2016-2022年中国体检行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国体检行业市场运营态势及发展前景预测报告》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：https://www.chyxx.com/research/201610/453851.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

随着社会的不断进步，不断发展，人们对身体健康的要求越来越高，体检发展至今，已成大众生活中的一部分，也是社会不可忽视的一个行业。 我国公立医院在体检业务上已经觉醒，并不断投入资源扶持院内体检业务的发展，各项法律法规业逐渐完善，医院的体检业务也渐渐成熟。除了去挖掘尚未体检的客户，或者去提升现有客户的消费潜力外，民营体检与公立医院对现有优质企业客户的竞争会日趋激烈。

医院的体检方面还不是很完善，医院有一个难点是不能形成全国性的统一网络，还很大的一部分需要借助私营结构的协助。现在很容易看到企业客户体检业务主管在选择体检中心时的困惑，各家体检中心表面看上去差不多，没有明显差异性特色，深入去看都有很多问题，无从选择。客户希望能够看到有市场品牌和客户口碑的体检中心，常年合作，一劳永逸，实现双赢。经济水平和健康意识的提高，都会提高体检覆盖率和体检人群深度。设想其中一点，最近几年退休的人，已经养成体检习惯，退休后不能享受公费体检，却又处于各种疾病的高发时期，一定会自费或儿女承担体检费用。估计仅北京每年会有10万人退休。

体检行业具有容量大、增速快、类高频、高单价特点。2015 年规模达到 950亿,市场同比增长 25%。体检是大健康产业中唯一 箭频”、“高单价”的细分方向,是医疗健康的重要入口。

2009-2014 年中国体检行业市场规模

2009-2014 年中国健康体检人次

智研咨询发布的《2016-2022年中国体检行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了体检相关概念及发展环境，接着分析了中国体检规模及消费需求，然后对中国体检市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体检面临的机遇及发展前景。您若想对中国体检有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 体检行业相关概述 1
第一节 体检简述 1
一、健康体检概念 1
二、体检机构的分类 1
三、各类体检机构的特点及优势 2
第二节 体检行业发展模式 2
一、体检行业转变服务理念分析 2

二、民营体检商业模式分析 4
三、管理式健康体检模式 7
第三节 体检市场特征分析 8
一、国内体检市场发展特征 8
二、专业体检发展优势 9
三、健康体检发展的机遇 10
四、促进健康体检的健康发展 12

第二章 2014-2016年中国医疗事业运行形势分析 13
第一节 2014-2016年中国医疗市场概况 13
一、医疗服务市场的基本特征 13
二、医疗机构设置规划指导原则 21
三、2020年中国医疗市场预测 34
第二节 2014-2016年中国卫生事业发展情况分析 36
一、卫生资源 37
二、医疗服务 40
三、农村卫生 44
四、社区卫生 47
五、病人医药费用 48
六、疾病控制与公共卫生 50
七、妇幼卫生 51
八、卫生监督 53

第三章 2014-2016年国际体检市场运行状况分析 56
第一节 2014-2016年国际化体检模式分析 56
第二节 2014-2016年国外企业健康管理分析 59
一、国外健康管理发展状况 59
二、国外健康管理干预效果 60
第三节 2014-2016年国际篇地区体检行业发展分析 61
一、美国健康管理市场分析 61
二、芬兰健康管理模式分析 62
三、日本健康管理规划分析 66
第四节 2016-2022年国际体检市场趋势探析 67
一、专业化体检是国际化新趋势 67
二、国外体检业的启示 68

第四章 2014-2016年中国体检行业运行新形势透析 71
第一节 2014-2016年中国体检行业现状分析 71
一、“政府购买服务”促进健康体检发展 71
二、健康体检发展的现状 73

我国健康体检行业诞生的标志即是2002年慈铭的创立，其后，健康体检行业在国内迅速兴起，除众多传统医疗机构以及慈铭、爱康国宾、美年大健康等民营企业在业内始终保持活跃外，近年来，高盛、凯雷和平安等国内外风投机构也纷纷掘金体检行业。随着竞争者的持续加入，传统健康体检行业的红海危机已逐步显现，以数量增长、规模扩大、空间拓展为特征的外延式发展模式已不能满足企业保有持续竞争优势的内在要求。

2013年9月，国务院发布了《关于促进健康服务业发展的若干意见》，提出到2020年，基本建立覆盖全生命周期的健康服务业体系，健康服务业总规模达到8万亿元以上。而这一数据距离中国健康体检市场的真正潜力仍然遥远——2013年健康体检市场总量已经到达4亿人次，2014年近4.2亿人次，保守估计整体市场规模在850亿上下，但由于中国医疗体制等历史原因，大部分市场份额仍集中于公立医院，未来健康体检连锁机构的市场想象空间还很大。

2011-2014年我国健康体检市场容量统计
三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势 75
四、中国健康管理的实践现状 76
五、体检产业链现状 81
六、体检行业存在的问题 84
第二节 2014-2016年中国体检市场格局分析 97
一、我国体检市场规模分析 97
二、我国健康体检市场格局 97
三、健康体检与健康管理市场分析 98
四、体检行业发展解决方案 99
五、未来我国体检模式探讨 101

第五章 2014-2016年中国体检行业市场运行形势分析 104
第一节 2014-2016年中国体检行业市场供给分析 104
一、健康消费产业及其特点 104
二、我国健康体检市场消费需求潜力 104
三、健康体检的消费形式 105
四、我国人口学特征与健康体检消费需求 105
五、我国体检行业标准缺失 105

第二节 2014-2016年中国体检市场深度剖析 108
一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析 108
二、健康体检的经济效益与社会效益 109
三、健康体检行业政策法规及新技术应用 110
第三节 2014-2016年中国休闲体检行业市场分析 111
一、休闲体检的概念 111
二、休闲体检的健康理念 112
三、休闲体检的全新模式 113
四、休闲体检的基本特色 114
五、休闲体检的主要功能 114
六、休闲体检的健康意义 114
七、休闲体检市场需求的分析 115
八、休闲体检前景分析 115

第六章 2014-2016年中国体检行业营销模式及客户策略分析 117
第一节 中国体检行业顾问式营销模式分析 117
一、顾问式销售 117
二、销售理念 117
三、销售顾问的基本要求 118
四、体检在民营医疗生存发展中作用 119
第二节 健康体检学科客户关系管理（CRM）分析 122
一、客户关系管理（CRM）产生的背景 122
二、CRM的含义 123
三、CRM的内容 123
第三节 健康体检客户管理规范 127
一、正确建立客户档案资料数据库 127
二、规范化管理体检客户档案 128
三、完善体检后续服务流程 130

第七章 2014-2016年中国体检行业消费市场分析 132
第一节 2014-2016年中国体检消费者分析 132
一、团体性客户 132
二、第三方客户 133
三、VIP个人客户 133
第二节 2014-2016年中国及各地区体检消费市场分析 134

一、中国城市体检消费市场分析 134
二、华南体检市场分析 135
三、西安体检成为健康消费主流 136
四、无锡健康消费前景分析 137
五、深圳体检市场情况分析 138
六、天津体检市场分析 140
第三节 2014-2016年体检客户异常结果统计分析 141
一、体检客户的性别统计 141
二、体检客户的年龄分布情况 141
三、乙型肝炎病毒检测情况 142
四、2014-2016年客户体检查出的主要疾病及人数 143
五、2014-2016年男性客户体检出的主要疾病及人数 143
六、2014-2016年女性客户体检出的主要疾病及人数 143

第八章 2014-2016年中国体检行业竞争格局分析 145
第一节 2014-2016年中国体检行业市场竞争分析 145
一、保险公司进军健康体检行业 145
二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌 146
三、公立医院体检中心与民营体检机构SWOT分析 147
第二节 2014-2016年政策对地方体检行业竞争影响 151
一、杭州体检市场利益争夺分析 151
二、武汉体检机构或将洗牌 156
三、石家庄体检产业竞争分析 158
四、北京体检市场将重新洗牌 158
第三节 2016-2022年中国体检行业竞争趋势分析 163

第九章 2014-2016年中国体检企业竞争策略分析 165
第一节 2014-2016年中国体检企业竞争策略分析 165
一、产品竞争策略 165
二、价格竞争策略 166
三、渠道竞争策略 166
四、销售竞争策略 167
五、服务竞争策略 167
六、品牌竞争策略 168
第二节 2014-2016年中国团体性体检客户市场开发策略 169

一、团体性客户分析 169
二、团体性客户开发流程 170
第三节 2014-2016年中国体检市场竞争策略分析 171
一、医检分离完善服务 171
二、医疗保险费用分担 172

第十章 2014-2016年中国主要体检重点机构竞争力分析 175
第一节 慈铭健康体检机构 175
一、企业概况 175
二、经营模式分析 176
三、慈铭健康体检对外合作战略 182
四、公司动向 185
第二节 爱康国宾医疗 186
一、企业概况 186
二、经营模式分析 187
三、市场拓展战略 192
四、公司发展动态 192
第三节 瑞新医疗中心 194
一、企业概况 194
二、公司经营战略分析 195
第四节 德立普体检机构 198
一、企业概况 199
二、企业服务特色 199
三、企业竞争优势 200
第五节 和睦家医院 200
一、企业概况 200
二、公司定位高端医疗市场 201
三、公司发展动向 205

第十一章 2014-2016年中国体检行业投资环境分析 207
第一节 2014-2016年中国经济发展环境分析 207
一、国民经济运行情况分析 207
二、消费价格指数CPI、PPI分析 212
三、全国居民收入情况解读 214
四、2014-2016年恩格尔系数分析 215

五、2014-2016年工业发展形势走势 216
六、固定资产投资情况 217
七、2014-2016年对外贸易进出口分析 219
第二节 经济环境对体检行业的影响 223
一、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长 223
二、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升 223
三、医药产业环境分析 223
第三节 政策法规环境分析 238
一、2016年地方体检市场规范法规 238
二、2016年健康体检管理暂行规定 240
三、医疗医学向预防医学转变 245
四、健康体检监管存在漏洞 246
第四节 2014-2016年中国体检业社会发展环境分析 246
一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈 246
二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受 247
三、政府、企业将体检作为对职工实施"人文关怀"的新着力点 247
第五节 2014-2016年中国体检行业发展技术环境分析 248
一、共性体检与个体化体检 248
二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理 249
三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长 250

第十二章 2014-2016年中国体检行业投资现状分析 251
第一节 健康管理的盈利模式分析 251
一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式 251
二、健康管理以网络服务为主的赢利模式 252
三、健康管理以健康评估为主的赢利模式 253
四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式 254
五、健康管理以康复管理为主的赢利模式 255
六、健康管理以社区卫生中心常见病慢性病管理为主的赢利模式 255
七、健康管理以养老院为主的赢利模式 256
八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式 256
九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式 256
第二节 2014-2016年中国体检投资项目分析 257
一、项目前景 257
二、项目优势 258

三、项目投资 259
四、项目回报 259

第十三章 2016-2022年中国体检行业发展趋势分析 260
第一节 2016-2022年体检行业发展趋势分析 260
一、健康体检机构的连锁化及规模化经营 260
二、健康体检与健康管理结合 260
三、健康体检服务与医疗服务结合 261
四、健康体检与健康保险结合 261
五、健康体检与健康管理产业前景 262
六、2016-2022年国内健康体检产业规模预测 268
第二节 2016-2022年中国体检市场趋势分析 269
一、健康体检发展的趋势 269
二、心理体检成为趋势 271
三、国家为1.1亿老人体检计划 272
四、中国健康体检产业网络营销新趋势 273
五、自费体检的流行化趋势 274
六、体检行业的前景分析 274

第十四章 2016-2022年中国体检行业投资机会与风险预警 279
第一节 体检业投资特性 279
一、行业的周期性 279
二、行业的区域性 280
三、行业的上下游 280
四、行业准入门槛 281
第二节 2016-2022年中国体检业投资机会分析 281
一、中国体检业投资机会 281
二、健康体检产业市场容量巨大 283
三、体检业的投资方向 285
第三节 2014-2016年中国健康产业投资风险分析 286
一、朝阳产业需借力资本 287
二、风险投资瞄准“创业”与“创新”型项目 287
三、健康产业投资前景 288
第四节 影响体检行业发展的主要因素 289
一、中国健康管理的市场分析 289

二、健康体检机构的地位和作用 289
三、保健品服务营销中的健康管理 290
四、我国健康管理的发展方向 291
五、健康管理发展中的阻力 295

第十五章 2016-2022年中国体检行业企业发展建议 299（ZY ZM）
第一节 2016-2022年中国体检行业市场定位 299
一、市场定位概念 299
二、健康服务发展监管分析 299
三、存在的问题 300
四、推动健康体检发展的对策 302
第二节 第三方健康服务分析 304
第三节 客户关系管理与信息支撑体系建设 305
一、客户关系管理系统定义 305
二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》 306
第四节 客群管理与健康检查服务 307
一、社会老龄化 307
二、顾客关系管理 307
三、医院客户关系管理系统的功能划分 308
四、健检部门执行顾客关系管理之架构 310
五、结论 311

图表目录：

图表：2016年我国医药制造业增长速度分析 8
图表：2016年我国东部城镇居民参保情况分析 15
图表：2016年我国中部城镇居民参保情况分析 15
图表：2016年我国西部城镇居民参保情况分析 15
图表：2016年我国北京城镇居民参保情况分析 15
图表：2016年我国天津城镇居民参保情况分析 15
图表：2016年我国河北城镇居民参保情况分析 16
图表：2016年我国山西城镇居民参保情况分析 16
图表：2016年我国内蒙古城镇居民参保情况分析 16
图表：2016年我国辽宁城镇居民参保情况分析 16
图表：2016年我国吉林城镇居民参保情况分析 16
图表：2016年我国黑龙江城镇居民参保情况分析 17

图表：2016年我国上海城镇居民参保情况分析 17
图表：2016年我国江苏城镇居民参保情况分析 17
图表：2016年我国浙江城镇居民参保情况分析 17
图表：2016年我国安徽城镇居民参保情况分析 17
图表：2016年我国福建城镇居民参保情况分析 18
图表：2016年我国江西城镇居民参保情况分析 18
图表：2016年我国山东城镇居民参保情况分析 18
图表：2016年我国河南城镇居民参保情况分析 18
图表：2016年我国湖北城镇居民参保情况分析 18
图表：2016年我国湖南城镇居民参保情况分析 19
图表：2016年我国广东城镇居民参保情况分析 19
图表：2016年我国广西城镇居民参保情况分析 19
图表：2016年我国海南城镇居民参保情况分析 19
图表：2016年我国重庆城镇居民参保情况分析 19
图表：2016年我国四川城镇居民参保情况分析 20
图表：2016年我国贵州城镇居民参保情况分析 20
图表：2016年我国云南城镇居民参保情况分析 20
图表：2016年我国西藏城镇居民参保情况分析 20
图表：2016年我国陕西城镇居民参保情况分析 20
图表：2016年我国甘肃城镇居民参保情况分析 21
图表：2016年我国青海城镇居民参保情况分析 21
图表：2016年我国宁夏城镇居民参保情况分析 21
图表：2016年我国新疆城镇居民参保情况分析 21
图表：2016年我国医药卫生领域固定资产投资情况 36
图表：2016年我国专业卫生机构总数 38
图表：2016年我国东部专业公共卫生机构数 38
图表：2015年我国中部部专业公共卫生机构数 38
图表：2016年我国中部部专业公共卫生机构数 39
图表：2016年全国公共卫生人员数 40
图表：2011-2016年我国医院数量及增长分析 42
图表：2011-2016年我国医院数量分析（按经济类型分） 42
图表：2011-2016年我国医院数量分析（按主办单位分） 42
图表：2011-2016年我国医院数量分析（按管理类型分） 43
图表：2011-2016年我国医院数量分析（按医院等级分） 43
图表：2011-2016年我国医院数量分析（按机构类型分） 43

图表：2005-2016年我国县级医院床位数分析 45
图表：2005-2016年我国市级医院床位数分析 45
图表：2005-2016年我国县级医院人员数分析 46
图表：2005-2016年我国市级医院人员数分析 46
图表：2005-2016年我国县级医院治疗数分析 46
图表：2005-2016年我国市级医院治疗数分析 47
图表：2005-2016年我国县级医院住院数分析 47
图表：2005-2016年我国市级医院住院数分析 47
图表：2014-2016年基层医疗卫生机构门诊和住院病人人均医药费用 49
图表：2014-2016年医疗门诊和住院病人人均医药费用 49
图表：2014-2016年全国甲乙类传染病报告发病及死亡数 50
图表：2014-2016年全国丙类传染病报告发病及死亡数 51
图表：2014-2016年孕产妇及儿童保健情况 52
图表：2014-2016年监测地区孕产妇及儿童死亡率 52
图表：2016年我国健康教育服务形式的服务情况分析 53
图表：2016年我国公共场所违法案件分析 53
图表：传统体检与休闲体检的内容比较 112
图表：2016年体检客户的性别统计 141
图表：2016年体检客户的年龄分布情况 142
图表：2016年乙型肝炎病毒检测情况 142
图表：2015-2016我国医药制造业销售情况 147
图表：2016年我国居民消费价格指数 214
图表：2014-2016年全部工业增加值及其增长情况 216
图表：2014-2016年建筑业增加值及其增长速度 217
图表：2014-2016年全社会固定资产投资及增长速度 218
图表：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 218
图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力 219
图表：2016年货物进出口总额及其增长速度 219
图表：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度 220
图表：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度 221
图表：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 221
图表：2014-2016年货物进出口总额 222
图表：2016年非金融领域外商直接投资及其增长速度 222
图表：2016年北京医药产品产量分析 225
图表：2016年天津医药产品产量分析 225

图表：2016年河北医药产品产量分析 226
图表：2016年山西医药产品产量分析 226
图表：2016年内蒙古医药产品产量分析 227
图表：2016年辽宁医药产品产量分析 227
图表：2016年吉林医药产品产量分析 227
图表：2016年黑龙江医药产品产量分析 228
图表：2016年上海医药产品产量分析 228
图表：2016年江苏医药产品产量分析 228
图表：2016年浙江医药产品产量分析 229
图表：2016年安徽医药产品产量分析 229
图表：2016年福建医药产品产量分析 229
图表：2016年江西医药产品产量分析 230
图表：2016年河南医药产品产量分析 230
图表：2016年湖北医药产品产量分析 230
图表：2016年湖南医药产品产量分析 231
图表：2016年广东医药产品产量分析 231
图表：2016年广西医药产品产量分析 231
图表：2016年海南医药产品产量分析 232
图表：2016年重庆医药产品产量分析 232
图表：2016年重庆医药产品产量分析 232
图表：2016年贵州医药产品产量分析 233
图表：2016年云南医药产品产量分析 233
图表：2016年西藏医药产品产量分析 233
图表：2016年陕西医药产品产量分析 234
图表：2016年甘肃医药产品产量分析 234
图表：2016年甘肃医药产品产量分析 234
图表：2016年宁夏医药产品产量分析 235
图表：2016年新疆医药产品产量分析 235
图表：2014-2016年中国医疗器械市场规模 237
图表：2007-2016年我国前十大医疗器械所占市场份额变化情况 238
图表：专业性体检机构项目投资 259
图表：专业性体检项目投资回报 259
图表：我国人口健康程度分析 269

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201610/453851.html