

2021-2027年中国专业健康 体检市场评估与投资策略报告

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

《2021-2027年中国专业健康体检市场评估与投资策略报告》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/202010/188996.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

健康体检其实是变被动检查为主动检查，变消极治病为积极防病的一种新的自我保健方式。市场参与主体多样化，专业体检机构发展迎来春天。

从体检类型看，专业体检机构主要针对健康人群提供全方位的健康体检和健康管理服务，与民营医院的体检服务存在明显的差别。从服务能力看，专业体检机构能够针对受检者要求，提供对多种类型的专业体检服务，与妇幼保健院、街道卫生院、乡镇卫生院和社区卫生服务中心（站）等存在显著差别。

由于公立医院的本质工作是为患病的人提供诊断及治疗服务，因此，体检只是作为其辅助业务而存在。而那些专业的体检机构是医疗细分领域分化的结果，较之公立医院，前者的服务理念和服务质量等方面存在明显的优势。此外，公立医院目前主营的依旧是中低档位的传统体检，而专业的体检机构除了传统体检外，还提供高端体检，这就给民营专业体检机构的进一步发展让出了市场契机。2017年我国专业健康体检市场份额为266亿元，专业健康体检市场份额占比从2010年的12.20%增长至2017年的19.21%。2011-2017年我国专业健康体检市场规模及份额走势图数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国专业健康体检市场评估与投资策略报告》共十四章。首先介绍了中国专业健康体检行业市场发展环境、专业健康体检整体运行态势等，接着分析了中国专业健康体检行业市场运行的现状，然后介绍了专业健康体检市场竞争格局。随后，报告对专业健康体检做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国专业健康体检行业发展趋势与投资预测。您若想对专业健康体检产业有个系统的了解或者想投资中国专业健康体检行业，本报告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 专业健康体检行业相关概述

1.1 专业健康体检简介

1.1.1 专业健康体检的相关定义

1.1.2 专业健康体检的基本分类

1.1.3 专业健康体检的服务项目和费用

- 1.1.4 专业健康体检和医疗体检的区别
- 1.1.5 专业健康体检的经济与社会效益
- 1.2 专业健康体检行业简述
 - 1.2.1 体检行业发展的必要性
 - 1.2.2 体检行业发展模式分析
 - 1.2.3 专业健康体检行业产生历史
 - 1.2.4 专业健康体检行业的生命周期
 - 1.2.5 专业健康体检行业产业链简介
- 1.3 专业健康体检机构介绍
 - 1.3.1 专业健康体检机构分类情况
 - 1.3.2 专业健康体检机构地位和作用
 - 1.3.3 专业健康体检机构的监管模式

第二章 2014-2019年医疗卫生服务行业发展分析

- 2.1 2014-2019年全球医疗行业发展状况
 - 2.1.1 全球医疗保健业迎来投资机遇
 - 2.1.2 全球健康服务产业发展分析
 - 2.1.3 美国医疗行业发展状况分析
 - 2.1.4 德国医疗行业发展状况分析
 - 2.1.5 印度医疗行业发展状况分析
 - 2.1.6 英国医疗行业发展状况分析
- 2.2 2014-2019年中国医疗行业发展概况
 - 2.2.1 中国医疗产业形成背景介绍
 - 2.2.2 中国医疗体制的改革与发展
 - 2.2.3 中国医疗产业发展阶段分析
 - 2.2.4 医疗卫生事业发展成就显著
 - 2.2.5 中国医疗事业发展特点分析
- 2.3 2014-2019年中国医疗卫生事业资源状况
 - 2.3.1 医疗卫生服务机构数量统计
 - 2.3.2 医疗卫生服务机构分布情况
 - 2.3.3 医疗卫生服务机构床位数量
 - 2.3.4 医疗卫生服务机构人员情况

- 2.3.5 医疗卫生服务机构服务情况
- 2.4 2014-2019年中国农村医疗卫生发展状况
 - 2.4.1 新型农村合作医疗发展状况
 - 2.4.2 农村三级医疗服务体系建设
 - 2.4.3 中国农村医疗服务情况分析
 - 2.4.4 重大疾病保障试点工作进展
 - 2.4.5 我国新农合工作要点分析
- 2.5 2014-2019年基层医疗卫生机构建设状况
 - 2.5.1 基层医疗机构医疗服务分析
 - 2.5.2 社区卫生服务机构情况分析
 - 2.5.3 乡镇卫生院服务情况分析
- 2.6 2014-2019年中国医药费用状况分析
 - 2.6.1 医疗卫生总费用情况
 - 2.6.2 城乡居民医疗保健支出
 - 2.6.3 政府部门卫生支出情况
 - 2.6.4 基层医疗机构医药费用
 - 2.6.5 医院机构医药费用情况

第三章 2014-2019年国际专业健康体检行业发展分析及经验借鉴

- 3.1 2014-2019年全球专业健康体检市场总体情况分析
 - 3.1.1 全球专业健康体检行业发展概述
 - 3.1.2 全球专业健康体检行业进展现状
 - 3.1.3 全球专业健康体检行业经验借鉴
 - 3.1.4 全球专业健康体检行业发展趋势
- 3.2 全球专业健康体检行业模式及经验借鉴
 - 3.2.1 美国专业健康体检模式
 - 3.2.2 英国专业健康体检模式
 - 3.2.3 日本专业健康体检模式
 - 3.2.4 KYN专业健康体检模式
- 3.3 全球专业健康体检行业主要机构分析
 - 3.3.1 美国WEBMD
 - 3.3.2 美国KAISER PERMANENTE

3.3.3 美国SWEDISH COVENANT HOSPITAL

3.3.4 英国BUPA体检中心

3.3.5 英国NUFFIELD医疗集团

3.3.6 日本PL东京健康管理中心

3.3.7 日本圣路加医院预防医疗中心

3.3.8 日本赤十字社熊本健康管理中心

3.3.9 台湾美兆MJ诊所

第四章 2014-2019年中国专业健康体检行业发展环境分析

4.1 经济环境

4.1.1 中国GDP增长情况分析

4.1.2 工业经济发展形势分析

4.1.3 财政收入与外汇储备分析

4.1.4 全社会固定资产投资分析

4.1.5 社会消费品零售总额分析

4.1.6 对外贸易的发展形势分析

4.2 政策环境

4.2.1 专业健康体检行业管理体制

4.2.2 专业健康体检行业政策法规

4.2.3 专业健康体检行业发展规划

4.2.4 健康服务业政策推进大事记

4.2.5 健康服务业国家层面发展战略发布

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

第五章 2014-2019年中国专业健康体检行业发展现状

5.1 中国专业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 2014-2019年中国专业健康体检行业运行状况

5.2.1 专业健康体检行业发展现状分析

公立医院体检部门和民营专业体检机构市场规模不断扩大，预计2019年公立医院体检部门市场规模超1200亿元，民营专业体检机构市场规模将达275.2亿元。2012-2018年中国健康体检行业民营专业体检机构市场规模资料来源：公开资料整理

5.2.2 中国专业健康体检市场容量分析

5.2.3 专业健康体检市场容量影响因素

5.2.4 专业健康体检业的商业整合模式

5.3 2014-2019年中国专业健康体检机构发展状况

5.3.1 中国体检机构业务发展状况

5.3.2 专业健康体检机构服务形式分析

5.3.3 专业健康体检机构从业人员分析

5.4 专业健康体检行业SWOT分析

5.4.1 专业健康体检行业比较优势

5.4.2 专业健康体检行业比较劣势

5.4.3 专业健康体检行业发展机遇

5.4.4 专业健康体检行业面临威胁

5.4.5 专业健康体检行业应对策略

5.5 中国专业健康体检行业存在的问题

5.5.1 体检行业准入标准不完善

5.5.2 体检行业收费标准不统一

5.5.3 体检行业从业人员不匹配

5.5.4 行业监管主体职责不明晰

5.5.5 专业健康体检服务行为不规范

5.5.6 专业健康体检发展模式同质化

5.6 中国专业健康体检行业的发展策略

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 2014-2019年中国专业健康体检行业运营模式探究

6.1 2014-2019年专业健康体检行业运营模式分析

6.1.1 体验式专业健康体检模式

6.1.2 管理式专业健康体检模式

6.1.3 中国式专业健康体检模式

6.1.4 未来式专业健康体检模式

6.2 2014-2019年专业健康体检机构运营模式分析

6.2.1 公立医院运营模式

6.2.2 专业体检中心运营模式

6.2.3 社区医疗服务中心运营模式

6.2.4 第三方专业健康体检机构运营模式

6.3 2014-2019年专业健康体检行业服务模式分析

6.3.1 实现“医检分离”

6.3.2 完善检查检测系统

6.3.3 体检套餐和检测项目

6.3.4 完善信息网络平台

第七章 2014-2019年中国新型农村合作医疗专业健康体检模式分析

7.1 新型农村合作医疗专业健康体检概述

7.1.1 新型农村合作医疗专业健康体检内涵

7.1.2 新型农村合作医疗专业健康体检主体

7.2 2014-2019年新型农村合作医疗进展

7.2.1 中国新型农村合作医疗制度基本内容

7.2.2 新型农村合作医疗制度特征分析

7.2.3 新型农村合作医疗制度覆盖水平

7.3 新型农村合作医疗专业健康体检不同模式比较

7.3.1 新型农村合作医疗专业健康体检模式界定

7.3.2 不同专业健康体检模式的设计与内容

7.3.3 不同专业健康体检模式的实施效果

7.3.4 不同专业健康体检模式优缺点分析

7.4 新型农村合作医疗专业健康体检存在的问题

- 7.4.1 农民参合积极性有待提高
- 7.4.2 管理体制未适应工作需要
- 7.4.3 筹资成本和补偿能力的问题
- 7.4.4 医疗监管难度系数较大
- 7.4.5 相关政策和立法有待完善
- 7.4.6 缺乏合理的人才机制
- 7.5 新型农村合作医疗专业健康体检的发展对策
 - 7.5.1 能力建设
 - 7.5.2 筹资建议
 - 7.5.3 组织建设
 - 7.5.4 制度建设
 - 7.5.5 政策建议
 - 7.5.6 人才建设

第八章 2014-2019年中国专业健康体检行业消费群体分析

- 8.1 2014-2019年城市居民健康状况调查
 - 8.1.1 疾病状况部分调查
 - 8.1.2 生活方式部分调查
 - 8.1.3 健康观念部分调查
- 8.2 专业健康体检群体心理需求分析
 - 8.2.1 专业健康体检群体平等心理
 - 8.2.2 专业健康体检群体消费心理
 - 8.2.3 专业健康体检群体便捷心理
 - 8.2.4 专业健康体检群体疑病心理
 - 8.2.5 专业健康体检群体恐惧心理
- 8.3 专业健康体检市场目标客户分析
 - 8.3.1 老年专业健康体检市场分析
 - 8.3.2 儿童专业健康体检市场分析
 - 8.3.3 女性专业健康体检市场分析
 - 8.3.4 职业白领专业健康体检市场分析
 - 8.3.5 高端客户群专业健康体检市场分析
 - 8.3.6 社区卫生服务专业健康体检市场分析

8.4 针对健康人群的体检服务对策

8.4.1 树立现代健康观念

8.4.2 优化管理体制

8.4.3 建立一站式服务流程

8.4.4 合理配置检查设备

8.4.5 做好体检后健康管理

第九章 2014-2019年中国专业健康体检机构市场竞争分析

9.1 2014-2019年中国专业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 2014-2019年中国专业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 专业健康体检市场竞争模式分析

9.2.3 专业健康体检市场竞争现状分析

9.2.4 专业健康体检市场关键竞争要素

9.2.5 高端体检市场成必争之地

9.2.6 专业健康体检市场进入“亿”级较量

9.3 2014-2019年公立医院专业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 公立医院专业健康体检市场竞争力SWOT分析

9.3.3 公立医院专业健康体检服务路线

9.4 2014-2019年民营医院专业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 “夹缝”中生存的民营专业健康体检

9.5 2014-2019年疗养院专业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 2014-2019年门诊部专业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 2014-2019年中国专业健康体检行业营销模式及策略分析

10.1 专业健康体检行业营销综述

10.1.1 专业健康体检行业营销目的

10.1.2 专业健康体检行业营销体系

10.1.3 专业健康体检行业营销观念

10.1.4 专业健康体检行业营销组合

10.1.5 医院品牌效应建设分析

10.1.6 专业健康体检行业营销技巧

10.2 专业健康体检行业营销策略分析

10.2.1 专业健康体检行业产品策略

10.2.2 专业健康体检行业价格策略

10.2.3 专业健康体检行业渠道策略

10.2.4 专业健康体检行业促销策略

10.2.5 专业健康体检行业服务质量策略

10.2.6 专业健康体检行业品牌竞争策略

10.2.7 专业健康体检行业管理策略

10.2.8 专业健康体检行业网络策略

10.3 专业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 惠普体检高端店营销案例

10.3.4 美兆专业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 2014-2019年中国专业健康体检行业重点省市投资潜力分析

11.1 2014-2019年上海市专业健康体检市场发展分析

11.1.1 上海市专业健康体检需求分析

11.1.2 上海市专业健康体检整体状况

11.1.3 上海市主要专业健康体检机构

- 11.1.4 上海市专业健康体检竞争趋势
- 11.1.5 上海市专业健康体检SWOT分析
- 11.1.6 上海市专业健康体检发展对策
- 11.1.7 上海市专业健康体检发展潜力
- 11.2 2014-2019年北京市专业健康体检市场发展分析
 - 11.2.1 北京市专业健康体检需求分析
 - 11.2.2 北京市专业健康体检整体状况
 - 11.2.3 北京市主要专业健康体检机构
 - 11.2.4 北京市专业健康体检总量分析
 - 11.2.5 北京市专业健康体检行业标准
 - 11.2.6 北京市专业健康体检发展潜力
- 11.3 2014-2019年广州市专业健康体检市场发展分析
 - 11.3.1 广州市专业健康体检需求分析
 - 11.3.2 广州市专业健康体检市场现状
 - 11.3.3 广州市专业健康体检市场规模
 - 11.3.4 广州市专业健康体检项目分析
 - 11.3.5 广州市专业健康体检机构分析
 - 11.3.6 广州专业健康体检问题及对策
 - 11.3.7 广州市专业健康体检发展潜力
 - 11.3.8 广州市专业健康体检发展趋势
- 11.4 2014-2019年西安市专业健康体检市场发展分析
 - 11.4.1 西安市专业健康体检需求分析
 - 11.4.2 西安市专业健康体检发展历程
 - 11.4.3 西安市专业健康体检市场规模
 - 11.4.4 西安市体检市场竞争状况
 - 11.4.5 西安市体检市场投资状况
 - 11.4.6 西安体检机构重视个性化
 - 11.4.7 西安市体检机构发展潜力
- 11.5 2014-2019年天津市专业健康体检市场发展分析
 - 11.5.1 天津市专业健康体检需求分析
 - 11.5.2 天津市主要专业健康体检机构
 - 11.5.3 天津市专业健康体检市场火爆

- 11.5.4 天津市专业健康体检问题分析
- 11.5.5 天津市专业健康体检发展潜力
- 11.6 2014-2019年浙江省专业健康体检市场发展分析
 - 11.6.1 浙江省专业健康体检需求分析
 - 11.6.2 浙江省健康产业发展优势
 - 11.6.3 浙江省专业健康体检发展潜力
 - 11.6.4 浙江省专业健康体检发展策略
 - 11.6.5 浙江省健康产业发展目标
- 11.7 2014-2019年江苏省专业健康体检市场发展分析
 - 11.7.1 江苏省专业健康体检需求分析
 - 11.7.2 江苏省居民健康状况分析
 - 11.7.3 江苏省专业健康体检问题分析
 - 11.7.4 江苏省专业健康体检发展潜力

第十二章 2014-2019年中国专业健康体检行业领先机构综合竞争力分析

- 12.1 慈铭专业健康体检管理集团股份有限公司
 - 12.1.1 企业发展简况分析
 - 12.1.2 企业经营情况分析
 - 12.1.3 企业业务范围分析
 - 12.1.4 企业专业健康体检模式
- 12.2 爱康国宾健康管理集团
 - 12.2.1 企业发展简况分析
 - 12.2.2 企业经营情况分析
 - 12.2.3 企业业务范围分析
 - 12.2.4 企业专业健康体检模式
- 12.3 美年大健康产业（集团）有限公司
 - 12.3.1 企业发展简况分析
 - 12.3.2 企业经营情况分析
 - 12.3.3 企业业务范围分析
 - 12.3.4 企业专业健康体检模式
- 12.4 北京美兆专业健康体检中心有限公司
 - 12.4.1 企业发展简况分析

12.4.2 企业经营情况分析

12.4.3 企业业务范围分析

12.4.4 企业专业健康体检模式

第十三章 2014-2019年中国专业健康体检行业投融资与并购分析

13.1 2014-2019年专业健康体检行业投融资现状分析

13.1.1 产业投资规模

13.1.2 产业融资规模

13.1.3 产业投资方式

13.1.4 产业投资领域

13.1.5 产业投资趋势

13.2 2014-2019年专业健康体检行业投融资案例分析

13.2.1 鼎辉国际投资慈铭体检

13.2.2 中经合等六家投资爱康国宾

13.2.3 浙江迪升投资北京现代阳光

13.2.4 凯雷投资美年大健康

13.3 2014-2019年专业健康体检行业并购案例分析

13.3.1 医疗健康业并购特点和趋势

13.3.2 专业健康体检行业并购情况

13.3.3 慈铭体检并购我佳专业健康体检

13.3.4 美年大健康并购康成和德立普

13.3.5 爱康国宾并购北京正清源专业健康体检中心

13.4 专业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 重点区域投资机会

13.5 专业健康体检行业投资风险及防范

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

13.5.6 管理风险及防范

13.5.7 市场风险及防范

13.6 中国专业健康体检行业投资建议

13.6.1 专业健康体检行业主要投资建议

13.6.2 中国健康管理的盈利模式

13.6.3 专业健康体检行业盈利性分析

13.6.4 专业健康体检行业并购的法律关注点

第十四章 2021-2027年中国专业健康体检行业的前景及趋势预测（ ）

14.1 行业发展影响因素

14.1.1 有利因素

14.1.2 不利因素

14.2 中国专业健康体检市场发展前景

14.2.1 健康服务市场发展前景展望

14.2.2 专业健康体检市场发展潜力巨大

14.2.3 专业健康体检业发展前景广阔

14.3 中国专业健康体检发展趋势预测

14.3.1 我国专业健康体检产业的发展趋势

14.3.2 我国专业健康体检机构的发展趋势

14.3.3 我国医院体检中心的发展趋势

14.3.4 我国专业健康体检市场需求趋势预测

14.3.5 2021-2027年专业健康体检行业发展预测分析（ ）

附录：

附录一：《专业健康体检管理暂行规定》

附录二：《专业健康体检基本项目目录》

附录三：《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的意见》

附录四：《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/188996.html>