

2020-2026年中国健康体检 行业前景展望与投资策略报告

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

《2020-2026年中国健康体检行业前景展望与投资策略报告》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/202002/153527.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

我国健康检查整体平均客单价约为 290 元（估计排除强制性的体检后专业体检市场平均客单价约 400-500 元），远低于香港的 3000 元/人和美国 5500 元/人。我国健康检查客单价占人均可支配收入的比例约为 1.2%，与美国和香港 2.0% 的水平相比，还存在提升空间。随着消费升级、健康意识提升、个检比例的持续上升，预计客单价将持续提升，据草根调研，我国三四线城市居民可接受的个检价格为 1000 元/人。中国与国内外健康体检渗透率对比

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国健康体检行业前景展望与投资策略报告》共十四章。首先介绍了健康体检相关概念及发展环境，接着分析了中国健康体检规模及消费需求，然后对中国健康体检市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健康体检面临的机遇及发展前景。您若想对中国健康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。

报告目录：

第一章 健康体检行业相关概述	1
1.1 健康体检简介	1
1.1.1 健康体检的相关定义	1
1.1.2 健康体检的基本分类	1
1.1.3 健康体检的服务项目和费用	2
1.1.4 健康体检和医疗体检的区别	3
1.1.5 健康体检的经济与社会效益	4
1.2 健康体检行业简述	4
1.2.1 体检行业发展的必要性	4
1.2.2 体检行业发展模式分析	5
1.2.3 健康体检行业产生历史	6
1.2.4 健康体检行业的生命周期	6
1.2.5 健康体检行业产业链简介	7
1.3 健康体检机构介绍	8

1.3.1 健康体检机构分类情况	8
1.3.2 健康体检机构地位和作用	9
1.3.3 健康体检机构的监管模式	10
第二章 2015-2019年医疗卫生服务行业发展分析	11
2.1 2015-2019年全球医疗行业发展状况	11
2.1.1 全球医疗保健业迎来投资机遇	11
2.1.2 全球健康服务产业发展分析	12
2.1.3 美国医疗行业发展状况分析	14
2.1.4 德国医疗行业发展状况分析	16
2.1.5 印度医疗行业发展状况分析	18
2.1.6 英国医疗行业发展状况分析	18
2.2 2015-2019年中国医疗行业发展概况	20
2.2.1 中国医疗产业形成背景介绍	20
2.2.2 中国医疗体制的改革与发展	22
2.2.3 中国医疗产业发展阶段分析	24
2.2.4 医疗卫生事业发展成就显著	27
2.2.5 中国医疗事业发展特点分析	30
2.3 2015-2019年中国医疗卫生事业资源状况	31
2.3.1 医疗卫生服务机构数量统计	31
2.3.2 医疗卫生服务机构分布情况	33
2.3.3 医疗卫生服务机构床位数量	33
2.3.4 医疗卫生服务机构人员情况	34
2.3.5 医疗卫生服务机构服务情况	37
2.4 2015-2019年中国农村医疗卫生发展状况	41
2.4.1 新型农村合作医疗发展状况	41
2.4.2 农村三级医疗服务体系建设	41
2.4.3 中国农村医疗服务情况分析	42
2.4.4 重大疾病保障试点工作进展	42
2.4.5 我国新农合工作要点分析	43
2.5 2015-2019年基层医疗卫生机构建设状况	45
2.5.1 基层医疗机构医疗服务分析	45

2.5.2 社区卫生服务机构情况分析	45
2.5.3 乡镇卫生院服务情况分析	47
2.6 2015-2019年中国医药费用状况分析	49
2.6.1 医疗卫生总费用情况	49
2.6.2 城乡居民医疗保健支出	50
2.6.3 政府部门卫生支出情况	50
2.6.4 基层医疗机构医药费用	52
2.6.5 医院机构医药费用情况	52
第三章 2015-2019年国际健康体检行业发展分析及经验借鉴	54
3.1 2015-2019年全球健康体检市场总体情况分析	54
3.1.1 全球健康体检行业发展概述	54
3.1.2 全球健康体检行业进展现状	55
3.1.3 全球健康体检行业经验借鉴	55
3.1.4 全球健康体检行业发展趋势	59
3.2 全球健康体检行业模式及经验借鉴	59
3.2.1 美国健康体检模式	59
3.2.2 英国健康体检模式	61
3.2.3 日本健康体检模式	62
3.2.4 KYN健康体检模式	64
3.3 全球健康体检行业主要机构分析	64
3.3.1 美国WEBMD	64
3.3.2 美国KAISER PERMANENTE	67
3.3.3 美国SWEDISH COVENANT HOSPITAL	68
3.3.4 英国BUPA健检中心	69
3.3.5 英国NUFFIELD医疗集团	72
3.3.6 日本PL东京健康管理中心	73
3.3.7 日本圣路加医院预防医疗中心	76
3.3.8 日本赤十字社熊本健康管理中心	77
3.3.9 台湾美兆MJ诊所	80
第四章 2015-2019年中国健康体检行业发展环境分析	82

4.1 经济环境	82
4.1.1 中国GDP增长情况分析	82
4.1.2 工业经济发展形势分析	85
4.1.3 财政收入与外汇储备分析	88
4.1.4 全社会固定资产投资分析	90
4.1.5 社会消费品零售总额分析	96
4.1.6 对外贸易的发展形势分析	100
4.2 政策环境	102
4.2.1 健康体检行业管理体制	102
4.2.2 健康体检行业政策法规	103
4.2.3 健康体检行业发展规划	116
4.2.4 健康服务业政策推进大事记	117
4.2.5 健康服务业国家层面发展战略发布	118
4.3 社会环境	119
4.3.1 人口发展环境分析	119
4.3.2 居民教育环境分析	121
4.3.3 居民收入水平分析	124
4.3.4 健康服务产业分析	126
4.4 技术环境	127
4.4.1 影响医疗服务的关键IT技术	127
4.4.2 健康体检管理系统设计分析	129
4.4.3 数字化健康体检系统设计分析	131
第五章 2015-2019年中国健康体检行业发展现状	133
5.1 中国健康体检行业特征分析	133
5.1.1 区域性特征	133
5.1.2 客户群体特征	134
5.1.3 季节性特征	134
5.1.4 抗周期性特征	135
5.2 2015-2019年中国健康体检行业运行状况	135
5.2.1 健康体检行业发展现状分析	135
5.2.2 中国健康体检市场容量分析	138

5.2.3 健康体检市场容量影响因素	139
5.2.4 健康体检业的商业整合模式	140
5.3 2015-2019年中国健康体检机构发展状况	142
5.3.1 中国体检机构业务发展状况	142
5.3.2 健康体检机构服务形式分析	145
5.3.3 健康体检机构从业人员分析	147
5.4 健康体检行业SWOT分析	147
5.4.1 健康体检行业比较优势	147
5.4.2 健康体检行业比较劣势	148
5.4.3 健康体检行业发展机遇	148
5.4.4 健康体检行业面临威胁	148
5.4.5 健康体检行业应对策略	149
5.5 中国健康体检行业存在的问题	150
5.5.1 体检行业准入标准不完善	150
5.5.2 体检行业收费标准不统一	151
5.5.3 体检行业从业人员不匹配	151
5.5.4 行业监管主体职责不明晰	151
5.5.5 健康体检服务行为不规范	151
5.5.6 健康体检发展模式同质化	152
5.6 中国健康体检行业的发展策略	153
5.6.1 管理规范化	153
5.6.2 设施配套化	153
5.6.3 人员专业化	153
5.6.4 服务人性化	154
第六章 2015-2019年中国健康体检行业运营模式探究	155
6.1 2015-2019年健康体检行业运营模式分析	155
6.1.1 体验式健康体检模式	155
6.1.2 管理式健康体检模式	155
6.1.3 中国式健康体检模式	155
6.1.4 未来式健康体检模式	156
6.2 2015-2019年健康体检机构运营模式分析	157

6.2.1 公立医院运营模式	157
6.2.2 专业体检中心运营模式	157
6.2.3 社区医疗服务中心运营模式	158
6.2.4 第三方健康体检机构运营模式	159
6.3 2015-2019年健康体检行业服务模式分析	160
6.3.1 实现“医检分离”	160
6.3.2 完善检查检测系统	160
6.3.3 体检套餐和检测项目	160
6.3.4 完善信息网络平台	162
第七章 2015-2019年中国新型农村合作医疗健康体检模式分析	163
7.1 新型农村合作医疗健康体检概述	163
7.1.1 新型农村合作医疗健康体检内涵	163
7.1.2 新型农村合作医疗健康体检主体	164
7.2 2015-2019年新型农村合作医疗进展	165
7.2.1 中国新型农村合作医疗制度基本内容	165
7.2.2 新型农村合作医疗制度特征分析	167
7.2.3 新型农村合作医疗制度覆盖水平	168
7.3 新型农村合作医疗健康体检不同模式比较	168
7.3.1 新型农村合作医疗健康体检模式界定	168
7.3.2 不同健康体检模式的设计与内容	169
7.3.3 不同健康体检模式的实施效果	171
7.3.4 不同健康体检模式优缺点分析	172
7.4 新型农村合作医疗健康体检存在的问题	174
7.4.1 农民参合积极性有待提高	174
7.4.2 管理体制未适应工作需要	174
7.4.3 筹资成本和补偿能力的问题	175
7.4.4 医疗监管难度系数较大	175
7.4.5 相关政策和立法有待完善	176
7.4.6 缺乏合理的人才机制	176
7.5 新型农村合作医疗健康体检的发展对策	177
7.5.1 能力建设	177

7.5.2 筹资建议	177
7.5.3 组织建设	178
7.5.4 制度建设	178
7.5.5 政策建议	178
7.5.6 人才建设	179
第八章 2015-2019年中国健康体检行业消费群体分析	180
8.1 2015-2019年城市居民健康状况调查	180
8.1.1 疾病状况部分调查	180
8.1.2 生活方式部分调查	181
8.1.3 健康观念部分调查	182
8.2 健康体检群体心理需求分析	183
8.2.1 健康体检群体平等心理	183
8.2.2 健康体检群体消费心理	183
8.2.3 健康体检群体便捷心理	183
8.2.4 健康体检群体疑病心理	184
8.2.5 健康体检躯体恐惧心理	184
8.3 健康体检市场目标客户分析	184
8.3.1 老年健康体检市场分析	184
8.3.2 儿童健康体检市场分析	186
8.3.3 女性健康体检市场分析	187
8.3.4 职业白领健康体检市场分析	188
8.3.5 高端客户群健康体检市场分析	189
8.3.6 社区卫生服务健康体检市场分析	190
8.4 针对健康人群的体检服务对策	191
8.4.1 树立现代健康观念	191
8.4.2 优化管理体制	192
8.4.3 建立一站式服务流程	192
8.4.4 合理配置检查设备	193
8.4.5 做好体检后健康管理	193
第九章 2015-2019年中国健康体检机构市场竞争分析	194

9.1 2015-2019年中国健康体检行业进入壁垒分析	194
9.1.1 医疗执业资质壁垒	194
9.1.2 人才壁垒	194
9.1.3 管理壁垒	195
9.1.4 资金壁垒	195
9.2 2015-2019年中国健康体检行业竞争分析	195
9.2.1 市场主要体检机构的优劣势	195
9.2.2 健康体检市场竞争模式分析	199
9.2.3 健康体检市场竞争现状分析	199
9.2.4 健康体检市场关键竞争要素	201
9.2.5 高端体检市场成必争之地	202
9.2.6 健康体检市场进入“亿”级较量	203
9.3 2015-2019年公立医院健康体检市场竞争分析	204
9.3.1 公立医院市场竞争力分析	204
9.3.2 公立医院健康体检市场竞争力SWOT分析	205
9.3.3 公立医院健康体检服务路线	207
9.4 2015-2019年民营医院健康体检市场竞争分析	210
9.4.1 民营医疗机构市场竞争力分析	210
9.4.2 民营医疗机构市场竞争力SWOT分析	212
9.4.3 “夹缝”中生存的民营健康体检	215
9.5 2015-2019年疗养院健康体检市场竞争分析	215
9.5.1 疗养院市场竞争力分析	215
9.5.2 疗养院市场竞争力SWOT分析	216
9.6 2015-2019年门诊部健康体检市场竞争分析	219
9.6.1 门诊部市场竞争力分析	219
9.6.2 门诊部市场竞争力SWOT分析	220
第十章 2015-2019年中国健康体检行业营销模式及策略分析	223
10.1 健康体检行业营销综述	223
10.1.1 健康体检行业营销目的	223
10.1.2 健康体检行业营销体系	223
10.1.3 健康体检行业营销观念	224

10.1.4	健康体检行业营销组合	224
10.1.5	医院品牌效应建设分析	224
10.1.6	健康体检行业营销技巧	225
10.2	健康体检行业营销策略分析	225
10.2.1	健康体检行业产品策略	225
10.2.2	健康体检行业价格策略	225
10.2.3	健康体检行业渠道策略	226
10.2.4	健康体检行业促销策略	226
10.2.5	健康体检行业服务质量策略	226
10.2.6	健康体检行业品牌竞争策略	227
10.2.7	健康体检行业管理策略	227
10.2.8	健康体检行业网络策略	228
10.3	健康体检行业营销策略案例分析	228
10.3.1	慈铭体检营销案例分析	228
10.3.2	爱康国宾营销案例分析	229
10.3.3	惠普体检高端店营销案例	230
10.3.4	美兆健康体检中心营销案例	231
10.3.5	扬州一二零医院体检康复中心营销案例	231
第十一章 2015-2019年中国健康体检行业重点省市投资潜力分析		233
11.1	2015-2019年上海市健康体检市场发展分析	233
11.1.1	上海市健康体检需求分析	233
11.1.2	上海市健康体检整体状况	233
11.1.3	上海市主要健康体检机构	234
11.1.4	上海市健康体检竞争趋势	235
11.1.5	上海市健康体检SWOT分析	235
11.1.6	上海市健康体检发展对策	238
11.1.7	上海市健康体检发展潜力	240
11.2	2015-2019年北京市健康体检市场发展分析	240
11.2.1	北京市健康体检需求分析	240
11.2.2	北京市健康体检整体状况	241
11.2.3	北京市主要健康体检机构	242

11.2.4 北京市健康体检总量分析	242
11.2.5 北京市健康体检行业标准	243
11.2.6 北京市健康体检发展潜力	244
11.3 2015-2019年广州市健康体检市场发展分析	244
11.3.1 广州市健康体检需求分析	244
11.3.2 广州市健康体检市场现状	245
11.3.3 广州市健康体检市场规模	246
11.3.4 广州市健康体检项目分析	246
11.3.5 广州市健康体检机构分析	247
11.3.6 广州健康体检问题及对策	247
11.3.7 广州市健康体检发展潜力	249
11.3.8 广州市健康体检发展趋势	249
11.4 2015-2019年西安市健康体检市场发展分析	250
11.4.1 西安市健康体检需求分析	250
11.4.2 西安市健康体检发展历程	250
11.4.3 西安市健康体检市场规模	251
11.4.4 西安市体检市场竞争状况	251
11.4.5 西安市体检市场投资状况	252
11.4.6 西安体检机构重视个性化	252
11.4.7 西安市体检机构发展潜力	252
11.5 2015-2019年天津市健康体检市场发展分析	253
11.5.1 天津市健康体检需求分析	253
11.5.2 天津市主要健康体检机构	254
11.5.3 天津市健康体检市场火爆	254
11.5.4 天津市健康体检问题分析	255
11.5.5 天津市健康体检发展潜力	256
11.6 2015-2019年浙江省健康体检市场发展分析	256
11.6.1 浙江省健康体检需求分析	256
11.6.2 浙江省健康产业发展优势	257
11.6.3 浙江省健康体检发展潜力	259
11.6.4 浙江省健康体检发展策略	259
11.6.5 浙江省健康产业发展目标	260

11.7 2015-2019年江苏省健康体检市场发展分析	261
11.7.1 江苏省健康体检需求分析	261
11.7.2 江苏省居民健康状况分析	262
11.7.3 江苏省健康体检问题分析	264
11.7.4 江苏省健康体检发展潜力	264
第十二章 2015-2019年中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析	265
12.1 慈铭健康体检管理集团股份有限公司	265
12.1.1 企业发展简况分析	265
12.1.2 企业经营情况分析	266
12.1.3 企业业务范围分析	267
12.1.4 企业健康体检模式	267
12.2 爱康国宾健康管理集团	270
12.2.1 企业发展简况分析	270
12.2.2 企业经营情况分析	271
12.2.3 企业业务范围分析	276
12.2.4 企业健康体检模式	278
12.3 美年大健康产业(集团)有限公司	279
12.3.1 企业发展简况分析	279
12.3.2 企业经营情况分析	280
12.3.3 企业业务范围分析	284
12.3.4 企业健康体检模式	285
12.4 北京美兆健康体检中心有限公司	290
12.4.1 企业发展简况分析	290
12.4.2 企业经营情况分析	290
12.4.3 企业业务范围分析	292
12.4.4 企业健康体检模式	292
第十三章 2015-2019年中国健康体检行业投融资与并购分析	295
13.1 2015-2019年健康体检行业投融资现状分析	295
13.1.1 产业投资规模	295
13.1.2 产业融资规模	295

13.1.3 产业投资方式	296
13.1.4 产业投资领域	296
13.1.5 产业投资趋势	297
13.2 2015-2019年健康体检行业投融资案例分析	298
13.2.1 鼎辉国际投资慈铭体检	298
13.2.2 中经合等六家投资爱康国宾	299
13.2.3 浙江迪升投资北京现代阳光	299
13.2.4 凯雷投资美年大健康	301
13.3 2015-2019年健康体检行业并购案例分析	301
13.3.1 医疗健康业并购特点和趋势	301
13.3.2 健康体检行业并购情况	302
13.3.3 慈铭体检并购我佳健康体检	304
13.3.4 美年大健康并购康成和德立普	305
13.3.5 爱康国宾并购北京正清源健康体检中心	305
13.4 健康体检行业投资机会	307
13.4.1 健康产业链投资机会	307
13.4.2 细分市场投资机会	307
13.4.3 重点区域投资机会	307
13.5 健康体检行业投资风险及防范	308
13.5.1 政策风险及防范	308
13.5.2 技术风险及防范	308
13.5.3 供求风险及防范	309
13.5.4 竞争风险及防范	310
13.5.5 人力风险及防范	310
13.5.6 管理风险及防范	310
13.5.7 市场风险及防范	311
13.6 中国健康体检行业投资建议	311
13.6.1 健康体检行业主要投资建议	311
13.6.2 中国健康管理的盈利模式	313
13.6.3 健康体检行业盈利性分析	314
13.6.4 健康体检行业并购的法律关注点	314

第十四章 2020-2026年中国健康体检行业的前景及趋势预测	318
14.1 行业发展影响因素	318
14.1.1 有利因素	318
14.1.2 不利因素	319
14.2 中国健康体检市场发展前景	320
14.2.1 健康服务市场发展前景展望	320
14.2.2 健康体检市场发展潜力巨大	321
14.2.3 健康体检业发展前景广阔	322
14.3 中国健康体检发展趋势预测	322中国健康体检市场总量预测
14.3.1 我国健康体检产业的发展趋势	322
14.3.2 我国健康体检机构的发展趋势	323
14.3.3 我国医院体检中心的发展趋势	325
14.3.4 我国健康体检市场需求趋势预测	327
14.3.5 2020-2026年健康体检行业发展预测分析	328

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153527.html>