

2015-2022年中国健康体检 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国健康体检市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1507/K24775Z7PQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】 2015-07-22

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国健康体检市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了健康体检行业相关概述、中国健康体检产业运行环境、分析了中国健康体检行业的现状、中国健康体检行业竞争格局、对中国健康体检行业做了重点企业经营状况分析及中国健康体检产业发展前景与投资预测。您若想对健康体检产业有个系统的了解或者想投资健康体检行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着食品安全问题的日益突显，人们越来越多的把注意力放在了自身健康情况的提前判断上，“有病早治、无病预防”的健康理念逐渐深入人心，从“患病求医”向“健康管理”的转变也已经成为21世纪世界医疗卫生体系的重要思想。因此，我国各地医疗卫生机构相继推出以“健康为中心”的体检服务以满足人们的需求。这些健康体检机构主要为健康人群提供体检服务，并且发展迅速，成为全国健康管理的重要组成部分，对我国医疗卫生事业的发展做出了重要贡献。

目前国内的体检市场主要四分天下，为医院、疗养院、门诊部和健康体检中心所占领。很多医院认识到，健康体检中心是医院创收和新的经济增长点。甚至已经有人提出在不久的将来，医疗、器械和健康体检将成为医院三足鼎立的收入来源。

报告目录：

第一章 健康体检行业相关概述12

第一节 健康体检定义及分类12

一、健康体检的相关定义12

二、健康体检方式基本分类12

三、健康体检项目及业务流程12

四、健康体检和医疗体检的区别13

第二节 健康体检行业分析14

一、体检行业发展的必要性14

二、体检行业发展模式分析15

三、健康体检行业产生历史16

四、健康体检行业的生命周期16

第三节 健康体检机构相关分析16

- 一、健康体检机构分类情况16
- 二、健康体检机构的运营模式18
- 三、健康体检机构的监管模式18

第二章 中国健康体检行业发展环境分析20

第一节 中国宏观经济发展环境分析20

- 一、中国GDP增长情况分析20
- 二、工业经济发展形势分析21
- 三、社会固定资产投资分析22
- 四、全社会消费品零售总额23
- 五、城乡居民收入增长分析24
- 六、居民消费价格变化分析25

第二节 中国健康体检行业发展社会环境分析26

- 一、中国人口规模及结构分析26
- 二、中国城镇化进程发展分析28
- 三、近年医疗保健支出情况分析28
- 四、健康体检消费需求逐渐增加29
- 五、企业为职工实施体检以表关怀29

第三节 中国健康体检行业发展政策环境分析29

- 一、健康体检行业管理体制分析29
- 二、医疗服务市场政策及法律法规30
- 三、医疗服务价格政策及法律法规32
- 四、医疗服务质量的政策及法规法规32
- 五、医疗服务人员管理政策及法律法规33
- 六、医疗服务技术法律法规及相关规范34
- 七、关于促进健康服务业发展的若干意见34

第四节 亚健康状态人群现状分析35

- 一、亚健康定义及形成因素分析35
- 二、亚健康状态的主要人群分布35
- 三、亚健康按不同方式分类情况35
- 四、亚健康状态人群规模统计分析36
- 五、亚健康与健康体检行业的关系36

第三章 中国健康体检行业发展情况分析38

第一节 中国健康产业发展概述分析38

- 一、健康产业的相关概述分析38
- 二、健康体检产业发展必要性38
- 三、健康产业面临的障碍和矛盾39

第二节 中国健康体检行业运行情况41

- 一、健康体检人群分布情况分析41
- 二、体检机构特点及优劣势分析42
- 三、健康体检行业市场发展现状42

第三节 健康体检行业发展优劣势43

- 一、有利因素43
- 二、不利因素44

第四节 健康体检行业存在的问题及对策分析45

- 一、健康体检行业存在的问题45
- 二、健康体检行业的解决对策45

第四章 中国健康体检市场现状分析47

第一节 健康体检市场特征分析47

- 一、区域性特征47
- 二、客户群体特征48
- 三、季节性特征48
- 四、抗周期性特征49

第二节 中国健康体检市场供给情况49

第三节 中国健康体检市场需求分析49

- 一、健康体检市场需求影响因素49
- 二、中国健康体检市场容量分析50
- 三、中国健康体检市场容量结构51
- 四、中国健康体检区域分布分析52

第四节 中国健康体检市场规模分析53

- 一、总体健康体检市场规模53
- 二、专业健康体检市场规模54

第五章 健康体检市场竞争及主要细分市场分析55

第一节 中国健康体检行业竞争分析55

- 一、健康体检市场竞争模式分析55
- 二、健康体检市场的竞争现状分析55
- 三、健康体检市场关键竞争要素分析56
- 四、体检与健康管理结合的竞争优势57

第二节 医院体检中心体检服务市场分析57

- 一、标准体检中心须具备的条件57
- 二、医院体检中心发展现状分析61
- 三、医院体检中心体检总量分析61
- 四、医院体检中心市场竞争分析62
- 五、公立医院体检中心经营优势62
- 六、医院体检中心发展存在的问题63

第三节 其他健康体检细分市场分析63

- 一、卫生院63
- 二、社区卫生服务中心（站）63
- 三、妇幼保健院（所、站）64

第六章 健康体检产业投资策略分析65

第一节 营销渠道策略类型分析65

- 一、松散型渠道策略65
- 二、管理型渠道策略65
- 三、产权型渠道策略65
- 四、契约型渠道策略65
- 五、混合型渠道策略65

第二节 品牌经营策略66

- 一、品牌营销战略的分类66
 - （一）单一品牌战略66
 - （二）副品牌战略66
 - （三）多品牌策略67
 - （四）新品牌策略68

- (五) 合作品牌策略68
- 二、品牌宣传推广策略69
 - (一) 消费者互动的推广69
 - (二) 新闻广告品牌推广69
 - (三) 事件营销品牌推广69
 - (四) 网络营销品牌推广69
 - (五) 活动赞助品牌推广70
 - (六) 口碑传播品牌推广70

第三节 服务策略71

第四节 未来企业营销发展趋势74

- 一、战略营销74
- 二、精确营销75
- 三、体验营销75
- 四、服务营销75
- 五、网络营销78
- 六、和谐营销78

第七章 中国健康管理服务行业发展分析79

第一节 健康管理服务行业相关概述79

- 一、健康管理服务的相关定义79
- 二、健康管理服务产业链构成79
- 三、健康管理产业链的主要环节79
- 四、健康管理产业发展外部环境81
- 五、中国健康管理企业类型分析81
- 六、健康体检与健康管理的关系84
- 七、健康管理服务盈利模式分析84

第二节 中国健康管理服务行业运行分析89

- 一、中国健康管理产业发展历程89
- 二、健康管理服务产业特点分析90
- 三、健康管理市场尚处初期阶段90
- 四、健康管理服务的基本模型分析91
- 五、中国健康管理服务的发展现状92

六、健康管理带动健康险市场发展93

第三节 健康管理服务行业存在问题分析94

一、健康管理存在的认识误区分析94

二、健康管理行业的发展瓶颈问题96

三、健康管理行业存在的主要问题96

第四节 健康管理服务产业发展趋势分析97

一、健康管理服务将与国际标准接轨97

二、健康管理将与信息通讯技术结合97

三、健康管理服务将与保险业相结合97

四、健康管理将为中医学开拓新领域98

五、健康管理将带动会员制服务市场98

第五节 健康管理服务产业投资分析98

一、健康管理服务业投资潜力分析98

二、健康管理服务产业的投资特点100

三、健康管理服务中心投资建议分析101

第八章 中国健康体检行业消费群体分析103

第一节 健康体检消费及购买决策分析103

一、健康体检消费者分类103

（一）消费群体分类标准103

（二）高端团体客户分析104

（三）普通团体客户分析104

（四）高端个人客户分析104

（五）普通个人客户分析104

（六）专项体检客户分析104

二、健康体检消费者价值分析105

三、体检消费者购买决策分析105

第二节 健康体检群体心理需求分析106

一、健康体检群体平等心理106

二、健康体检群体消费心理106

三、健康体检群体便捷心理106

四、健康体检群体疑病心理106

五、健康体检群体恐惧心理107

第九章 健康体检行业营销策略分析108

第一节 健康体检行业的营销模式分析108

一、顾问式销售108

二、销售理念108

三、销售顾问的基本要求109

第二节 健康体检市场的营销策略分析110

一、强化内部管理，完善体检质量110

二、加强体检市场的品牌建设111

三、完善营销策略，加强市场开拓112

第三节 品牌营销策略113

一、品牌营销概述113

二、健康体检中心品牌114

三、品牌营销应用过程114

第四节 健康体检的成功营销案例分析117

一、专业体检机构117

二、医疗体检机构117

三、依附于其他产业的体检机构117

第十章 健康体检行业国内重点体检机构分析119

第一节 国内主要医院体检中心发展分析119

一、北京协和医院体检中心119

（一）体检中心基本情况119

（二）体检中心人员规模及设备119

（三）体检中心的体检套餐情况119

（四）体检中心的提供服务介绍120

二、瑞金医院体检中心120

（一）体检中心基本情况120

（二）体检中心人员规模及设备121

（三）体检中心的体检服务情况121

（四）体检中心的经营优势分析121

三、上海仁济医院体检中心122

- (一) 体检中心基本情况122
- (二) 体检中心人员规模及设备122
- (三) 体检中心的体检服务情况122

四、上海市第一人民医院体检中心123

- (一) 体检中心基本情况123
- (二) 体检中心人员规模及设备124
- (三) 体检中心的经营服务情况124
- (四) 体检中心的体检套餐情况125

五、北京医院体检中心126

- (一) 体检中心基本情况126
- (二) 体检中心人员规模及设备126
- (三) 体检中心的体检服务情况126
- (四) 体检中心的经营优势分析126

六、空军总医院健康体检中心127

- (一) 体检中心基本情况127
- (二) 体检中心人员规模及设备127
- (三) 体检中心的体检服务情况128

七、广州华侨医院体检中心128

- (一) 体检中心基本情况128
- (二) 体检中心经营情况分析129
- (三) 体检中心服务项目情况129

八、深圳市人民医院保健体检中心130

- (一) 体检中心基本情况130
- (二) 体检中心经营情况分析131
- (三) 体检中心服务项目情况131

第二节 国内主要专业体检机构发展分析132

一、北京市体检中心132

- (一) 体检中心基本情况132
- (二) 体检中心人员规模及设备133
- (三) 体检中心的经营服务情况133
- (四) 体检中心的经营优势分析136

二、民众体检中心136

- (一) 体检中心基本情况136
- (二) 体检中心人员规模及设备137
- (三) 体检中心的经营服务情况137
- (四) 体检中心的经营优势分析138

三、佰众健康体检中心138

- (一) 企业基本情况介绍138
- (二) 企业人员设备规模138
- (三) 企业经营服务分析139
- (四) 企业经营优势分析139

四、济南大健康体检中心139

- (一) 企业基本情况介绍139
- (二) 企业人员设备规模140
- (三) 企业经营服务分析140
- (四) 企业经营优势分析140

五、上海华检体检中心140

- (一) 企业基本情况介绍140
- (二) 企业人员设备规模141
- (三) 企业经营服务分析141
- (四) 企业经营优势分析141

六、慈铭健康体检管理集团股份有限公司142

- (一) 企业基本情况介绍142
- (二) 体检业务分布情况142
- (三) 企业经营情况分析144
- (四) 企业市场扩张策略145
- (五) 企业营销模式分析145
- (六) 企业竞争优势分析146
- (七) 企业发展动态分析147

七、美年大健康产业（集团）有限公司148

- (一) 企业基本情况介绍148
- (二) 企业服务网络分析148
- (三) 体检业务情况分析149

(四) 企业经营情况分析	150
(五) 企业经营优势分析	151
(六) 企业发展机遇分析	151
八、爱康国宾健康管理(集团)有限公司	152
(一) 企业基本情况介绍	152
(二) 企业服务网络情况	153
(三) 体检业务情况分析	153
(四) 企业经营情况分析	153
(五) 企业经营优势分析	154
(六) 企业发展战略分析	154
九、红鬃马医院投资管理(集团)股份有限公司	154
(一) 企业基本情况介绍	154
(二) 体检业务分布情况	155
(三) 企业经营品牌介绍	155
(四) 企业经营服务分析	155
(五) 企业经营优势分析	156
十、上海瑞慈健康体检管理股份有限公司	156
(一) 企业基本情况介绍	156
(二) 企业人员设备规模	157
(三) 企业经营服务分析	157
(四) 企业经营优势分析	157

第十一章 健康体检行业风险趋势分析158

第一节 宏观经济风险158

第二节 产业政策风险158

第三节 市场竞争风险158

第四节 漏检误检风险159

第五节 企业管理风险159

第六节 其他风险分析159

第十二章 2015-2022年健康体检行业投资机会与风险分析161

第一节 2015-2022年中国健康体检行业投资机会分析161

- 一、中国健康产业未来投资新方向161
- 二、健康体检产业链投资机会分析161
- 三、健康体检产业的投资潜力分析162
- 第二节 2015-2022年健康体检行业环境风险162
- 一、健康体检投资宏观经济环境分析162
- 二、中国健康产业未来发展相关规划164
- 三、健康体检产业投资进入壁垒分析165

第十三章 博思数据关于中国健康体检行业发展前景及趋势分析167

第一节 2015-2022年中国健康体检行业发展趋势分析167

- 一、健康体检市场发展趋势分析167
- 二、未来健康体检消费趋势分析168
- 三、体检中心的发展趋势及展望169

第二节 2015-2022年中国健康体检行业发展前景分析172

- 一、健康产业未来发展潜力巨大172
- 二、健康体检市场发展机遇分析172
- 三、休闲体检市场未来前景分析173

第三节 2015-2022年中国健康体检行业前景及规模预测174

- 一、健康体检市场体检总量预测分析174
- 二、健康体检行业市场规模预测分析175
 - (一) 总体体检行业市场规模175
 - (二) 专业体检行业市场规模175
- 三、医院体检中心体检总量预测分析176
- 四、卫生院体检市场规模的预测分析176

第十四章 健康体检企业制定“十三五”发展战略研究分析177

第一节 健康体检企业发展战略规划的背景意义177

- 一、企业转型升级的需要177
- 二、企业做强做大的需要177
- 三、企业可持续发展需要177

第二节 健康体检企业发展战略规划的制定原则177

- 一、科学性178

二、实践性178

三、前瞻性178

四、创新性178

五、全面性179

六、动态性179

第三节 健康体检企业发展战略规划的制定依据179

一、国家产业政策179

二、行业发展规律179

三、企业资源与能力179

四、可预期的战略定位180

图表目录：

图表 1健康体检项目及业务流程图13

图表 2健康体检行业生命周期图16

图表 32010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图20

图表 42013-2014年国内生产总值构成及增长速度统计21

图表 52013-2014年中国规模以上工业增加值月度增长速度22

图表 62010-2015年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图23

图表 72010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图24

图表 82010-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图25

图表 92013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图26

图表 102010-2014年中国人口总量增长趋势图27

图表 112014年全国人口数及其构成27

图表 122013-2014年中国城镇化率变化趋势图28

图表 132010-2014年城镇和农村居民医疗保健支出占消费性支出比重29

图表 142010-2014年中国医疗卫生机构数量变化趋势图49

图表 152010-2014年中国医疗卫生机构健康体检数量变化趋势图51

图表 162012-2014年中国各类医疗卫生机构体检量统计51

图表 17中国医疗卫生机构体检市场结构图52

图表 18中国健康体检区域分布情况52

图表 192010-2014年中国健康体检市场规模变化趋势图54

图表 202010-2014年中国专业健康体检机构市场规模变化趋势图54

图表 21	2010-2014年中国医院体检中心体检量变化趋势图	62
图表 22	2010-2014年医院体检中心在全国体检总量中的比重趋势图	62
图表 23	2010-2014年卫生院体检总量变化趋势图	63
图表 24	2010-2014年社区卫生服务中心（站）体检总量变化趋势图	64
图表 25	2010-2014年妇幼保健院（所、站）体检总量变化趋势图	64
图表 26	中国体检机构套餐价格情况	103
图表 27	中国各类型体检消费者价值估算情况	105
图表 28	不同类型体检消费者对各因素的关注程度	105
图表 29	北京协和医院健康医学中心体检套餐情况	119
图表 30	北京协和医院健康医学中心体检套餐情况	121
图表 31	上海仁济医院体检中心体检套餐情况	123
图表 32	上海市第一人民医院体检中心体检套餐情况	125
图表 33	北京医院体检中心体检套餐情况	126
图表 34	空军总医院健康体检中心体检套餐情况	128
图表 35	广州华侨医院体检中心体检套餐情况	129
图表 36	深圳市人民医院保健体检中心体检套餐情况	132
图表 37	2010-2014年慈铭健康体检管理集团股份有限公司体检中心数量统计	143
图表 38	慈铭健康体检管理集团股份有限公司服务网络示意图	144
图表 39	慈铭健康体检管理集团股份有限公司经营情况	144
图表 41	美年大健康产业（集团）有限公司服务网络示意图	149
图表 42	2010-2014年美年大健康产业（集团）有限公司体检中心数量统计	150
图表 43	2012-2014年美年大健康产业（集团）有限公司经营情况	151
图表 44	2012-2014财年爱康国宾健康管理（集团）有限公司体检中心数量统计	153
图表 45	2014财年爱康国宾健康管理（集团）有限公司分行业经营情况	154
图表 46	2015-2022年中国医疗卫生机构健康体检总量预测	174
图表 47	2015-2022年中国健康体检市场规模预测	175
图表 48	2015-2022年中国专业健康体检机构市场规模预测	175
图表 49	2015-2022年医院体检中心体检总量预测	176
图表 50	2015-2022年卫生院体检总量预测	176

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1507/K24775Z7PQ.html>