施品牌战略的意义

#### 二、医疗综合体企业品牌的现状分析

#### 三、我国医疗综合体企业的品牌战略

#### 四、医疗综合体品牌战略管理的策略

### 第十节 市场的重点客户战略实施

#### 一、实施重点客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

### 三、重点客户战略管理

### 四、重点客户管理功能(ZY GXH)

图表目录：

图表：医疗综合体行业历程

图表：医疗综合体行业生命周期

图表：医疗综合体行业产业链分析

图表：2015-2019年医疗综合体行业产能分析

图表：2015-2019年医疗综合体行业市场规模分析

图表：2015-2019年医疗综合体行业产量分析

图表：2015-2019年医疗综合体行业需求量分析

图表：2019年医疗综合体行业需求领域分布格局

图表：2020-2026年医疗综合体行业市场规模预测

图表：中国医疗综合体行业盈利能力分析

图表：中国医疗综合体行业运营能力分析

图表：中国医疗综合体行业偿债能力分析

图表：中国医疗综合体行业发展能力分析

图表：中国医疗综合体行业经营效益分析

图表：2020-2026年医疗综合体行业市场规模预测

图表：2020-2026年医疗综合体行业产量预测

图表：2020-2026年医疗综合体行业需求量预测

更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201912/818469.html>