

2018-2023年中国健康体检 市场竞争力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

《2018-2023年中国健康体检市场竞争力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/report/K24775WKLQ.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-04-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2018-2023年中国健康体检市场竞争力分析及投资前景研究报告》介绍了健康体检行业相关概述、中国健康体检产业运行环境、分析了中国健康体检行业的现状、中国健康体检行业竞争格局、对中国健康体检行业做了重点企业经营状况分析及中国健康体检产业发展前景与投资预测。您若想对健康体检产业有个系统的了解或者想投资健康体检行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国慢性病发病率快速提升、亚健康问题日益凸显、癌症发病率与死亡率持续攀升等社会共性问题将推动人们健康意识进一步提升。确定用户健康状况、早发现健康隐患等服务与用户需求匹配度极高，公立医院逐步实行“医检分离”推动公立医院体检专业化，民营专业体检机构高速发展等原因将共同促进中国体检行业健康高速发展。

2015年中国体检行业以超过25%的增速增长至940亿元，相对2010年的295亿元有了2倍多的增长，2011-2015这五年的行业复合增速达21%，行业增速高于整个医疗服务行业,2016年我国体检行业规模在1160亿元左右。

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 2014-2016年医疗卫生服务行业发展分析 11

2.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年国际健康体检行业发展分析及经验借鉴 54

3.1 2014-2016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 2014-2016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投资前景发布	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 2014-2016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 2014-2016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

健康体检属于预防医学的范畴，是医疗服务产业中的重要一环。美国医药协会于1900年的会议上提出每年一次健康检查的理念。1908年，美国士兵开始进行定期的健康体检。1947年，美国医药协会正式提出“健康体检”的概念，指出人们应当在还是健康的时候就去

看医生，而不是已经患病时才去，并建议每个35岁以上的健康人应每年做一次全面身体检查。实践表明，通过专业的健康体检筛选发现疾病或潜在疾病，可以有效提高和改善人们的生活质量。目前，日本有约70%的人选择专业体检机构进行体检。美国有7,700万人在大约650个健康管理组织中享受医疗服务。

目前，健康体检已经成为人们发现潜在疾病及自身保健的重要手段，在人们的保健中起着重要作用。世界卫生组织的研究表明，人类1/3的疾病是通过健康体检得到的信息反馈的。因此，每年常规做1至2次健康体检，已经逐渐被人们所接受。

相比境外健康体检行业而言，局限于国家政策、资金支持力度及居民健康意识水平，我国专业健康体检行业起步较晚，属于朝阳产业。2000年以前，国内的健康体检仅局限于就业、参军及入学等目的而进行的强制性专项体检和对享受保健待遇的领导干部及专家的保健体检，体检机构主要为政府指定的非营利性医疗机构。

2000年以后，随着国民经济的发展以及人民生活水平的提高，我国医疗卫生费用持续增加。随着人民生活水平及健康意识逐年增强，人们越来越关注自己的身体健康。特别是2003年以SARS的爆发为标志，全社会对医疗预防工作日趋重视，人们健康体检意识进一步增强，疾病的“早发现、早诊断、早治疗”已经逐渐成为人们的共识，人们对健康体检的需求呈现逐年递增的趋势，居民人均医疗保健支出从2000年起出现大幅增长，健康体检市场随之也在快速升温，健康体检行业步入快速增长期。随着国家鼓励健康体检行业发展的政策相继出台，行业监管政策日趋规范，全社会健康意识的不断提高，众多民营机构和社会资本不断进入健康体检领域，有力的促进了健康体检市场的快速发展，健康体检行业趋势预测广阔。根据国家统计局数据：2015年我国医疗卫生机构门诊健康检查人次为38457.9万人。

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 2014-2016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投资策略	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 2014-2016年中国健康体检行业运营模式探究 155

6.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国健康体检行业消费群体分析 180

8.1 2014-2016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 老年健康体检市场调研	184
8.3.2 儿童健康体检市场调研	186
8.3.3 女性健康体检市场调研	187
8.3.4 职业白领健康体检市场调研	188
8.3.5 高端客户群健康体检市场调研	189
8.3.6 社区卫生服务健康体检市场调研	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 2014-2016年中国健康体检机构市场竞争分析 194

9.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国健康体检行业重点省市投资潜力分析	233
11.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 浙江省健康体检投资策略	259
11.6.5 浙江省健康产业发展目标	260
11.7 2014-2016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 2014-2016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
12.1.5 企业服务网点分布	267
12.1.6 企业客户分析	268
12.1.7 企业设备环境分析	268
12.1.8 企业竞争优势分析	269
12.1.9 企业最新发展动向分析	270
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
12.2.5 企业服务网点分布	278
12.2.6 企业客户分析	278
12.2.7 企业竞争优势分析	278
12.2.8 企业最新发展动向分析	279
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
12.3.5 企业服务网点分布	285
12.3.6 企业客户分析	286
12.3.7 企业竞争优势分析	286
12.3.8 企业最新发展动向分析	288
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
12.4.5 企业客户分析	292
12.4.6 企业服务网点分析	293

12.4.7 企业竞争优势劣势分析 293

12.4.8 企业最新发展动向分析 293

第十三章 2014-2016年中国健康体检行业投融资与并购分析 295

13.1 2014-2016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 产业投资前景 297

13.2 2014-2016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 2014-2016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 健康体检行业投资前景及防范 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 2018-2024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 中国健康体检市场趋势预测	320
14.2.1 健康服务市场趋势预测展望	320
14.2.2 健康体检市场发展潜力巨大	321
14.2.3 健康体检业趋势预测广阔	322
14.3 中国健康体检发展趋势预测	322
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 2018-2024年健康体检行业发展预测分析	328

附录：

附录一：《健康体检管理暂行规定》	329
附录二：《健康体检基本项目目录》	332
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》	337
附录四：《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》	342

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/K24775WKLQ.html>