

2017-2022年中国整形医院行业发展机遇及投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国整形医院行业发展机遇及投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/291282291282.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

随着社会经济的飞速发展，人们也更加注重自身的生活质量，在生活水平提高以后，人们的对于美貌也有了较高的要求，整形美容服务行业也因此得到良好的发展。整形美容服务抓住了人们爱美的心理，满足着人们对美的需求，同时各类的整形美容广告随处可见，使其迅速的融入到人们的生活中。一些较好的现代私立整形美容机构存在着许多的特色及优点，在企业精神文化上有着较高水平，其具备着先进的服务理念，满足人们的心理需求，服务的流程简单明了，在医患关系上也更加的和谐。这些整形美容医院无论是在经营、运营模式上较为领先，在医院管理水平上也较为突出。

图：2011-2015年中国医疗美容及整形美容行业产能情况：万人/次

资料来源：公开资料，中国报告网整理

一、经营模式

据目前的私立整形美容机构的经营模式来看，绝大多数都进行着企业化运作。私立医疗机构现有的经营模式主要有医院实行集团控股、私有股份制以及死开整形美容门诊部为私人独资三种模式。

在第一种模式中，上级集团控制医院的股份，医院的院长也是在外聘请的整形美容专业的专家。在私有股份制的经营模式中，医院由各个股东共同投资，在对医院的管理上可以自己经营管理或者聘请专业经理人管理。最后一种模式是医院法人具有医院的所有权与经营权。以上的三种经营模式都为医护人员创造了巨大的发展空间，在私立整形美容机构的薪资待遇上也更加的具有竞争性，这样不仅提高了工作人员的热情，还促进着医疗机构各部门的共同进步。但是私立整形美容机构也存在一定的缺陷，政府缺少一些相关的扶持政策，在税收及医保上也有诸多的不足，这也导致了私立整形美容机构的经营成本过高，私立机构的长期稳定发展还需要对经营模式进一步完善。

二、运营模式

整形美容服务机构的良好发展，少不了良好的运营模式，在宣传推广方面，私立整形美容机构可谓是下足了功夫。根据公立医院与私营机构所投放的广告总数来看，私立整形美容机构的广告投入占总数的90%，整形美容广告可谓遍布各地，包括在一些公共场所进行宣传促销活动，在当地的报刊杂志上也会刊登大量的整形广告，同时还会利用一些专家的名气来吸引消费者的注意力，因此人们就会加大对私立整形美容机构的关注力度，同时也满足自

身的需求。

如果广告宣传的不充足，就会对私立整形美容机构造成严重的影响，导致诊量骤降，从而造成了广告成本过高的问题。目前的运营模式仍需要改进，首先提升专业技术水平，将服务体系进一步的完善，从技术以及服务效果上吸引消费者。

三、医院管理

私立整形美容机构的管理工作主要还是由院长负责，这也与公立医院的管理模式相一致。院长的主要职责是管理下级行政部门、人事部门等多个职能部门，医院日常事务再由部门领导进行协调安排。在顾客与医生的沟通联系上也设立专职部门，通过聘用专业的美容咨询师来作为媒介，顾客提前将自身的需求告知美容咨询师，对自身现在的状况进行介绍，美容咨询师进一步的为顾客预约医生进行诊疗。专职的咨询机构的优势体现于不仅保证顾客与医生的沟通，还相对的减少医护人员的工作压力，使整个诊疗过程更加的方便快捷。

四、私立整形美容机构未来方向

目前开来，多数私立的美容机构都十分注重资金的回报，其实这也能够被大家理解毕竟投资就是为了利润的回报，但是，当下的风气不良很多医疗机构在医疗设备不完善、企业文化建设不够，导致了很多问题的出现。国内某些大型私立医院，聘请三甲医院整形外科、皮肤科等科室的教授进行学术交流、技术支持，并担当技术顾问，负责整形美容专业知识的平台互动。而且，某些整形美容医院不仅每年派医务人员前往国内三甲医院等机构进修学习，以及到韩国、日本、美国等整形美容发达国家短期观摩学习，进行国际学术交流。这些措施为私立机构培养人才、储备人才、更好地促进医疗机构的品牌建设提供了有力的支持，而且也终将成为私立整形美容机构长足发展之大计。因此，私立整形美容机构的医患关系全部采用市场经济中服务业的营销理念，做到“亲切、温馨、顾客至上”的服务质量。

五、小结

综上所述，通过对私立整形美容机构经营管理模式的探究，不难发现，私立整形美容机构经营方式充分体现了市场经济运作机制，能够充分调动医疗机构各部门工作人员的积极性，提高医护人员幸福感，管理层层细化，分工明确，注重医患关系的处理。为私立整形美容机构医患关系较公立医院和谐，医患纠纷发生率较公立医院低。

内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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：中国整形医院行业发展综述

1.1整形医院行业定义及分类

1.1.1整形医院行业概念及定义

1.1.2整形医院行业主要产品分类

1.2整形医院行业分级情况

1.2.1整形医院行业分级标准

1.2.2整形医院行业分级情况

1.3整形医院行业相似概念

1.3.1整形医院行业相似概念——生活美容机构

1.3.2整形美容与生活美容的区别与联系

第二章：中国整形医院发展环境分析

2.1整形医院行业政策环境分析

2.1.1整形医院行业监管体系

2.1.2整形医院行业主要政策

（1）整形医院行业政策法规汇总

（2）《医疗美容服务管理办法》

（3）《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准（试行）》

（4）《医疗美容项目分级管理目录》

2.1.3整形医院行业政策

2.2整形医院行业经济环境分析

2.2.1中国宏观经济现状

（1）中国GDP增长情况

- (2) 居民收入增长情况
- (3) 居民消费支出水平
- 2.2.2 宏观经济对行业的影响
- 2.3 整形医院行业技术环境分析
 - 2.3.1 整形医院行业专利申请数分析
 - 2.3.2 整形医院行业专利申请人分析
 - 2.3.3 整形医院行业热门专利技术分析
- 2.4 整形医院行业消费环境分析
 - 2.4.1 整形消费态度调查
 - (1) 样本总体消费态度
 - (2) 整形手术现有人群(即已经做过的人群)消费态度
 - (3) 潜在客户人群消费态度
 - 2.4.2 整形消费驱动分析
 - 2.4.3 整形消费需求特点
 - 2.4.4 整形消费群体分析
 - 2.4.5 整形消费行为分析
 - 2.4.6 整形消费关注点分析
 - 2.4.7 整形消费区域分布
 - 2.4.8 整形费用接受度分析
 - 2.4.9 整形信息渠道分析
 - 2.4.10 调研结果总结

第三章：国外整形医院发展经验借鉴

- 3.1 全球整形医院行业发展综述
 - 3.1.1 全球整形医院行业发展历程
 - 3.1.2 全球整形医院行业面临的问题
 - 3.1.3 全球整形医院行业技术发展现状及趋势
- 3.2 全球整形医院行业市场分析
 - 3.2.1 全球整形手术数量分析
 - 3.2.2 全球人均整形手术数量
 - 3.2.3 全球整形医师数量分析
- 3.3 韩国整形行业发展经验与启示
 - 3.3.1 韩国整形行业市场规模
 - 3.3.2 韩国整形医院数量分析
 - 3.3.3 韩国整形行业消费环境分析

- (1) 韩国整形消费理念
- (2) 韩国整形热点分析
- 3.3.4 韩国整形行业技术水平分析
- 3.3.5 中韩整形行业合作模式分析
 - (1) 中韩合作概况
 - (2) 合作授权机构
 - (3) 合作案例分析
- 3.4 美国整形行业发展经验与启示
 - 3.4.1 美国整形行业市场规模
 - 3.4.2 美国整形行业消费项目分析
 - (1) 美国整形行业项目总分布
 - (2) 美国手术整形消费项目
 - (3) 美国微整形消费项目
 - (4) 美国软组织填充注射项目
 - 3.4.3 美国整形项目治疗费用分析
 - 3.4.4 美国不同年龄整形项目分析
 - 3.4.5 美国不同性别整形项目分析
- 3.5 日本整形行业发展经验与启示
 - 3.5.1 日本整形行业市场规模
 - 3.5.2 日本整形行业消费环境分析
 - 3.5.3 日本整形行业技术水平分析
- 3.6 国际医疗整形主要目的地及流动规律
 - 3.6.1 从欠发达国家流向发达国家
 - 3.6.2 从发达国家流向欠发达国家
 - 3.6.3 从发达国家流向发达国家
 - 3.6.4 从欠发达国家流向欠发达国家

第四章：中国整形医院行业发展现状分析

- 4.1 中国整形医院行业发展现状分析
 - 4.1.1 整形医院行业发展历程
 - 4.1.2 整形医院行业市场规模
 - 4.1.3 整形医院行业市场竞争
 - (1) 竞争层次
 - (2) 竞争格局
 - 4.1.4 整形医院行业存在问题

- (1) 整形服务资源分布不均
- (2) 整形医疗机构良莠不齐
- (3) 整形美容市场不正当竞争
- (4) 整形美容医疗事故频发
- 4.2中国整形医院行业发展规模分析
 - 4.2.1中国整形医院数量分析
 - 4.2.2中国整形医院人员统计
 - (1) 整形医院人员增长
 - (2) 整形医院人员分布
 - (3) 整形医院人员结构
 - (4) 整形医院医师数量
 - 4.2.3中国整形医院床位统计
 - 4.2.4中国整形医院设备统计
 - (1) 整形医院设备数量增长
 - (2) 整形医院设备价值统计
 - 4.2.5中国整形医院建筑面积
 - (1) 整形医院建筑面积增长
 - (2) 整形医院建筑面积分布
- 4.3中国整形医院服务提供情况分析
 - 4.3.1中国整形医院门诊服务分析
 - (1) 整形医院门诊人次统计
 - 1) 整形医院门诊人次增长
 - 2) 整形医院门诊分布情况
 - (2) 整形医院门诊服务情况
 - 4.3.2中国整形医院入院服务分析
 - (1) 整形医院入院人次统计
 - 1) 整形医院入院人次增长
 - 2) 整形医院入院分布情况
 - (2) 整形医院入院手术人次
 - 1) 整形医院入院手术增长
 - 2) 整形医院手术分布情况
 - (3) 整形医院入院服务情况
 - 4.3.3中国整形医院床位利用分析
 - (1) 整形医院床位使用率
 - (2) 整形医院床位利用情况

4.4中国整形医院行业运营状况分析

4.4.1中国整形医院资产投入情况

- (1) 整形医院资产增长统计
- (2) 整形医院资产分布情况
- (3) 整形医院资产性质结构

4.4.2中国整形医院收入增长分析

- (1) 整形医院收入增长统计
- (2) 整形医院收入分布情况
- (3) 整形医院收入来源分布

第五章：整形医院主要项目发展状况分析

5.1胸部整形市场发展分析

- 5.1.1胸部整形市场需求
- 5.1.2胸部整形市场规模
- 5.1.3乳房整形市场价格
- 5.1.4胸部整形主要技术
- 5.1.5胸部整形市场前景

5.2眼眉整形市场发展分析

- 5.2.1眼眉整形市场需求
- 5.2.2眼部整形市场价格
- 5.2.3眼眉整形市场前景

5.3鼻部整形市场发展分析

- 5.3.1鼻部整形市场需求
- 5.3.2鼻部整形市场价格
- 5.3.3鼻部整形市场前景

5.4口唇整形市场发展分析

- 5.4.1口唇整形市场需求
- 5.4.2口唇整形市场价格
- 5.4.3口唇整形主要技术
- 5.4.4口唇整形市场前景

5.5面部整形市场发展分析

- 5.5.1面部整形市场需求
- 5.5.2面部整形市场价格
- 5.5.3面部整形市场前景

5.6除皱美容市场发展分析

5.6.1除皱美容市场需求

5.6.2除皱美容市场价格

5.6.3除皱美容市场前景

5.7吸脂瘦身市场发展分析

5.7.1吸脂瘦身市场需求

5.7.2吸脂瘦身市场价格

5.7.3吸脂瘦身主要技术

5.7.4吸脂瘦身市场前景

第六章：中国整形医院重点区域市场分析

6.1整形医院行业区域分布概况

6.2北京市整形行业市场分析

6.2.1北京市整形医院需求环境

(1) 北京人口总量及结构

(2) 北京居民收入水平

(3) 北京消费支出水平

(4) 北京居民医疗保健支出

6.2.2北京市医院医疗美容科现状

(1) 北京市医院医疗美容科床位数

(2) 北京市医院医疗美容科服务情况

6.2.3北京市整形医院竞争分析

6.2.4北京市整形医院市场潜力

6.3辽宁省整形行业市场分析

6.3.1辽宁省整形医院需求环境

(1) 北京人口总量及结构

(2) 辽宁省居民收入水平

(3) 辽宁居民医疗保健支出

6.3.2辽宁省医院医疗美容科现状

(1) 辽宁省医院医疗美容科床位数

(2) 辽宁省医院医疗美容科服务情况

6.3.3辽宁省整形医院竞争分析

6.3.4辽宁省整形医院市场潜力

6.4上海市整形行业市场分析

6.4.1上海市整形医疗需求环境

(1) 上海人口总量及结构

- (2) 上海居民收入水平
- (3) 上海消费支出水平
- (4) 上海市医疗保健支出
- 6.4.2 上海医院医疗美容科现状
 - (1) 上海医院医疗美容科床位数
 - (2) 上海医院医疗美容科服务情况
- 6.4.3 上海市整形医院竞争分析
- 6.4.4 上海市整形医院市场潜力
- 6.5 江苏省整形行业市场分析
 - 6.5.1 江苏整形医院需求环境
 - (1) 江苏省人口总量及结构
 - (2) 江苏省居民收入水平
 - (3) 江苏省消费支出水平
 - (4) 江苏省医疗保健支出
 - 6.5.2 江苏省医院医疗美容科现状
 - (1) 江苏省医院医疗美容科床位数
 - (2) 江苏省医院医疗美容科服务情况
 - 6.5.3 江苏省整形医院竞争分析
 - 6.5.4 江苏省整形医院市场潜力
- 6.6 浙江省整形行业市场分析
 - 6.6.1 浙江整形医疗需求环境
 - (1) 浙江省人口总量及结构
 - (2) 浙江省居民收入水平
 - (3) 浙江省消费支出水平
 - (4) 浙江省医疗保健支出
 - 6.6.2 浙江省医院医疗美容科现状
 - (1) 浙江省医院医疗美容科床位数
 - (2) 浙江省医院医疗美容科服务情况
 - 6.6.3 浙江省整形医院竞争分析
 - 6.6.4 浙江省整形医院市场潜力
- 6.7 山东省整形行业市场分析
 - 6.7.1 山东整形医院需求环境
 - (1) 山东省人口总量及结构
 - (2) 山东省居民收入水平
 - (3) 山东省消费支出水平

- (4) 山东省医疗保健支出
- 6.7.2 山东省医院医疗美容科现状
 - (1) 山东省医院医疗美容科床位数
 - (2) 山东省医院医疗美容科服务情况
- 6.7.3 山东省整形医院竞争分析
- 6.7.4 山东省整形医院市场潜力
- 6.8 广东省整形行业市场分析
 - 6.8.1 广东省整形医疗需求环境
 - (1) 广东省人口总量及结构
 - (2) 广东省居民收入水平
 - (3) 广东省消费支出水平
 - (4) 广东省医疗保健支出
 - 6.8.2 广东省医院医疗美容科现状
 - (1) 广东省医院医疗美容科床位数
 - (2) 广东省医院医疗美容科服务情况
 - 6.8.3 广东省整形医院竞争分析
 - 6.8.4 广东省整形医院市场潜力
- 6.9 四川省整形行业市场分析
 - 6.9.1 四川省整形医疗需求环境
 - (1) 四川省人口总量及结构
 - (2) 四川省居民收入水平
 - (3) 四川省医疗保健支出
 - 6.9.2 四川省医院医疗美容科现状
 - (1) 四川省医院医疗美容科床位数
 - (2) 四川省医院医疗美容科服务情况
 - 6.9.3 四川省整形医院竞争分析
 - 6.9.4 四川省整形医院市场潜力

第七章：中国整形医院行业营销策略分析

- 7.1 中国整形医院定位策略分析
 - 7.1.1 整形医院的定位
 - (1) 确定市场定位要点
 - (2) 与竞争对手的对比
 - (3) A整形医院市场定位
 - 7.1.2 整形医院的战略定位

- (1) 确定市场竞争情况
- (2) 与竞争对手的对比
- (3) A整形医院战略定位
- 7.1.3整形医院的业务定位
- 7.1.4整形医院的价格定位
 - (1) 整形市场价格定位图
 - (2) 价格定位要考虑的因素
 - (3) A整形医院价格定位
- 7.1.5整形医院的形象定位
 - (1) 员工营销形象定位
 - (2) 消费者营销形象定位
 - (3) 政府营销形象定位
 - (4) 同业者营销形象定位
 - (5) 供应商营销形象定位
 - (6) 大众媒体营销形象定位
- 7.2中国整形医院营销策略分析
 - 7.2.1整形医院服务有形化策略
 - (1) 医疗服务包装定位
 - (2) 医疗服务承诺
 - 7.2.2整形医院服务技巧化策略
 - (1) 医疗服务技巧化
 - (2) 医疗服务专业化
 - (3) 医疗服务知识化
 - 7.2.3整形医院服务关系化策略
 - (1) 医疗服务角色化
 - (2) 医疗服务细微化
 - 7.2.4整形医院服务渠道化策略
 - (1) 医疗服务渠道化定义
 - (2) 医疗服务渠道化作用
 - (3) 新型渠道化策略——ECR战略联盟
- 7.3中国整形医院推广模式分析
 - 7.3.1整形医院行业推广问题分析
 - 7.3.2整形医院行业推广策略借鉴
 - (1) 新型促销推广策略借鉴
 - (2) 新兴网络推广模式借鉴

第八章：中国整形医院行业重点医院发展分析

8.1重点公立医院整形美容科发展分析

8.1.1上海交通大学医学院附属第九人民医院整形外科经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

8.1.2中山医科大学医学整形美容医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

8.1.3武警总医院医学美容整形中心经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

8.1.4中国医学科学院整形外科医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

8.1.5南京医科大学附属友谊整形外科医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2 领先民营整形医院发展状况分析

8.2.1 上海伊莱美整形医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.2 深圳天美整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.3 广州华美医学整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况分析

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.4 广州曙光医学美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.5 四川华美紫馨医学美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营优劣势分析

8.2.6北京叶子整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.7北京伊美尔幸福医学美容专科医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.8广州美莱医学美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.9长沙华美医学美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.10云南丽都仁爱整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.11 海峡整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.12 上海时光整形外科医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.13 上海玫瑰医疗美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.14 四川西婵整形美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

(4) 医院整形美容项目

(5) 医院经营服务情况

(6) 医院经营优劣势分析

8.2.15 深圳富华医疗美容医院经营情况分析

(1) 医院发展概况

(2) 医院设备规模及水平

(3) 医院技术人员规模及水平

- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

8.2.16 东莞美立方整形美容医院经营情况分析

- (1) 医院发展概况
- (2) 医院设备规模及水平
- (3) 医院技术人员规模及水平
- (4) 医院整形美容项目
- (5) 医院经营服务情况
- (6) 医院经营优劣势分析

第九章：中国整形医院行业发展趋势及投资建议

9.1 中国整形医院行业发展趋势

9.1.1 整形医院行业消费趋势预测

- (1) 整形美容消费者年龄趋小化
- (2) 微整形消费规模不断扩大
- (3) 男士消费市场规模有待开发

9.1.2 整形医院行业技术趋势预测

9.1.3 整形医院行业市场发展趋势

9.2 中国整形医院行业前景预测

9.2.1 整形医院行业前景分析

- (1) 人才培养体系亟须与国际接轨
- (2) 市场不规范危害患者权益
- (3) 加大政府监管迫在眉睫

9.2.2 整形医院数量增长预测

9.2.3 整形医院行业收入预测

9.2.4 整形美容服务需求预测

- (1) 医疗美容医院门诊服务需求预测
- (2) 医疗美容医院住院服务需求预测

9.3 中国整形医院行业投资建议

9.3.1 整形美容行业投资现状

9.3.2 整形美容行业投资前景

9.3.3 整形美容行业投资策略

图表目录

图表1：整形医院行业代码表

图表2：整形医院行业产品分类列表

图表3：整形医院行业分级标准

图表4：整形医院行业分级情况

图表5：医疗美容与生活美容比较

图表6：中国整形医院行业监管体系示意图

图表7：整形美容行业政策

图表8：《医疗美容服务管理办法》主要内容

图表9：美容医院基本标准

图表10：医疗美容门诊部基本标准

图表11：医疗美容诊所基本标准

图表12：医疗美容科（室）基本标准

图表13：美容外科分级标准

图表14：美容外科分级管理

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/291282291282.html>