

2015-2022年中国体检服务 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国体检服务市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1509/N51984K41L.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国体检服务市场现状分析及投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了体检服务行业相关概述、中国体检服务产业运行环境、分析了中国体检服务行业的现状、中国体检服务行业竞争格局、对中国体检服务行业做了重点企业经营状况分析及中国体检服务产业发展前景与投资预测。您若想对体检服务产业有个系统的了解或者想投资体检服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

人们的消费能力是影响健康体检消费需求的重要因素。近年来，我国经济发展势头良好，人均可支配收入及消费能力逐年提高；随着城镇居民健康意识的逐步增强，居民的健康消费需求大幅增长，人均医疗保健支出自2000年起大幅增加，个人客户在体检客户结构中的比例逐年增加，有力的推动了健康体检行业的发展。2008年我国健康检查市场总量已达1.96亿人次，市场容量已形成一定规模；2009年健康检查市场总量增长至2.30亿人次，比上年增长17.06%；2010年健康检查市场总量进一步扩大至2.87亿人次，比上年增长了24.84%。我国健康检查市场总量已形成一定规模并持续增长。2008年专业体检机构的体检量为391.4万人次，市场进入相对平稳的发展阶段，北京、上海等一线城市的专业体检机构数量不断增加，竞争趋于激烈，大型专业体检机构通过新开网点与收购相结合，迅速扩大市场份额，小型专业体检机构则逐渐退出市场；而一线城市以外的地区则还处于市场培育或初步发展阶段，市场潜在规模较大。2009年专业体验机构体检量达到488.42万人次，比2008年的391.40万人次大幅提高24.79%，市场进入相对快速的发展时期。2010年，专业体检机构行业集中度进一步提高，专业体检机构体检量在2009年的大幅上涨后继续保持上涨趋势，体检量约为542.39万人次，比2009年增长11.05%。

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。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。医院有一个难点是不能形成全国性的统一网络。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。全国性的大公司如中石化、中石油、IBM、联想等，这类企业非常希望有一

家体检中心能够总揽其全国的体检业务。由总公司集中采购、统一服务是趋势。如果民营机构的体检质量和品质有保证，征兵工作的体检就不一定要放在政府的体检中心，还有高考体检、高校的入学体检等。政府可以对公务员的体检采取集中采购的市场方式，虽然医疗要放在大医院，但是体检在操作上市场化是可以的，也许近期会有突破。当然，政府还可以对教师、学生、政府其他机构的体检福利统一安排，财政上统一采购。与健康相关的保险业务对体检有强烈需求，随着健康险的市场不断迅猛增加，这两种密切相关业务的发展空间都会巨大。

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2014-2015年中国医疗事业运行形势分析29

第一节2014-2015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2014-2015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2014-2015年国际体检市场运行状况分析63

第一节2014-2015年国际化体检模式分析63

第二节2014-2015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2014-2015年国际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2015-2022年国际体检市场趋势探析72

第四章2014-2015年中国体检行业运行新形势透析74

第一节2014-2015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2014-2015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2014-2015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2014-2015年中国体检行业市场运行形势分析96

第一节2014-2015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2014-2015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2014-2015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2014-2015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CRM112

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2014-2015年中国体检行业消费市场分析116

第一节2014-2015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2014-2015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2014-2015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、2014-2015年客户体检查出的主要疾病及人数122

五、2014-2015年男性客户体检出的主要疾病及人数122

六、2014-2015年女性客户体检出的主要疾病及人数123

七、2014-2015年客户疾病分析124

第八章2014-2015年中国体检行业竞争格局分析126

第一节2014-2015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2014-2015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2015-2022年中国体检行业竞争趋势分析136

第九章2014-2015年中国体检企业竞争策略分析138

第一节2014-2015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2014-2015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2014-2015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2014-2015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、企业概况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、公司经营模式分析152

三、慈铭健康体检对外合作战略153

四、公司动向153

第二节爱康国宾医疗154

一、企业概况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、公司经营模式160

三、公司战略161

四、公司发展动态161

第三节瑞新医疗中心161

一、企业概况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、公司经营战略分析168

第四节德立普体检机构169

一、企业概况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、公司服务特色175

三、公司竞争优势176

第五节和睦家医药176

一、企业概况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、公司定位高端医疗市场182

三、公司发展动向183

第十一章2014-2015年中国体检行业投资环境分析185

第一节2014-2015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、2015年地方体检市场规范法规187

二、2015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2014-2015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2014-2015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2014-2015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2014-2015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2015-2022年中国体检行业发展趋势分析210

第一节2015-2022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、2015-2022年国内健康体检产业规模预测	213
第二节2015-2022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2015-2022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2015-2022年中国体检业投资机会分析	219
第三节2015-2022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2015-2022年中国体检行业企业发展建议	235
第一节2015-2022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、博思数据结论247

图表目录：

图表12006-2014年医疗卫生机构数43

图表2医疗机构及床位数44

图表32006-2014年医疗卫生机构床位数及增长速度45

图表42006-2014年医疗卫生技术人员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72014年医疗服务工作量49

图表82006-2014年我国医疗卫生机构门诊量及增长速度49

图表92006-2014年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122014年新型农村合作医疗情况52

图表132014年农村乡镇卫生院医疗服务体系建设52

图表142014年村卫生室及人员数53

图表152014年社区卫生服务体系55

图表162014年基层医疗卫生机构门诊及住院病人人均医药费56

图表172014年医院门诊和住院病人人均医药费57

图表182014年全国甲乙类传染病报告发病率58

图表192014年全国丙类传染病报告发病率59

图表202014年孕产妇及儿童保健情况60

图表212014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232005-2014年国内健康体检业消费变化图87

图表242014年-2015年体检客户的性别统计87

图表252014年-2015年体检客户的年龄分布情况87

图表262014年-2015年体检客户的性别统计119

图表272014年-2015年体检客户的年龄分布情况121

图表282014年-2015年乙型肝炎病毒检测情况121

图表292014年-2015年男性客户体检出的主要疾病及人数123

图表302014年-2015年女性客户体检出的主要疾病及人数124

图表312014年-2015年客户体检查出的主要疾病及人数124

图表32近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司资产负债率变化情况147

图表33近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司产权比率变化情况147

图表34近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司固定资产周转次数情况148

图表35近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况149

图表36近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司总资产周转次数变化情况150

图表37近3年慈铭健康体检管理集团股份有限公司销售毛利率变化情况151

图表38近3年上海爱康国宾集团有限公司资产负债率变化情况154

图表39近3年上海爱康国宾集团有限公司产权比率变化情况155

图表40近3年上海爱康国宾集团有限公司固定资产周转次数情况156

图表41近3年上海爱康国宾集团有限公司流动资产周转次数变化情况157

图表42近3年上海爱康国宾集团有限公司总资产周转次数变化情况158

图表43近3年上海爱康国宾集团有限公司销售毛利率变化情况159

图表44近3年上海瑞新医疗中心有限公司资产负债率变化情况163

图表45近3年上海瑞新医疗中心有限公司产权比率变化情况164

图表46近3年上海瑞新医疗中心有限公司固定资产周转次数情况165

图表47近3年上海瑞新医疗中心有限公司流动资产周转次数变化情况166

图表48近3年上海瑞新医疗中心有限公司总资产周转次数变化情况166

图表49近3年上海瑞新医疗中心有限公司销售毛利率变化情况167

图表50近3年陕西德立普健康体检中心资产负债率变化情况169

图表51近3年陕西德立普健康体检中心产权比率变化情况170

图表52近3年陕西德立普健康体检中心固定资产周转次数情况171

图表53近3年陕西德立普健康体检中心流动资产周转次数变化情况172

图表54近3年陕西德立普健康体检中心总资产周转次数变化情况173

图表55近3年陕西德立普健康体检中心销售毛利率变化情况174

图表56近3年北京和睦家医院资产负债率变化情况177

图表57近3年北京和睦家医院产权比率变化情况177

图表58近3年北京和睦家医院固定资产周转次数情况178

图表59近3年北京和睦家医院流动资产周转次数变化情况179

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1509/N51984K41L.html>