

2017-2022年中国体检服务 市场监测及投资趋势研究报告

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

《2017-2022年中国体检服务市场监测及投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201611/138701.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

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2014-2016年中国医疗事业运行形势分析29

第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016年国际体检市场运行状况分析63

第一节2014-2016年国际化体检模式分析	63
第二节2014-2016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2014-2016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2017-2022年国际体检市场趋势探析	72
第四章2014-2016年中国体检行业运行新形势透析	74
第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国体检行业市场运行形势分析	96
第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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CRM	112
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2014-2016年中国体检行业消费市场分析	116
第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016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、2014-2016年客户体检查出的主要疾病及人数	122
五、2014-2016年男性客户体检出的主要疾病及人数	122
六、2014-2016年女性客户体检出的主要疾病及人数	123
七、2014-2016年客户疾病分析	124
第八章2014-2016年中国体检行业竞争格局分析	126
第一节2014-2016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2014-2016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2017-2022年中国体检行业竞争趋势分析	136
第九章2014-2016年中国体检企业竞争策略分析	138
第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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、企业发展简况分析	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、企业经营情况分析	152
三、企业经营优劣势分析	153
四、公司动向	153
第二节爱康国宾医疗	154
一、企业发展简况分析	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、企业经营情况分析	160
三、企业经营优劣势分析	161
四、公司发展动态	161
第三节瑞新医疗中心	161
一、企业发展简况分析	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、企业经营情况分析	168
第四节德立普体检机构	169
一、企业发展简况分析	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、企业经营情况分析	175
三、企业经营优劣势分析	176

第五节和睦家医药176

一、企业发展简况分析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、企业经营情况分析182

三、企业经营优劣势分析183

第十一章2014-2016年中国体检行业投资环境分析185

第一节2014-2016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、2013年地方体检市场规范法规187

二、2013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2014-2016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2014-2016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2014-2016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2014-2016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2017-2022年中国体检行业发展趋势分析	210
第一节2017-2022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、2017-2022年国内健康体检产业规模预测	213
第二节2017-2022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2017-2022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2017-2022年中国体检业投资机会分析	219
第三节2017-2022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2017-2022年中国体检行业企业发展建议	235

第一节2017-2022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、结论	247

部分图表目录：

图表12011-2016年7月医疗卫生机构数	43
图表2医疗机构及床位数	44
图表32011-2016年7月医疗卫生机构床位数及增长速度	45
图表42011-2016年7月医疗卫生技术人员	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72015年医疗服务工作量	49
图表82011-2016年7月我国医疗卫生机构门诊量及增长速度	49
图表92011-2016年7月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122015年新型农村合作医疗情况	52

图表132015年农村乡镇卫生院医疗服务体系建设52

图表142015年村卫生室及人员数53

图表152015年社区卫生服务体系建设55

图表162015年基层医疗卫生机构门诊及住院病人人均医药费56

图表172015年医院门诊和住院病人人均医药费57

图表182015年全国甲乙类传染病报告发病率58

图表192015年全国丙类传染病报告发病率59

图表202015年孕产妇及儿童保健情况60

图表212015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232011-2016年国内健康体检业消费变化图87

图表242015年-2016年6月体检客户的性别统计87

图表252015年-2016年6月体检客户的年龄分布情况87

图表262015年-2016年6月体检客户的性别统计119

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201611/138701.html>