

2011-2015年中国母婴保健 市场行情动态与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国母婴保健市场行情动态与发展前景预测报告》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.cction.com/report/201106/70268.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

母亲与婴儿的健康状况不仅反映其本身的健康问题，还反映社会人群的整体健康水平，反映整个国家的政治、经济、文化的整体水平。母婴保健直接关系到社会的稳定、家庭的稳定、儿童的生存与发展，因此具有特别重要的意义。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国母婴保健市场行情动态与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了母婴保健相关概述、中国母婴保健市场运行环境等，接着分析了中国母婴保健市场发展的现状，然后介绍了中国母婴保健重点区域市场运行形势。随后，报告对中国母婴保健重点企业经营状况分析，最后分析了中国母婴保健行业发展趋势与投资预测。您若想对母婴保健产业有个系统的了解或者想投资母婴保健行业，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。

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、2010年我国卫生事业发展分析

二、2011年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、未来几年我国医疗市场的发展趋势

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述

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、2010年我国母婴保健行业发展情况分析

二、2011年我国母婴保健行业发展情况分析

三、2011年我国母婴保健行业发展形势分析

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、2010年中美医疗行业对比分析

二、2010年各种医疗体制模式点评

第三节 母婴保健的核心竞争力

- 一、2010年母婴保健核心竞争力的定义及特点
- 二、2010年母婴保健核心竞争力的构成要素
- 三、2011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、2010年国内外母婴保健竞争分析
- 二、2010年我国母婴保健市场竞争分析
- 三、2010年我国母婴保健市场集中度分析
- 四、2011年国内主要母婴保健企业动向
- 五、2011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、2010年公办母婴保健机构年均结余分析
- 二、2010年药价与收入情况分析
- 三、2010年成本控制分析
- 四、2010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、2011年母婴保健市场增长潜力分析
- 二、2011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、金融危机对母婴保健行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后母婴保健行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国母婴保健市场竞争趋势
- 四、2011-2015年母婴保健行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年母婴保健行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年母婴保健企业竞争策略分析

第六章 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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 济南葆婴中心

一、母婴保健概述

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

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、经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七章 母婴保健行业发展前景分析

第一节 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、2011-2015年我国母婴保健产业面临的发展机遇

第八章 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 2011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 2011-2015年母婴保健产业发展趋势分析

一、2011-2015年母婴保健产业政策趋向

二、2011-2015年母婴保健技术革新趋势

三、2011-2015年母婴保健价格走势分析

四、2011-2015年国际环境对行业的影响

第九章 未来母婴保健行业发展预测

第一节 未来母婴保健需求与消费预测

一、2011-2015年母婴保健行业消费预测

二、2011-2015年母婴保健行业规模预测

三、2011-2015年母婴保健行业销售收入预测

四、2011-2015年母婴保健行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国母婴保健行业供需预测

一、2011-2015年中国母婴保健供给预测

二、2011-2015年中国母婴保健需求预测

三、2011-2015年中国母婴保健供需平衡预测

四、2011-2015年中国母婴保健消费价格预测

第十章 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 母婴保健行业投资情况分析

一、总体投资及结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

六、外商投资情况

第十一章 中国母婴保健行业发展环境分析

第一节 国内母婴保健经济环境分析

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、2011年中国母婴保健经济发展预测分析

第二节 中国母婴保健行业政策环境分析

第十二章 母婴保健行业投资机会与风险

第一节 母婴保健行业投资效益分析

- 一、母婴保健行业投资状况分析
- 二、2011-2015年母婴保健行业投资效益分析
- 三、2011-2015年母婴保健行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年母婴保健行业的投资方向
- 五、2011-2015年母婴保健行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响母婴保健行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响母婴保健行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响母婴保健行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响母婴保健行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国母婴保健行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国母婴保健行业发展面临的机遇分析

第十三章 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、2011年医药行业投资战略
- 二、2011年母婴保健行业投资战略
- 三、2011-2015年母婴保健行业投资战略
- 四、2011-2015年细分行业投资战略

第十四章 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

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（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/70268.html>