

2020-2025年中国健康体检行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国健康体检行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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.huaon.com/detail/493176.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

随着我国经济的发展，越来越多的人开始重视健康，特别是如今老龄化严重，因此，体检行业越来越盛行。体检不等于诊断，健康体检受检测手段限制，主要起到筛查的作用。常见的健康体检，目的是为了发现身体存在的健康问题，针对的是常见、基本、及普通的疾病，如高血压、糖尿病、白内障等，以及用各项身体指标来进行个人的健康评估。专业体检将成为我国大众健康管理的超级行业。

近几年，我国城市居民的医疗保健支出和农村居民医疗保健支出占比呈上升趋势。2018年第一季度，我国城市和农村居民医疗保健支出占比分别为10.03%和7.5%。

2010-2018Q1我国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例

随着全国健康保健意识的增强，以及消费升级所带来的产业机会，带动体检行业进入快速增长阶段。从体检行业整体状况来看，随着人民消费的不断升级，中国目前正在经历体检人次快速增长的阶段，2011-2015年，体检行业处于调整阶段，全国体检人次比较稳定。而从2016年开始，体检行业迎来了新的发展机遇，年体检人次迅速上升，2018年体检人次达到了5.63亿人次，同比增长了约12.38%。

2011-2018年我国健康体检人次数统计

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 健康体检简介

1.1.1 健康体检的相关定义

1.1.2 健康体检项目及分类

1.1.3 健康体检和医疗体检的区别

1.2 健康体检行业简述

1.2.1 体检行业发展的必要性

1.2.2 健康体检行业发展历程

1.2.3 健康体检行业的生命周期

1.2.4 健康体检行业产业链简介

1.3 健康体检机构介绍

1.3.1 健康体检机构分类状况分析

1.3.2 健康体检机构地位和作用

1.3.3 健康体检机构的监管模式

第二章 2015-2019年医疗卫生服务行业发展分析

2.1 医疗服务业运行情况分析

2.1.1 行业发展现状调研

2.1.2 企业发展现状分析

2.1.3 市场特征分析

2.1.4 运行模式探索

2.1.5 政策环境分析

2.1.6 市场面临洗牌

2.1.7 互联网医疗发展

2.2 2015-2019年中国医疗服务规模现状调研

2.2.1 门诊和住院工作量

2.2.2 医院医师工作负荷

2.2.3 病人费用状况分析

2.2.4 病床使用状况分析

2.3 全国医疗卫生服务体系规划纲要（2015-2020年）

2.3.1 规划背景

2.3.2 规划目标和原则

2.3.3 总体布局

2.3.4 医疗卫生机构

2.3.5 卫生人才队伍

2.3.6 功能整合与分工协作

2.3.7 实施保障与监督评价

2.4 社会资本进入医疗服务领域分析

2.4.1 社会资本在医疗服务领域地位及作用

2.4.2 社会资本进入医疗服务领域的现状调研

2.4.3 社会资本进入医疗服务领域的主要模式

2.4.4 社会资本进入医疗服务领域面临的问题

2.4.5 社会资本进入医疗服务领域的难点

2.4.6 社会资本进入医疗服务领域的建议

2.5 中国医疗服务行业发展存在的问题

2.5.1 监管亟待加强

2.5.2 支付方式有待规范化

2.5.3 人均资源相对不足

2.5.4 服务质量急需提升

2.5.5 “碎片化”问题分析

2.6 中国医疗服务行业发展的对策

2.6.1 完善医疗服务监管体制的策略

2.6.2 提高医疗服务质量的手段

2.6.3 医疗服务创新发展之路

2.6.4 医疗服务体系“碎片化”问题解决措施

第三章 2015-2019年国际健康体检行业发展分析及经验借鉴

3.1 2015-2019年全球健康体检市场总体情况分析

3.1.1 行业发展概述

3.1.2 全球先进体检设备

3.1.3 行业发展趋势预测分析

3.2 2015-2019年全球健康体检行业运营情况分析

3.2.1 美国

3.2.2 英国

3.2.3 日本

3.2.4 韩国

3.2.5 新加坡

3.2.6 其他国家

3.3 2015-2019年全球健康体检主要机构发展分析

3.3.1 美国健康体检机构

3.3.2 英国健康体检机构

3.3.3 日本健康体检机构

3.3.4 中国台湾健康体检机构

第四章 2015-2019年中国健康体检行业发展环境分析

4.1 经济环境

4.1.1 世界经济形势分析

4.1.2 中国经济发展现状调研

4.1.3 经济结构转型分析

4.1.4 宏观经济发展走势

4.2 政策环境

4.2.1 健康体检行业管理体制

4.2.2 健康体检行业支持政策

4.2.3 健康体检行业相关政策

4.3 社会环境

4.3.1 人口发展环境分析

4.3.2 居民教育环境分析

4.3.3 居民收入水平分析

4.3.4 健康服务产业分析

4.4 需求环境

4.4.1 国民健康素养水平

4.4.2 国民健康素养特征

4.4.3 国民健康状况调查

4.4.4 国民健康风险意识

4.4.5 中国健康战略计划

第五章 2015-2019年中国健康体检所属行业发展现状调研

5.1 中国健康体检行业特征分析

5.1.1 区域性特征

5.1.2 客户群体特征

5.1.3 季节性特征

5.1.4 抗周期性特征

5.2 2015-2019年中国健康体检所属行业运行情况分析

5.2.1 市场总量分析

5.2.2 市场规模分析

从行业整体规模来看，2018年健康体检行业市场规模为1498亿元，相比2012年的468亿元增加了1000多亿元，每年增速基本上都在20%以上，预计未来体检行业市场规模还有巨大前景。

2012-2018年我国健康体检行业市场规模统计

5.2.3 市场格局分析

5.3 2015-2019年中国健康体检机构发展情况分析

5.3.1 中国体检机构业务发展情况分析

5.3.2 健康体检机构服务形式分析

5.3.3 健康体检机构从业人员分析

5.4 中国健康体检行业SWOT分析

5.4.1 优势（Strengths）

5.4.2 劣势（Weaknesses）

5.4.3 机遇 (Opportunities)

5.4.4 威胁 (Threats)

5.5 中国健康体检行业存在的问题

5.5.1 准入标准不完善

5.5.2 收费标准不统一

5.5.3 工作人员不匹配

5.5.4 主体职责不明晰

5.5.5 服务行为不规范

5.6 中国健康体检行业的投资策略

5.6.1 管理规范化

5.6.2 设施配套化

5.6.3 人员专业化

5.6.4 服务人性化

第六章 2015-2019年中国健康体检机构的运营管理探究

6.1 中国健康体检机构运营管理的综合概述

6.1.1 健康体检机构存在形式

6.1.2 健康体检机构服务内容

6.1.3 存在的运营管理问题

6.1.4 机构良好运营管理对策

6.2 中国健康体检机构的质量管理方案

6.2.1 质量管理基本原则

6.2.2 质量管理框架设计

6.2.3 质量管理要点工作

6.3 中国健康体检机构的信息化建设方案

6.3.1 机构信息化建设现况

6.3.2 机构信息化建设对策

6.3.3 体检信息系统的安全管理

6.3.4 体检信息化效果评估

6.4 建立规范化健康管理模式

6.4.1 健康信息采集

6.4.2 健康风险评估

6.4.3 健康促进管理

第七章 2015-2019年中国农村医疗健康体检行业调研

7.1 2015-2019年中国农村医疗产业发展分析

7.1.1 医疗服务建设形势

7.1.2 民营医疗机构发展

7.1.3 新型农村合作医疗

7.2 中国农村健康体检发展的影响因素分析

7.2.1 缺乏优良体检环境

7.2.2 机构诊疗水平较低

7.2.3 农民体检意识不高

7.2.4 外出人员大量存在

7.3 中国农村健康体检业重点区域发展分析

7.3.1 重庆市

7.3.2 株洲市

7.3.3 宣城市

7.4 中国农村健康体检行业发展问题

7.4.1 准入标准不完善

7.4.2 体检环境待改善

7.4.3 规章制度不完善

7.4.4 基层医疗人员不足

7.5 中国农村健康体检市场投资策略分析

7.5.1 建立准入制度

7.5.2 规范体检场所

7.5.3 加强队伍建设

7.5.4 创新组织形式

第八章 2015-2019年中国互联网健康体检行业调研

8.1 中国互联网健康体检市场发展总况

8.1.1 行业相关概述

8.1.2 行业发展现状调研

8.1.3 与传统模式对比

8.1.4 行业发展潜力

8.2 移动互联环境下的健康体检运作方式

8.2.1 个性化的套餐选择

8.2.2 即时预约与提醒

8.2.3 有效的健康管理

8.3 “互联网+体检”重点平台发展动态

8.3.1 体检客

8.3.2 Go健康

8.3.3 康康体检网

8.3.4 中国健康网

8.4 移动互联网环境下健康体检商业模式发展方向

8.4.1 移动健康管理

8.4.2 社区医疗管理

8.4.3 大数据健康管理

8.4.4 寻找新的盈利点

第九章 2015-2019年中国健康体检机构市场竞争分析

9.1 2015-2019年中国健康体检行业进入壁垒分析

9.1.1 医疗执业资质壁垒

9.1.2 人才壁垒

9.1.3 管理壁垒

9.1.4 资金壁垒

9.2 2015-2019年中国健康体检行业竞争分析

9.2.1 市场主要体检机构的优劣势

9.2.2 健康体检市场竞争模式分析

9.2.3 健康体检市场竞争现状分析

9.2.4 健康体检市场关键竞争要素

9.2.5 健康体检市场竞争模式分析

9.2.6 健康体检市场竞争趋势预测分析

9.3 2015-2019年公立医院健康体检市场竞争分析

9.3.1 公立医院市场竞争力分析

9.3.2 公立医院健康体检市场竞争力SWOT分析

9.3.3 公立医院健康体检服务路线

9.4 2015-2019年年民营医院健康体检市场竞争分析

9.4.1 民营医疗机构市场竞争力分析

9.4.2 民营医疗机构市场竞争力SWOT分析

9.4.3 民营健康体检投资合并发展

9.5 2015-2019年疗养院健康体检市场竞争分析

9.5.1 疗养院市场竞争力分析

9.5.2 疗养院市场竞争力SWOT分析

9.6 2015-2019年门诊部健康体检市场竞争分析

9.6.1 门诊部市场竞争力分析

9.6.2 门诊部市场竞争力SWOT分析

第十章 2015-2019年中国健康体检行业营销模式及策略分析

10.1 健康体检行业营销综述

10.1.1 健康体检行业营销目的

10.1.2 健康体检行业营销体系

10.1.3 健康体检行业营销观念

10.1.4 健康体检行业营销技巧

10.2 健康体检行业营销策略分析

10.2.1 健康体检行业产品策略

10.2.2 健康体检行业价格策略

10.2.3 健康体检行业渠道策略

10.2.4 健康体检行业促销策略

10.2.5 健康体检行业服务质量策略

10.2.6 健康体检行业品牌竞争策略

10.2.7 健康体检行业管理策略

10.2.8 健康体检行业网络策略

10.3 2015-2019年健康体检行业营销策略案例分析

10.3.1 慈铭体检营销案例分析

10.3.2 爱康国宾营销案例分析

10.3.3 (HJ 327) 惠普体检高端店营销案例

10.3.4 美兆健康体检中心营销案例

10.3.5 扬州一二零医院体检康复中心营销案例

第十一章 2015-2019年健康体检所属行业重点省市投资潜力分析

11.1 2015-2019年上海市健康体检市场发展分析

11.1.1 上海市健康体检需求分析

11.1.2 上海市健康体检整体情况分析

11.1.3 上海市健康体检机构动态

11.1.4 上海市健康体检竞争趋势预测分析

11.1.5 上海残疾人健康体检服务

11.1.6 上海市健康体检发展对策

11.1.7 上海市健康体检发展潜力

11.2 2015-2019年北京市健康体检市场发展分析

- 11.2.1 北京市健康体检需求分析
- 11.2.2 北京市健康体检整体情况分析
- 11.2.3 北京市健康体检行业动态
- 11.2.4 北京市健康体检行业标准
- 11.2.5 北京市健康体检发展潜力
- 11.3 2015-2019年广州市健康体检市场发展分析
 - 11.3.1 广州市健康体检需求分析
 - 11.3.2 广州市健康体检市场现状调研
 - 11.3.3 广州市健康体检医院转型
 - 11.3.4 广州市健康体检项目分析
 - 11.3.5 广州健康体检问题及对策
 - 11.3.6 广州市健康体检发展趋势预测分析
- 11.4 2015-2019年西安市健康体检市场发展分析
 - 11.4.1 西安市健康体检需求分析
 - 11.4.2 西安市健康体检市场特点
 - 11.4.3 西安市体检市场竞争情况分析
 - 11.4.4 西安体检机构重视个性化
 - 11.4.5 西安市体检机构发展潜力
- 11.5 2015-2019年天津市健康体检市场发展分析
 - 11.5.1 天津市健康体检需求分析
 - 11.5.2 天津市健康体检市场综述
 - 11.5.3 天津市健康体检质量标准
 - 11.5.4 天津市防癌体检规模扩张
 - 11.5.5 天津市健康体检问题分析
- 11.6 2015-2019年浙江省健康体检市场发展分析
 - 11.6.1 浙江省健康体检需求分析
 - 11.6.2 浙江省健康产业发展优势
 - 11.6.3 浙江省健康体检相关政策
 - 11.6.4 浙江省健康体检投资策略
 - 11.6.5 浙江省健康产业发展目标
- 11.7 2015-2019年江苏省健康体检市场发展分析
 - 11.7.1 江苏省健康体检需求分析
 - 11.7.2 江苏省居民体质健康情况分析
 - 11.7.3 江苏省健康体检发展新模式
 - 11.7.4 江苏省健康体检问题分析

第十二章 中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析

12.1 美年大健康产业（集团）有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.1.4 财务状况分析

12.2 爱康国宾（iKang Healthcare Group, Inc.）

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 企业经营情况分析

12.2.5 企业业务范围

12.2.6 企业服务网点

12.3 其他健康体检机构

12.3.1 北京美兆健康体检中心有限公司

12.3.2 普惠体检健康产业集团

12.3.3 北京市体检中心

第十三章 2015-2019年中国健康体检行业投融资与并购分析

13.1 2015-2019年医疗健康产业投融资规模

13.1.1 2019年投融资规模

13.2 2015-2019年健康体检行业投融资案例分析

13.2.1 新华财富携手爱康国宾

13.2.2 爱康国宾私有化融资迷局

13.2.3 瑞慈医疗体检获基金投资

13.2.4 防癌体检平台获天使投资

13.3 2015-2019年健康体检行业并购案例分析

13.3.1 健康业并购特点和趋势预测分析

13.3.2 爱康国宾并购华检体检

13.3.3 美年大健康并购路径分析

13.3.4 体检巨头间收购反收购之战

13.3.5 迪安诊断拓展高端体检市场

13.4 2020-2025年健康体检行业投资机会

13.4.1 健康产业链投资机会

13.4.2 细分市场投资机会

13.4.3 不同主体投资机会

13.5 2020-2025年健康体检行业投资前景及防范

13.5.1 政策风险及防范

13.5.2 技术风险及防范

13.5.3 供求风险及防范

13.5.4 竞争风险及防范

13.5.5 人力风险及防范

13.6 中国健康体检行业投资建议

13.6.1 健康服务行业投资建议

13.6.2 中国健康管理盈利模式

13.6.3 健康体检行业盈利性分析

13.6.4 健康体检行业并购的法律关注点

第十四章 2020-2025年中国健康体检行业的前景及趋势预测分析

14.1 中国健康体检市场趋势预测分析

14.1.1 市场发展空间展望 (AK LYA)

14.1.2 未来专业市场容量

14.2 中国健康体检发展趋势预测分析

14.2.1 总体发展趋势预测分析

14.2.2 连锁化发展方向

14.2.3 健康管理发展方向

14.3 2020-2025年中国健康体检行业预测分析

14.3.1 对中国健康体检行业发展因素分析

14.3.2 对2020-2025年中国健康体检行业市场总量预测分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/493176.html>