

2017-2022年中国体检服务 市场监测及投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国体检服务市场监测及投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201611/138701.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章体检行业相关概述18

第一节体检简述18

一、健康体检概念18

二、体检机构的分类18

三、各类体检机构的特点及优势19

第二节体检行业发展模式20

一、体检行业转变服务理念分析20

二、民营体检商业模式分析21

三、管理式健康体检模式24

第三节体检市场特征分析25

一、国内体检市场发展特征25

二、专业体检发展优势26

三、健康体检发展的机遇27

四、促进健康体检的健康发展28

第二章2014-2016年中国医疗事业运行形势分析29

第一节2014-2016年中国医疗市场概况29

一、医疗服务市场的基本特征29

二、医疗机构设置规划指导原则29

三、2020年中国医疗市场预测41

第二节2014-2016年中国卫生事业发展情况分析43

一、卫生资源43

二、医疗服务48

三、农村卫生51

四、社区卫生54

五、病人医药费用56

六、疾病控制与公共卫57

七、妇幼卫生60

八、卫生监督61

第三章2014-2016年国际体检市场运行状况分析63

| | |
|------------------------------|----|
| 第一节2014-2016年国际化体检模式分析 | 63 |
| 第二节2014-2016年国外企业健康管理分析 | 64 |
| 一、国外企业健康管理发展状况 | 64 |
| 二、国外企业健康管理干预的效果 | 66 |
| 第三节2014-2016年国际篇地区体检行业发展分析 | 67 |
| 一、美国健康管理市场分析 | 67 |
| 二、芬兰健康管理模式分析 | 69 |
| 三、日本健康管理规划分析 | 72 |
| 第四节2017-2022年国际体检市场趋势探析 | 72 |
| 第四章2014-2016年中国体检行业运行新形势透析 | 74 |
| 第一节2014-2016年中国体检行业现状分析 | 74 |
| 一、“政府购买服务”促进健康体检发展 | 74 |
| 二、健康体检发展的现状 | 76 |
| 三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势 | 78 |
| 四、中国健康管理的实践现状 | 79 |
| 第二节2014-2016年中国体检市场格局分析 | 84 |
| 一、我国体检市场规模分析 | 84 |
| 二、我国健康体检市场格局 | 88 |
| 三、健康体检与健康管理服务市场分析 | 89 |
| 第三节2014-2016年中国体检行业市场存在的问题分析 | 90 |
| 一、体检行业存在十大问题 | 90 |
| 二、体检行业发展困境分析 | 91 |
| 三、健康体检行业面临的问题 | 91 |
| 四、体检行业发展解决方案 | 93 |
| 第五章2014-2016年中国体检行业市场运行形势分析 | 96 |
| 第一节2014-2016年中国体检行业市场供给分析 | 96 |
| 一、健康消费产业及其特点 | 96 |
| 二、我国健康体检市场消费需求潜力 | 96 |
| 三、健康体检的消费形式 | 97 |
| 四、我国人口学特征与健康体检消费需求 | 97 |
| 第二节2014-2016年中国体检市场深度剖析 | 98 |
| 一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析 | 98 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、健康体检的经济效益与社会效益 | 98 |
| 三、健康体检行业政策法规及新技术应用 | 99 |
| 第三节2014-2016年中国休闲体检行业市场分析 | 100 |
| 一、休闲体检的概念 | 100 |
| 二、休闲体检的健康理念 | 100 |
| 三、休闲体检的全新模式 | 101 |
| 四、休闲体检的基本特色 | 101 |
| 五、休闲体检的主要功能 | 102 |
| 六、休闲体检的健康意义 | 102 |
| 七、休闲体检市场需求的分析 | 103 |
| 八、休闲体检前景分析 | 104 |
| 第六章2014-2016年中国体检行业营销模式及客户策略分析 | 106 |
| 第一节中国体检行业顾问式营销模式分析 | 106 |
| 一、顾问式销售 | 106 |
| 二、销售理念 | 106 |
| 三、销售顾问的基本要求 | 107 |
| 四、体检在民营医疗生存发展中作用 | 108 |
| 第二节健康体检学科客户关系管理（CRM）分析 | 109 |
| 一、客户关系管理（CRM）产生的背景 | 109 |
| 二、CRM的含义 | 109 |
| 三、CRM的内容 | 110 |
| 四、健康体检中心的CRM | 112 |
| 第三节健康体检客户管理规范 | 113 |
| 一、正确建立客户档案资料数据库 | 113 |
| 三、完善体检后续服务流程 | 114 |
| 第七章2014-2016年中国体检行业消费市场分析 | 116 |
| 第一节2014-2016年中国体检消费者分析 | 116 |
| 一、团体性客户 | 116 |
| 二、第三方客户 | 116 |
| 三、VIP个人客户 | 116 |
| 第二节2014-2016年中国及篇地区体检消费市场分析 | 118 |
| 一、中国城市体检消费市场分析 | 118 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 二、西安体检成为健康消费主流 | 118 |
| 三、无锡健康消费前景分析 | 119 |
| 第三节2014-2016年体检客户异常结果统计分析 | 119 |
| 一、体检客户的性别统计 | 119 |
| 二、体检客户的年龄分布情况 | 120 |
| 三、乙型肝炎病毒检测情况 | 121 |
| 四、2014-2016年客户体检查出的主要疾病及人数 | 122 |
| 五、2014-2016年男性客户体检出的主要疾病及人数 | 122 |
| 六、2014-2016年女性客户体检出的主要疾病及人数 | 123 |
| 七、2014-2016年客户疾病分析 | 124 |
| 第八章2014-2016年中国体检行业竞争格局分析 | 126 |
| 第一节2014-2016年中国体检行业市场竞争分析 | 126 |
| 一、保险公司进军健康体检行业 | 126 |
| 二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌 | 127 |
| 三、公立医院体检中心与民营体检机构SWOT分析 | 127 |
| 第二节2014-2016年政策对地方体检行业竞争影响 | 128 |
| 一、杭州体检市场利益争夺分析 | 128 |
| 二、武汉体检机构或将洗牌 | 130 |
| 三、石家庄体检产业竞争分析 | 131 |
| 四、北京体检市场将重新洗牌 | 131 |
| 第三节2017-2022年中国体检行业竞争趋势分析 | 136 |
| 第九章2014-2016年中国体检企业竞争策略分析 | 138 |
| 第一节2014-2016年中国体检市场竞争策略分析 | 138 |
| 一、健全政策规范行业 | 138 |
| 二、严格准入冲破壁垒 | 138 |
| 三、加强宣传激活消费 | 139 |
| 四、医检分离完善服务 | 139 |
| 五、医疗保险分担费用 | 140 |
| 第二节2014-2016年中国团体性体检客户市场开发策略 | 140 |
| 一、团体性客户分析 | 140 |
| 二、团体性客户开发流程 | 141 |
| 第三节2014-2016年中国第三方客户市场开发策略 | 141 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 一、团体性客户市场分析 | 141 |
| 二、第三方客户开发流程 | 142 |
| 第十章2014-2016年中国主要体检重点机构竞争力分析 | 146 |
| 第一节慈铭健康体检机构 | 146 |
| 一、企业发展简况分析 | 146 |
| （一）企业偿债能力分析 | 146 |
| （二）企业运营能力分析 | 148 |
| （三）企业盈利能力分析 | 151 |
| 二、企业经营情况分析 | 152 |
| 三、企业经营优劣势分析 | 153 |
| 四、公司动向 | 153 |
| 第二节爱康国宾医疗 | 154 |
| 一、企业发展简况分析 | 154 |
| （一）企业偿债能力分析 | 154 |
| （二）企业运营能力分析 | 156 |
| （三）企业盈利能力分析 | 159 |
| 二、企业经营情况分析 | 160 |
| 三、企业经营优劣势分析 | 161 |
| 四、公司发展动态 | 161 |
| 第三节瑞新医疗中心 | 161 |
| 一、企业发展简况分析 | 161 |
| （一）企业偿债能力分析 | 162 |
| （二）企业运营能力分析 | 164 |
| （三）企业盈利能力分析 | 167 |
| 二、企业经营情况分析 | 168 |
| 第四节德立普体检机构 | 169 |
| 一、企业发展简况分析 | 169 |
| （一）企业偿债能力分析 | 169 |
| （二）企业运营能力分析 | 171 |
| （三）企业盈利能力分析 | 174 |
| 二、企业经营情况分析 | 175 |
| 三、企业经营优劣势分析 | 176 |

第五节和睦家医药176

一、企业发展简况分析176

(一) 企业偿债能力分析176

(二) 企业运营能力分析178

(三) 企业盈利能力分析181

二、企业经营情况分析182

三、企业经营优劣势分析183

第十一章2014-2016年中国体检行业投资环境分析185

第一节2014-2016年中国体检业经济发展环境分析185

一、中国GDP分析185

二、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长186

三、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升186

第二节政策法规环境分析187

一、2013年地方体检市场规范法规187

二、2013年健康体检管理暂行规定189

三、医疗医学向预防医学转变193

第三节2014-2016年中国体检业社会发展环境分析194

一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈194

二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受196

三、政府、企业将体检作为对职工实施“人文关怀”的新着力点197

四、“过劳死”频频发生，在全社会敲响了健康警钟197

第四节2014-2016年中国体检行业发展技术环境分析197

一、共性体检与个体化体检197

二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理198

三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长198

第十二章2014-2016年中国体检行业投资现状分析200

第一节健康管理的盈利模式分析200

一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式200

二、健康管理以网络服务为主的赢利模式201

三、健康管理以健康评估为主的赢利模式201

四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式203

五、健康管理以康复管理为主的赢利模式203

| | |
|--------------------------------|-----|
| 六、健康管理以社区卫生服务中心常见病慢性病管理为主的赢利模式 | 204 |
| 七、健康管理以养老院为主的赢利模式 | 205 |
| 八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式 | 205 |
| 九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式 | 206 |
| 第二节2014-2016年中国体检投资项目分析 | 206 |
| 一、项目前景 | 206 |
| 二、项目优势 | 206 |
| 三、项目投资 | 207 |
| 四、项目回报 | 209 |
| 第十三章2017-2022年中国体检行业发展趋势分析 | 210 |
| 第一节2017-2022年体检行业发展趋势分析 | 210 |
| 一、健康体检发展政策机遇 | 210 |
| 二、循证医学与健康体检 | 211 |
| 三、健康体检技术发展的趋势 | 211 |
| 四、体检行业市场发展趋势预测 | 212 |
| 五、健康体检与健康管理产业前景 | 213 |
| 六、2017-2022年国内健康体检产业规模预测 | 213 |
| 第二节2017-2022年中国体检市场趋势分析 | 214 |
| 一、健康体检市场模式发展趋势 | 214 |
| 二、心理体检成为趋势 | 215 |
| 三、国家为1.1亿老人体检计划 | 216 |
| 四、中国健康体检产业网络营销新趋势 | 217 |
| 五、自费体检的流行化趋势 | 217 |
| 第十四章2017-2022年中国体检行业投资机会与风险预警 | 219 |
| 第一节体检业投资特性 | 219 |
| 第二节2017-2022年中国体检业投资机会分析 | 219 |
| 第三节2017-2022年中国健康产业投资风险分析 | 220 |
| 一、朝阳产业需借力资本 | 220 |
| 二、风险投资瞄准“创业”与“创新”型项目 | 221 |
| 三、健康产业风险投资前景 | 222 |
| 第四节影响体检行业发展的主要因素 | 222 |
| 一、中国健康管理的市场分析 | 222 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 二、健康体检机构的地位和作用 | 223 |
| 三、保健品服务营销中的健康管理 | 224 |
| 四、我国健康管理的发展方向 | 226 |
| 五、健康管理发展中的阻力 | 231 |
| 第十五章2017-2022年中国体检行业企业发展建议 | 235 |
| 第一节2017-2022年中国体检行业市场定位 | 235 |
| 一、市场定位概念 | 235 |
| 二、健康服务发展监管分析 | 235 |
| 第二节第三方健康服务分析 | 236 |
| 第三节客户关系管理与信息支撑体系建设 | 238 |
| 一、客户关系管理系统定义 | 238 |
| 二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》 | 238 |
| 第四节客群管理与健康检查服务 | 239 |
| 一、社会老龄化 | 239 |
| 二、顾客关系管理 | 240 |
| 三、医院客户关系管理系统的功能划分 | 240 |
| 四、健检部门执行顾客关系管理之架构 | 241 |
| 五、顾客关系管理之运用 | 242 |
| 六、结论 | 247 |
| 部分图表目录： | |
| 图表12011-2016年7月医疗卫生机构数 | 43 |
| 图表2医疗机构及床位数 | 44 |
| 图表32011-2016年7月医疗卫生机构床位数及增长速度 | 45 |
| 图表42011-2016年7月医疗卫生技术人员 | 46 |
| 图表5卫生人员数 | 47 |
| 图表6各类卫生医疗机构人员数（万人） | 47 |
| 图表72015年医疗服务工作量 | 49 |
| 图表82011-2016年7月我国医疗卫生机构门诊量及增长速度 | 49 |
| 图表92011-2016年7月我国医疗卫生机构住院量及增长速度 | 49 |
| 图表10医院医师日均担负工作量 | 50 |
| 图表11医院病床使用情况 | 51 |
| 图表122015年新型农村合作医疗情况 | 52 |

图表132015年农村乡镇卫生院医疗服务体系建设52
图表142015年村卫生室及人员数53
图表152015年社区卫生服务体系建设55
图表162015年基层医疗卫生机构门诊及住院病人人均医药费56
图表172015年医院门诊和住院病人人均医药费57
图表182015年全国甲乙类传染病报告发病率58
图表192015年全国丙类传染病报告发病率59
图表202015年孕产妇及儿童保健情况60
图表212015年监测地区孕产妇及儿童死亡率61
图表22健康管理服务基本模型85
图表232011-2016年国内健康体检业消费变化图87
图表242015年-2016年6月体检客户的性别统计87
图表252015年-2016年6月体检客户的年龄分布情况87
图表262015年-2016年6月体检客户的性别统计119
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201611/138701.html>