

2023年医院策划方案指导思想(优秀6篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

医院策划方案指导思想篇一

- 1、通过“爱耳日”活动主题，让孩子了解保护听力的重要意义。
- 2、通过与医生的互动，让家长、孩子了解定期检查身体的好处。
- 3、通过医院爱耳日活动的宣传，让家长、孩子了解医院，提高知名度。

××年3月3日 下午16:00—17:30

××××会员

××××中心东二层××××校内

- 4、医生宣讲影响听力因素、保护听力措施。(20分钟)
- 5、医生帮忙检查孩子的耳朵。(60分钟)
- 6、咨询医生、疑难解答时间。(10分钟)

七、活动准备与宣传

医院

7、 医院可以准备宣传海报(听力保护措施)，宣传册等宣传工具。

8、 医生自带一套检查设备。

××××学校

组织××××会员，宣传贵医院和此次活动的意义。

医院策划方案指导思想篇二

随着《医疗广告管理办法》的实施，民营医院将慢慢淡出广告营销策略，转为地面营销和活动营销，部分依赖广告存活的医院和门诊将面临严峻考验，这也是民营医院的一次“洗牌”。

当大部分的民营医院选择了地面营销和活动营销，我们也将面对激烈的竞争。如果我们能迅速占领市场、稳固市场，我们就会成为大赢家。

根据了解和分析，现在大部分的民营医院市场部名存实亡，有的只是一个简单的“协作部门”，没有真正起到“主导”作用。要把市场做大、做牢，市场部必须分工明确，工作细致、深入、连续，为客户提供个性化、差异化的服务。为此，我把市场部按市场业务需求，分为三大部分：体检中心、转诊中心、会员中心。

市场部按工作性质分为：体检中心、转诊中心、会员中心。

体检中心：主要开展有偿体检和无偿体检两种。通过为客户提供个性化、差异化的有偿体检，提高经济效益；以普通无偿体检，宣传医院品牌形象，挖掘潜在客户。也可在这两种方式后，将体检客户发展为“医院会员”，成为医院潜在客户。

转诊中心：主要是对社区、企业医疗服务点，提供差异化、回报性转诊，特别推出“竞争对手”没有的服务项目；对大型国立医院，可实行个别医生公关的形式，开展回报性转诊；外地医疗机构的转诊主要倾向于手术项目上的回报性转诊。

会员中心：主要是采取会员营销的方式，将体检中心、转诊中心开发的客户发展为会员，并维护好会员关系，抓住回头客。也可直接发展新会员。

（1）体检中心

体检中心针对不同的人群，提供不同的体检方案，特别是“竞争对手”开展不了的检测项目。

1、有偿体检

a□先电话后上门

体检中心配电话营销员2-3名，外线电话2-3部，对企业、酒店、娱乐场所，特别是金融、保险、电信，以及开发区内的厂矿，先以电话的形式进行一度公关，对有意向体检和没意向但没做过体检的单位，派业务进行二度公关。

b□公关

主要是通过公关，联合政府部门，以行政通知的形式，重点针对国企。

2、无偿体检

无偿体检主要用于品牌营销、社区开发等公益活动，通过无偿体检发掘新客户、潜在客户，并对其进行“会员卡营销”。

（2）转诊中心

以业务员上门公关的形式，提供差异化、回报性转诊，重点推出“竞争对手”开展不了的服务项目（检测项目、手术项目）；对国立医院也可尝试“个别医生公关”的形式。

（3）会员中心

会员制度的目的，就是为了留住客户成为回头客。针对不同的群体，推出不同的会员卡，提出有针对性的服务项目。主要有“学生卡”、“社区卡”、“贵宾卡”、“现金卡”。

市场宣传的目的，是为开发过的“市场”建立长期的联系，很多医院都在不断开发市场，各种手段琳琅满目，客户应接不暇，如果不建立长期的联系，就会被客户淡忘，前期做的开发就会功亏一篑，客户就会被别人夺走。

1□dm

dm要有针对性，分三种：

a□学生

b□转诊点

c□社区计生办

2、会员

客户回访系统

建立短信回访平台，对会员、转诊点负责人定期进行短信回访，主要内容为以下几点：

a□医院最新营销活动

b□医院社会新闻

c□会员生日、节日问候

d□健康提醒

医院策划方案指导思想篇三

一、冷餐会：（17：30——19：30）

主持人上台进行主持，节目组成员场下调动气氛□xx局或xx院长讲话，主任开香槟。

包饺子比赛：每队选派5名选手，给予揉好的面粉和肉馅，双方争取用最快的速度包完120个饺子，同时包出来的饺子由xx老师进行筛选，每筛选出一个品相不佳的饺子，就要被加时3秒钟，最后计算成绩，时间短者获15分。5份纪念品，5份奖品。

吹面粉：布置桌子两张，碗10个，乒乓球30个，蒙眼丝带10条。外加10顶圣诞帽。各队选派5名选手站到对方半场的桌边，宣布规则为“用力吹碗中乒乓球，先把球吹到对方半场的组获胜”，然后蒙上10位选手的眼睛，把乒乓球的碗换成面粉碗，让选手转三圈之后，喊开始……10份纪念品。

接歌比赛：由一队开始，唱一首歌，对方在15秒内唱出最后一个字与前一队的歌词最后一个字相同或谐音的字开头的歌曲，如果对方不能及时接上，可以说出一个带牛字的成语代替，这样唱歌的一组记10分，说成语一组计5分。

后期抽取三等奖（共7名，其中计分高的队抽取4名），幸运奖15名。

二、晚会正式开始：（19：30开始，预计用时2-2.5小时。三

位主持人)

(1) 卫生局局长或医院院长、科室主任讲话(幻灯背景为科室历史回顾)

(2) 科室总结、年终表彰(医护考评表扬、科内积极分子)、科室先进

(3) 晚会主体:

1、开场曲《欢乐中国年》

2、游戏：岁月留声机

1) 各队选派6名选手，先进行一轮吹气球比赛，先吹破2个气球的队优先进行点唱。

2) 点唱是针对我们的晚会主题中的某一个字进行，当点唱曲目放出时该队可选派6人中任一人进行接唱，在我们领唱的歌手歌声结束前仍未选出则视为弃权。

3) 每首歌将有10个空，每处2分，按空给分，总计20分。

准备9(6份奖品，2份纪念品给领唱)份纪念品及奖品，能完成者得。

3、游戏：欢畅购物街

一口价：道具：8块写字板

规则：各队选派4名选手，对下面将要列出的商品进行价格竞猜，以不超出物品价格基础上出价最接近者为获胜，奖励10分。如出现价格相同情况，在同队的算该队胜出，在两队的算平局各得5分。纪念品9份。

4、小心炸弹：

道具：一个黑色可松紧口的袋子。5个标有数字的球。一个白球。放球的架子两个(或者写字板两块)。

规则：每队选派一名选手上场，从口袋中摸球，把相应的数字放在认为合适的位数上，可寻求场下的意见。如果正确可以继续摸第二个球，如果不正确则把球放回袋中重新摸。当摸到白球也就是炸弹时直接重摸，摸到三次白球则算失败。时间限定3分钟。(设置一个抢猜商品备用。)纪念品2份。

5、抽取二等奖(共5名，其中计分高的队3名)，幸运奖5名。

6、爱心大行动：

a□与电话连线，传递家乡的新春问候。

b□爱心之家年度回顾，给大家拜年。

7、游戏：我点你来蹲

规则：每队选派18名选手上场，分为3组，其中选出一名组长，这样共为6组，交叉站立后每组组长举一块牌子代表本队水果种类，然后由一组开始喊，如“苹果蹲，苹果蹲，苹果蹲完西瓜蹲”，被点到的一组要立即做出反应，一旦有一名组员没有完成蹲的动作视为淘汰，如顺利完成则立刻代表的队加10分，所以此次比赛有可能是平局，也有可能是20分的分差。纪念品12份。

8、抽取一等奖(共3名，其中计分高的队2名)，幸运奖5名。

9、好歌大家唱：安排唱第一首。时间根据晚会要求控制。

10、“新”语心愿：新人代表发言，其余新人给领导送汤圆。

11、抽取特等奖1名(xx局抽)，幸运奖5名。

三、结束曲：《明天会更好》，整场晚会结束。

医院策划方案指导思想篇四

_____医院位于人民中路348号，是一家以医疗、康复为主的非营利性二级专科医院，是省、市医保定点单位、新农合定点医院，湖南中医药大学专科教学医院。医院现有住院床位200张，开设有外科、内科、康复科、微创、骨关节科、针推一二三科、眼科、针灸理疗科、手术室等临床科室，其中推拿科为长沙市医学重点专科建设项目。我院下属的长沙市康复中心是与市残联合作成立的我市唯一一家市级残疾人康复综合服务机构，设有康复病房，传统康复部和社区康复指导中心。

医院业务的不断扩大和业务开展的需要，通过自主招聘的方式招聘各类人员，招聘方案如下：

一、招聘条件：

- 1、遵纪守法，思想品德好，勤奋好学，热爱本职工作。
- 2、本科学历，中级职称，取得岗位需要的学历和从业资格。
- 3、男性，身体健康，能胜任岗位工作。

二、招聘专业

- 1、擅长治疗中医内科、儿科、妇科及颈、肩、腰、腿痛相关疾病的推拿医师；具备康复病房从业经验的康复医师。

2、熟悉病房工作，有内科、针灸科工作经验或实习经历，针灸手法熟练。

三、笔试后，相关部门组织人员面试，部分岗位还要进行实操考

试。

四、根据考核情况确定人选，确定人选在本院体检，体检不符合要求的不予聘用。

五、聘用人选的待遇从优。

联系电话：

一、 单位介绍

XX-XXX-XX

办以来至今病人流量很大，也为本院赢得了良好的口碑。医院拥有许多先进精良的医疗设备，成为襄阳规模较大，实力强的医院之一。医院位于真武山脚下，环境优美，非常适合病人疗养，因此，我们也致力于打造襄阳首家花园式医院。医院形成了许多特色鲜明、疗效明显的专科专病医院。脑病专科、心血管病专科、呼吸病专科、骨病专科、耳鼻喉专科等等。其中，以神经内科、骨病专科尤为擅长并处于市内领先地位。医院坚持以患者的需求为导向，“病人至上，真诚关爱”为理念，拥有一套近乎完美的管理系统，切身为每位病患去考虑，针对每个病患不同的情况提供最佳的诊疗方案，并与现代医学治疗手段相结合，不断提高临床疗效。

医院先后获得过（荣誉）

二、 招聘人数

拟招专业技术人员共180人左右

三、 招聘岗位名称、岗位职责和资格条件（见附件）

四、 报名条件

1、 思想政治素质好，作风正派，具有良好的职业道德，团队

2□

合作意识强，能胜任应聘岗位的工作。

3、 襄阳地区应聘者优先考虑 符合招聘条件

五、 岗位薪酬及相关待遇

一经录用以后，按规定签订聘用合同，执行国家现行政策规定并高于同类医院薪酬待遇，享受法定休假，正常保险，录用以后，待遇从优。

六、 招聘程序

1、 网上报名，，务必确保材料的真实准确性（最好附上本人照片）

2、 面试，面试时，请带上本人身份证、毕业证、相关资格证书原件并带上登记照

七、 联系方式

联系人： 电话：

地址：

医院策划方案指导思想篇五

营销方案必须具备鲜明的目的性、明显的综合性、强烈的针对性、突出的操作性、确切的明了性等特点，即体现“围绕主题、目的明确，深入细致、周到具体，一事一策，简易明了”的要求。小编下面为大家整理关于医院的营销策划方案，欢迎阅读参考：

我县总人口23.8万人，镇内人口7.8万人，其余人口分别分布于五十家子镇、新林镇、统部镇、大营子乡、官地镇、大井镇、新城子镇。林西镇企事业单位近200个，人口相对集中。林西县中蒙医院为二级甲医院，金城医院为民营医院，社区服务中心1所，社区服务站16所。民营医院主要以广告宣传和外请专家会诊治疗打折为主，社区服务中心及社区服务站以社区服务为主，同样享受医保、社保、新型农村合作医疗项目。近年来卫生事业发展迅速，新型农村合作医疗常住人口参合率达94.9%。农民看病难、看病贵的问题得到初步解决。中蒙医院6800平方米的综合楼整体搬迁，乡镇卫生院医疗用房扩建。面对医疗市场竞争愈来愈激烈的时候，消极地等待顾客(病患)上门，医院很可能面临顾客流失。这一切给医院的生存和发展带来了很大的压力。医院要发展靠的是经营，经营讲策略，经营管理的实质是想方设法吸引病人。要想立于不败之地，就必须在不断完善综合管理、提高业务水平的基础上，通过多方潜移默化的宣传，建立和谐的医患关系，树立良好的社会形象，做到外树形象、内强素质、取信于民。

(一)我院自迁入新址后，在经营上上了一个大台阶，但是有很多细节上还没有达到医院规模相匹配的效益。目前医院市场营销的管理和资料收集贫乏，社会服务部作为医院一个部门的成立，必须发挥它的功能，对内了解与宣传，对外营销与调查，拉拢病人和挖掘潜在的客户。

(二)内部宣传内容太少，各科室有形的.宣传内容少，如：宣

传栏、宣传板块。对外宣传不够，面对医疗市场竞争日趋激烈，构建媒体宣传平台是有必要的，然而近年来因为广告不实宣传，疗效与承诺不相符，埋下了患者不信任的重重危机，医院可以利用现有的很多资源和方式去对外宣传医院内部形象。媒体宣传只是外在手段，医院的长远发展和日常经营主要还是依赖正确的市场定位、超前的服务理念、先进的管理模式。

(三)没有维护好医院自己的顾客，有些顾客失去了永远都不会再回来。医院的管理和服务有待提高，“以病人为中心”作为服务理念没有落到实处。例如：前几天我在一楼门诊遇到一位老太太正在问一位工作人员病理科在几楼，但那位工作人员很不耐烦地说：“不知道，问导诊护士去”。其实当时我在想：身为一名医院职工怎么可能不知道病理科在几楼！而且态度非常生硬！就是因为这种态度有可能永远失去这位顾客，甚至更多。病人可以没有我们医院，但是我们医院万万不能没有病人。

(一) 营销思路

以医院总体工作思路和医院发展规划为指导，坚持“内抓管理强素质，外拓市场树行象”为思路，一方面以林西镇社区为主攻方向，逐步向乡镇卫生院、村卫生室扩展，强化“林西县医院”特色品牌，加大品牌推广力度，通过品牌战略吸引广大患者。另一方面以林西地区农村医疗条件相对落后的乡镇为主攻方向，通过宣传介绍医院特色科室吸引广大患者。

(二) 具体实施方案

1、根据“林西县医院”的医疗特色，以林西县各社区为目标地，逐步开发医疗市场。以宣传专科、专病为切入点，加大力度宣传我院优势科室，同时带动其他科室的发展。通过举办健康讲座、健康检查、社区义诊、广场义诊咨询等多种活动为渠道，加强对外宣传、联络，把医疗服务直接送到顾客

身边，进而吸引更多的患者来医院进一步诊治，扩大医疗市场。

2、把医疗市场的目光转向农村，直接与各乡镇卫生院、村卫生室建立合作关系，以互惠互利为前提，增进业务平台，实施资源共享、优势互补，让农民在家门口享受到二级医院诊疗水平，可间接加深对林西县医院品牌的认知。

3、建立完善的服务体系，种种服务活动如同医院的营销策略一样，始终围绕一个中心展开的，这个中心就是让顾客满意，真正体现“以病人为中心”，不断提高服务质量，规范服务行为，改善服务态度。

(1)医院应设立投诉接待处，负责接待处理病人的投诉，有效解决患者投诉的问题，会对患者满意度、忠诚度、信任感产生最大影响，从而将转变成医院的信誉度和盈利。

(2)提高差异化服务。为了吸引更多的顾客，应为其提供一些区别于其他医院的服务，使他们的不同需求都得到相应满足，并超越他们需求的期望值，达到高度满意，以差异取胜。如：保证医院的医疗服务方便快捷，努力消除“三长一短”（挂号收费时间长、候诊时间长、取药时间长、诊疗时间短）现象，方便广大患者就医。随着社会的发展，文明程度不断提高，人们对环境质量的要求越来越高，维护好医院医疗环境的卫生，为患者提供舒适、整洁、温馨、顺畅的就医空间，是医院生存发展的需要；推行面带微笑服务，注重病人的感受，以称呼全名或尊称，而不是床号。这些亲情化服务会让患者体会到医院的人文关怀，提高顾客满意度。

(3)建立“以病人为核心、以质量是关键、以服务为重点、以营销为目的”的满意度调查。定期对住院、门诊病人进行满意度调查，收集全院出院患者信息做客户电话回访。将满意度调查结果进行统计、分析、公布，并提出改进意见，不断地提高医疗质量和医疗服务水平，扩大医院病人收容量，实

现医院持续健康发展。

4、向亚健康市场进军。卫生部组织资料报告：只有5%是健康的人，20%是有疾病需要治疗的人，其中大部分75%的人都处于亚健康。随着人们健康意识越来越强，人们通过体检来了解自己身体状况，做到预防为主，治疗为辅。我院体检中心以优惠卡的形式从单一的针对单位职工体检向社区、农村发展，策划推出系列体检卡，卡上所有项目均按医院规定价格给予一定的折扣优惠。针对不同人群设置不同名称、体检内容和价格，比如针对普通人群的常规体检、针对老年人的保健体检、针对女性健康体检、针对工薪阶层的健康体检，体检结果由资深医生进行解读，并以书面形式写出保健建议。如果发现体检者有潜在病症，医院将指派专家或专科医生帮助其制定个性化的保健与治疗方案，来吸引庞大的社会群体，拓展医院业务，提高医院经济效益和品牌效益。

5、有针对性地做一些宣传。任何一个公司或者医院要长期稳定发展，宣传是不可缺少的。构建媒体宣传平台，与林西地区媒体建立好关系，采取媒体报道、宣传栏、宣传手册、宣传片等不同的宣传方式，面向社会大力宣传医院特色专科、品牌服务、新技术、新项目、医院名医等。利用大型活动及社会公益行为宣传医院，规范科室宣传栏制作，引导患者方便就医，达到不断塑造医院良好社会形象，提升医院核心竞争力。

医院策划方案指导思想篇六

作为医疗营销策划的组成部分，医院的开业庆典挂牌仪式已经引起医院管理高层愈来愈密切的重视，一个精彩的活动策划，是综合文化素质和管理者实力的全面展示，往往能收到事半功倍的效果。

1、以剪彩揭幕为主线，通过门诊部剪彩揭幕、馈赠礼品、发放免费体验卡、庆祝酒会来完成活动目的。

2、通过活动传播本门诊部开诊的信息，使患者或潜在的患者获得信息。

3、通过活动的间接影响，使更多的患者对本门诊部的专家、设备、疗法和就诊环境等综合实力有一个基本的了解，进而吸引更多的患者前不就诊。

4、通过活动的各种新闻传播，让更多的患者深刻了解本门诊部的各种信息，较其他方式更为客观。

整个会场将配合门诊部剪彩揭幕的主题，以剪彩揭幕的热烈喜庆和庄重气氛为基调，门诊气体拱形门悬立大门作呼应，并输出博爱综合门诊开诊的信息。从门诊部门口及大门前两侧布置有协和门诊部标志的彩旗，保证做到气氛庄重热烈。

1、门诊部布置

(1) 在本门诊部两侧插上路旗及指示牌。

(2) 悬挂藤县博爱综合门诊部开诊庆典横幅。

内容：文字“藤县博爱综合门诊部开诊庆典”

颜色：字(中黄色)底色(红色)

字体：粗黑体

(3) 充气拱形门一个(内容、颜色、字体同(2))

(4) 门口铺红色地毯，摆花蓝和鲜花盆景。

(5) 门诊部门内四壁挂满红、黄、蓝相间的气球。

(6) 门诊部门匾罩红绸布。

2、门诊部外墙布置

现场八条悬挂外墙，文字“ ”。(详见设计稿)

3、主会场区——门诊大厅口

(1) 在门诊部大厅的入口处设置一签到处，摆放一铺红布的长木桌，引导佳宾签到和控制入场秩序。

(2) 会场周围设置两只大音箱和有架话筒，便于主持和有关人员发言讲话。

(3) 乐队位于大门的另一侧。

作为一个庆典活动，欢庆的气氛应浓烈，我们计划用一部分欢庆活动来起到调动会场情绪的作用。由乐队来制造喜庆气氛，也是为以后的项目打气助兴作准备。由于它费用低、收益大、最容易制造气氛和场面。故而，以乐队演奏活动作为开业仪式上的一个组成部分最为合理。另外，应当由司仪主持庆典活动全过程，由司仪来穿针引线，才能使会场井然有序。

具体活动程序设置：

09:00 门诊部护士迎宾(护士礼仪小姐引导嘉宾签名和派发资料)。

09:20 礼仪小姐请嘉宾、记者到主会场。

09:30 乐队奏曲和司仪亮相，宣布藤县博爱综合门诊部开诊庆典开始并向嘉宾介绍庆典活动简况，逐一介绍到场领导及嘉宾。

09:50门诊主任致词(致词内容主要是感谢各级领导在百忙之中抽空前来参加藤县博爱综合门诊部的开诊仪式。并对本门诊部进行简短介绍。

10:00领导讲话(内容主要为祝贺词及本门诊部在藤县设立的意义)。

10:20剪彩仪式。

10:30揭幕仪式。

10:40燃放鞭炮，乐队乐曲再次响起。

10:50邀请嘉宾前往门诊部参观和稍作休息(这时本门诊部应有护士发门诊的宣传单页并为市民派发礼品和门诊的免费体检卡)。

12:00××酒店，庆祝酒会开始(酒会可以以西式自助餐形式，气氛融洽又高雅)。

1、活动总负责——总务组：负责活动总体进展，确定嘉宾名单

人员配置：暂定1人。

2、现场总协调——会场组：协调现场各工序间工作。

人员配置：暂定1人。

3、道具准备——后勤组：负责购买活动所需材料及用品，活动结束的清理会场。

人员配置：暂定1人。

4、对外联络——公关组：负责派送请柬，联系乐队、司仪、

新闻媒体、酒店等。

人员配置：暂定1人。

5、宾客接待——接待组：负责嘉宾签到处，发放资料，为嘉宾佩戴贵宾花，引导车辆停放，活动结束后，负责送客。

人员配置：暂定4人。

藤县博爱综合门诊部3月16日的开业仪式是门诊整体实力的首次亮相。这次关键性的亮相将影响到今后整个门诊的业绩。所以本阶段广告宣传以塑造企业形象和建立品牌知名度为目标，从而尽快奠定桂平协和综合门诊部在人们心目中的档次和形象。本阶段我们将主要采用报纸、电视、宣传单页和条幅等传播媒体和传播方式，以大量的硬性广告来宣传项目。

1、在《dm速递》上刊登_____是否有

时间：3月15日、18日的1/2版。

文案：横排“三月一十六日”

横排黑体小字：值藤县博爱综合门诊部3月19日开诊之际，凡持本报莅临者均有精美礼品赠送。

另：在版面上还应把藤县博爱门诊部标志和广告语“关注健康，博爱人生”都标注上，标志图案要显眼，广告语字体要有别于文案字体。

地址：藤县河东大转盘 电话：

2、在藤县电视台八点黄金段广告中播放文字广告也可选择多台播放的游字广告。时间：3月14日-3月18日五天。

3、 市各主要街道悬挂条幅(3月14日-3月18日七天)

(1)3月19日 藤县博爱综合门诊部开诊庆典隆重举行。

(2))3月19日 藤县博爱综合门诊今日开始免费体检。

4、制作宣传单页和免费体检卡，派业务员到各繁华地段及乡镇居民区散发(以赶墟时间为准,各地分发的时间另行安排)。

时间：3月14日-3月21日七天

文案□a页：(参照报纸广告)

b页：(门诊概况)

1、 报纸广告刊登费用□x元*2次=x元

2、 电视广告费用□x元

3、 条幅10条□xx元/条*8条=x元

4、 请柬：张 1.00元/张(参考价)=38元

5、 司仪□x元

6、 礼仪小姐：10人(内部护士) x元/半天/人

7、 乐队：参考价：500元

8、 充气拱形门：一座×x元/天(参考价)

9、 路旗：6.5元/米×50米=325元

11、 花蓝：60元/个×10个=600元

- 12、佳宾胸花：4.00元/束*20束=80元
- 13、鞭炮：200元
- 14、会餐费：80元/人*70人=4000元
- 15、装饰品购买费(如气球等)：100元
- 17、宣传单页制作费：2万份*9.5=1900元
- 18、音响、话筒租用费：参考价650元(可以不租那么好的设备)
- 20、签名用文具购买费：10元
- 21、剪彩、揭幕用红绸购买费：100元
- 22、礼品：待定
- 23、其它费用：

总计□x元

- 附：1、开诊程序
- 2、卫生局长讲话稿
 - 3、招商局长讲话稿
 - 4、博爱院长讲话