

2018年中国医疗旅游市场分析报告- 行业深度分析与投资前景研究

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《2018年中国医疗旅游市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》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/lvyou/339649339649.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

一、医疗旅游现状

随着社会人口老龄化问题加剧以及医疗成本的增加，居民的健康意识不断增强，由健康和观光结合在一起的医疗旅游(Medical Tourism) 正在迅速发展。

图表：医疗旅游

图表来源：公开资料整理

根据世界卫生组织预测，2022年，旅游业将占到全球GDP的11%，健康产业占到12%。旅游业和健康产业在未来发展中对人类生活以及整个经济发展起着关键作用，医疗旅游则是这两大产业的有机结合。目前，全球医疗旅游市场总体约为600亿美元，每年市场消费约为210亿美元，年增长率为20%~30%，医疗旅游游客消费约为一般旅客的两倍以上，是全球成长最快的行业之一。作为一项高收益的专项细分市场和利基市场，医疗旅游即将成为我国未来健康产业的重要组成部分和新的经济增长点之一。为了促进我国医疗旅游的发展，国家和地方层面都在积极布局。2016年颁布的《“健康中国2030”规划纲要》提出，要制定健康医疗旅游行业标准、规范，打造具有国际竞争力的健康医疗旅游目的地，致力于加快推进旅游与健康产业的融合发展。北京、上海、海南、云南、广西、陕西等多个地区也相继推出了促进医疗旅游发展的政策。

医疗旅游是以医疗护理、疾病与健康、康复与修养为主题的旅游服务。具体来说，是指人们由于常住地的医疗服务不够完善或者价格过高，在异地(尤其是异国)实惠、特色的医疗、保健、旅游等服务或活动的吸引下，到异地接受医疗护理、疾病治疗、保健等医疗服务与度假、娱乐等旅游服务的过程。我国拥有丰富的旅游资源和世界级的医疗资源，并且传统中医药优势明显，具有发展医疗旅游得天独厚的优势。但是，目前我国医疗旅游发展却相对落后。虽然中医旅游开拓了部分市场，但尚处于混乱、无序的发展状态，缺乏明确的细分市场定位和消费需求调查，未能推出有针对性的产品开发和营销策略，医疗旅游利益相关者如中介组织有待培育，标准规范和法律法规体系不健全等问题凸显。为此，本研究试图在全面了解国内外研究现状，特别是在对医疗旅游市场特征和消费需求进行科学分析的基础上，提出有针对性的建议，以促进我国健康医疗旅游产业的良性发展。

从国内外相关文献来看，早期针对医疗旅游的研究主要采用定性研究方法，研究内容主要集中在医疗旅游的影响因素(前因变量)、医疗旅游的效应分析(结果变量)等方面。随着研究的进一步发展，国内外医疗旅游研究重心由宏观层面的描述性研究开始向个体层面量化研究转移，研究集中在医疗旅游消费行为方面。因此，本研究将从医疗旅游的影响因素、效应分析、医疗旅游者和利益相关者行为特征四个方面对现有文献进行梳理和讨论。

二、医疗旅游的影响因素

医疗旅游的产生和发展是众多因素共同作用的结果。总体来说，内部驱动因素包括客源国人民医疗服务需求的增长、医疗资源供需的矛盾、客源国与目的地医疗技术和医疗服务

质量的差异、医疗服务费用的差异、医疗等候时间差异、医疗保险的覆盖等方面，外部驱动因素主要包括世界政治经济一体化、网络等信息技术的发展、交通的便捷等。阻碍因素主要包括医疗技术和专家的缺乏、政府支持、服务质量低、语言障碍、宗教、政策法律、伦理等方面。尽管影响医疗旅游发展的因素众多且复杂，但最核心的影响因素还是医疗旅游目的地医疗技术、相关医疗服务及费用，这是影响医疗旅游者决策的最重要因素。

三、医疗旅游的效应分析

国内外研究发现，医疗旅游的发展为客源国和目的地国带来诸多积极效应，但其带来的消极效应也不容忽视。积极效应方面，医疗旅游的发展解决了客源国存在的医疗体系问题，如医疗等候时间过长、费用过高等，满足了客源国居民日益增长的医疗服务需求，同时促进了目的地国经济的发展和相关产业收入的提高。有研究发现，泰国医疗旅游的收入占全国GDP的0.4%左右。此外，医疗旅游发展还能促进目的地国医疗技术和服务水平的提高，吸引更多高技术人才，医疗体系投资和就业岗位增加，增强全球交流和互动，上述因素都是政府大力推动医疗旅游发展的动力。

消极效应方面，对客源国来说，医疗旅游的发展使得本地医疗体系收入降低、客源流失，而且一般游客在目的地国接受医疗服务后会回到客源国，相应的术后并发症、副作用及康复治疗均转嫁给客源国医疗体系。由于各国法律法规和伦理道德的区别，医疗旅游者的权益保障存在问题，而且某些医疗旅游项目的合法性和道德性也受到质疑。此外，医疗旅游对客源国的传染病控制和公共健康也具有潜在影响。医疗旅游的发展对目的地国带来的负面效应更加突出。一般来说，医疗旅游者的支付能力高于目的地国本地居民，造成了高水平的医护人员向从事医疗旅游的机构流动，从而出现了本地医疗资源短缺和医疗费用的上涨，降低了本地居民医疗服务的可及性，加剧了卫生不公平现象。同时，由于发展医疗旅游，医疗机构均向西方评审标准看齐，本国的医疗服务将失去特色。医疗旅游的发展给客源国和目的地国带来极大的机遇和挑战。因此，在制定医疗旅游相应政策时，需要全面考虑利弊，争取在不损害本国居民医疗和旅游权益的同时，享受医疗旅游带来的经济和社会效益。

四、医疗旅游利益相关者研究

医疗旅游服务提供者、陪同者等医疗旅游利益相关者也是医疗旅游活动重要的参与者。Qadeer 等对印度医生的研究发现，大部分医生认为印度医疗旅游市场前景广阔，但是仅少部分医生希望在其所在医院开展医疗旅游，可能的原因是医疗旅游导致公立医院资源的短缺和对私立医院资源的倾斜。Casey 等认为医疗旅游的陪同者同时起到知识中介（促进医疗旅游者和服务提供者的信息传递）、看护者（生理和情绪上的照顾）、引导者（处理文件和协调行程等）三重作用，在医疗旅游活动中发挥重要作用。

医疗旅游涉及的机构包括中介机构、医疗旅游服务提供机构、投资机构等。Peters 等针对医疗旅游中介机构的研究发现，绝大部分中介机构认为医疗旅游市场将继续扩大，医疗旅游的费用、服务质量、服务提供者的经验及声望、旅行距离及候诊时间会影响中介机构及其客户对于医疗旅游目的地的选择。相关报告发现，中介机构之间竞争激烈，大部分中介

机构致力于通过差异化的医疗旅游服务吸引游客，包括提供多样性的医疗旅游目的地，强调医生的高超技术以及目的地独特的旅游资源。针对医疗旅游服务提供机构的研究发现，医疗旅游地更倾向于与经过国际认证的医院和美国医疗机构合作，更愿意雇佣在美国接受过专业教育的医护人员。我国不仅旅游资源丰富，而且医疗服务质量和水平也达到国际标准。截至目前，已有 38 家医院通过国际 JCI 认证(全世界公认的医疗服务标准认证)，医疗水平正与国际接轨，并且低廉的医疗服务价格、具有中国特色的医疗服务可以吸引更多的国际医疗旅游者加入。此外，一项针对希腊 337 家五星级酒店的研究发现，高星级酒店因其接待能力和相应设施较好，大部分愿意发展医疗旅游业务。

五、对我国医疗旅游实践的启示

1、提高医疗服务质量，增强旅游者的满意度

本研究发现，医疗旅游服务的质量以及服务提供者的态度影响消费者的体验和满意度。同时，医疗旅游口碑信息的传播和医疗旅游参与者的信息反馈进一步影响潜在医疗旅游者的选择意向和态度。在此基础上，为了进一步促进医疗旅游的发展，应提高我国医疗技术水平和服务质量，促进全国范围内尤其是旅游资源丰富地区医疗技术的发展，同时增强医疗旅游服务提供者的服务意识，改进服务态度，提高医疗旅游者的满意度，从而促进我国医疗旅游良性循环发展。

2、促进医疗旅游的国际化

医疗服务的国际化认证程度和服务质量是影响消费者决策的重要因素，但是目前我国医疗卫生机构在申请国际化认证方面不够重视。因此，未来相关医疗卫生机构应当研究并建立一整套与国际接轨的诊疗服务流程和医疗技术标准，创建国际化的医疗服务质量管理体系，同时引入专业的服务管理人员，如专业的酒店管理人员来管理医院，提高管理水平，以吸引国外医疗旅游者。

3、推出特色医疗旅游产品

医疗旅游服务的产品类型影响旅游者的决策行为，同时文化等因素影响潜在医疗旅游者的意向和态度。中国具有丰富的中医药资源和历史悠久的中医文化。中医药不仅在疾病治疗方面具有独特的疗效，在养生保健、疾病预防方面也具有明显的优势。因此，我国医疗旅游目的地应提供特色的医疗旅游服务，促进高新科技和传统医学的融合。近年来，随着屠呦呦获得诺贝尔生理学或医学奖，美国飞鱼菲尔普斯在巴西里约奥运会上进行拔罐理疗，中医疗法在西方的影响力逐渐加强，在法国和美国有医生获得了中医疗法的职业许可。因此，实践中应利用我国传统的中医药优势，开发特色旅游产品，打造中西医结合的国际医疗旅游品牌。同时，国内各地应研究独具地方特色的个性化医疗旅游服务和产品，吸引来自不同国家和文化背景的消费者，避免扎堆发展。

4、加强政府宏观管理，完善医疗旅游政策法规

特色医疗旅游品牌的建立离不开政府的宏观指导及旅游产业、健康产业的共同努力。应以发挥市场的决定性作用的医疗旅游企业为创新主体，满足医疗旅游者和潜在旅游者的消

费需求，政府进行引导和制定行业准入和推出规则，行业协会、非政府组织等提供辅助支持，进一步完善医疗旅游业的配套法律法规，以促进其健康有序发展。此外，通过文献梳理可以看出，医疗旅游的发展对社会和经济产生正效益的同时，也不可避免的带来负效益。因此，我国在制定医疗旅游相应政策时，需要全面考虑利弊，争取在不损害本国居民医疗和旅游权益的同时，享受医疗旅游带来的经济和社会效益。

5、加强医疗旅游营销和品牌管理

医疗旅游口碑的信息传播、过往医疗旅游参加者的信息反馈、医疗旅游地营销、医疗旅游地品牌等均影响消费者对医疗旅游地的选择。因此，应促进医疗旅游地的营销和推广，除了传统媒体推广以外，互联网技术的发展带动的网络营销、顾客点评、参与者的社群互动等均可以用来促进医疗旅游的发展。但是，目前我国规定公立医院提供特需服务的比例不超过全部医疗服务的 10%，并限制了公立医院的广告营销。这就导致掌握了我国大部分医疗资源的公立医院难以开展相关的医疗旅游业务。未来随着医疗旅游政策的进一步完善，我国医疗旅游业应加大宣传和推广力度，突出我国医疗旅游特色，促进健康服务业的良性发展。

6、发挥医疗旅游利益相关者的作用

医疗旅游中介机构、投资者也是医疗旅游活动的重要参与者，对医疗旅游的发展起到重要作用。国外医疗中介公司随着医疗旅游的兴起而发展起来，成为医疗旅游不可或缺的一部分。虽然我国有些地区已成为重要的医疗旅游目的地，但是大多数游客通过医疗机构的网站宣传和口碑效应而来。因此，我国医疗旅游发展需要正规、专业的医疗中介公司，成为医疗机构和游客之间沟通的桥梁。此外，医疗旅游投资者的作用也不容忽视。高星级酒店因其接待能力和相应设施较好，大部分愿意发展医疗旅游业务。因此，可以利用酒店的投资资源，建立专门的医疗旅游酒店。韩国首尔等地发展的医疗旅游酒店就是其中的典范，在吸引游客方面发挥着重要的作用。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国医疗旅游市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国医疗旅游行业发展概述

第一节 医疗旅游 行业发展情况概述

- 一、医疗旅游 行业相关定义
- 二、医疗旅游 行业基本情况介绍
- 三、医疗旅游 行业发展特点分析

第二节 中国医疗旅游 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗旅游 行业产业链条分析
- 三、中国医疗旅游 行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医疗旅游 行业生命周期分析

- 一、医疗旅游 行业生命周期理论概述
- 二、医疗旅游 行业所属的生命周期分析

第四节 医疗旅游 行业经济指标分析

- 一、医疗旅游 行业的赢利性分析
- 二、医疗旅游 行业的经济周期分析
- 三、医疗旅游 行业附加值的提升空间分析

第五节 国中医疗旅游 行业进入壁垒分析

- 一、医疗旅游 行业资金壁垒分析
- 二、医疗旅游 行业技术壁垒分析
- 三、医疗旅游 行业人才壁垒分析
- 四、医疗旅游 行业品牌壁垒分析
- 五、医疗旅游 行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医疗旅游 行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗旅游 行业发展历程回顾

第二节 全球医疗旅游 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗旅游 行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗旅游 行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗旅游 行业市场前景分析
- 第四节 北美医疗旅游 行业地区市场分析
 - 一、北美医疗旅游 行业市场现状分析
 - 二、北美医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美医疗旅游 行业市场前景分析
- 第五节 欧盟医疗旅游 行业地区市场分析
 - 一、欧盟医疗旅游 行业市场现状分析
 - 二、欧盟医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟医疗旅游 行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界医疗旅游 行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球医疗旅游 行业市场规模预测
- 第三章 中国医疗旅游 产业发展环境分析
 - 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品医疗旅游 总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
 - 第二节 中国医疗旅游 行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国医疗旅游 产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析
- 第四章 中国医疗旅游 行业运行情况
 - 第一节 中国医疗旅游 行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国医疗旅游 行业市场规模分析

第三节 中国医疗旅游 行业供应情况分析

第四节 中国医疗旅游 行业需求情况分析

第五节 中国医疗旅游 行业供需平衡分析

第六节 中国医疗旅游 行业发展趋势分析

第五章 中国医疗旅游 所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗旅游 所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国医疗旅游 所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国医疗旅游 所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国医疗旅游 市场格局分析

第一节 中国医疗旅游 行业竞争现状分析

一、中国医疗旅游 行业竞争情况分析

二、中国医疗旅游 行业主要品牌分析

第二节 中国医疗旅游 行业集中度分析

一、中国医疗旅游 行业市场集中度分析

二、中国医疗旅游 行业企业集中度分析

第三节 中国医疗旅游 行业存在的问题

第四节 中国医疗旅游 行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗旅游 行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国医疗旅游 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国医疗旅游 行业消费特点

第二节 中国医疗旅游 行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医疗旅游 行业成本分析

第四节 医疗旅游 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国医疗旅游 行业价格现状分析

第六节 中国医疗旅游 行业平均价格走势预测

一、中国医疗旅游 行业价格影响因素

二、中国医疗旅游 行业平均价格走势预测

三、中国医疗旅游 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医疗旅游 行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗旅游 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地医疗旅游 市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗旅游 市场规模分析

四、华东地区医疗旅游 市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区医疗旅游 市场规模分析

四、华中地区医疗旅游 市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区医疗旅游 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医疗旅游 行业竞争情况

第一节 中国医疗旅游 行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国医疗旅游 行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国医疗旅游 行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医疗旅游 行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国医疗旅游 行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗旅游 行业未来发展前景分析

一、医疗旅游 行业国内投资环境分析

二、中国医疗旅游 行业市场机会分析

三、中国医疗旅游 行业投资增速预测

第二节中国医疗旅游 行业未来发展趋势预测

第三节中国医疗旅游 行业市场发展预测

一、中国医疗旅游 行业市场规模预测

二、中国医疗旅游 行业市场规模增速预测

三、中国医疗旅游 行业产值规模预测

四、中国医疗旅游 行业产值增速预测

五、中国医疗旅游 行业供需情况预测

第四节中国医疗旅游 行业盈利走势预测

一、中国医疗旅游 行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗旅游 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国医疗旅游 行业投资风险与营销分析

第一节 医疗旅游 行业投资风险分析

一、医疗旅游 行业政策风险分析

二、医疗旅游 行业技术风险分析

三、医疗旅游 行业竞争风险分析

四、医疗旅游 行业其他风险分析

第二节 医疗旅游 行业企业经营发展分析及建议

一、医疗旅游 行业经营模式

二、医疗旅游 行业销售模式

三、医疗旅游 行业创新方向

第三节 医疗旅游 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国医疗旅游 行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗旅游 行业品牌战略分析

一、医疗旅游 企业品牌的重要性

二、医疗旅游 企业实施品牌战略的意义

三、医疗旅游 企业品牌的现状分析

四、医疗旅游 企业的品牌战略

五、医疗旅游 品牌战略管理的策略

第二节中国医疗旅游 行业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、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医疗旅游 行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国医疗旅游 行业发展策略及投资建议

第一节中国医疗旅游 行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国医疗旅游 行业定价策略分析

第三节中国医疗旅游 行业营销渠道策略

- 一、医疗旅游 行业渠道选择策略
- 二、医疗旅游 行业营销策略

第四节中国医疗旅游 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国医疗旅游 行业重点投资区域分析
- 二、中国医疗旅游 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/339649339649.html>