

2017-2022年中国体检行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国体检行业市场运营态势及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/295859.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“高频”、“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

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 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 2017-2022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服务市场分析 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年男性客户体检查出的主要疾病及人数	143
六、2014-2016年女性客户体检查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 2017-2022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	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 2017-2022年中国体检行业发展趋势分析 260

第一节 2017-2022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、2017-2022年国内健康体检产业规模预测 268

第二节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国体检行业企业发展建议	299
第一节 2017-2022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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295859.html>