

2024-2030年中国体检服务 产业发展现状与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国体检服务产业发展现状与市场供需预测报告》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/202312/427718.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国体检服务产业发展现状与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 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 第二章中国医疗事业运行形势分析29 第一节中国医疗市场概况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、中国医疗市场预测41 第二节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 第三章国际体检市场运行状况分析63 第一节国际化体检模式分析63 第二节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 第四节国际体检市场趋势探析72 第四章中国体检行业运行新形势透析74 第一节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 第五章中国体检行业市场运行形势分析96 第一节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 第七章中国体检行业消费市场分析116 第一节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 第二节中国及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、乙型病毒检测情况121 四、客户体检查出的主要疾病及人数122 五、男性客户体检查出的主要疾病及人数122 六、女性客户体检查出的主要疾病及人数123 七、客户疾病分析124 第八章中国体检行业竞争格局分析126 第一节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 第三节中国体检行业竞争趋势分析136 第九章中国体检企业竞争策略分析138 第一节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 第十一章中国体检行业投资环境分析185 第一节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、地方体检市场规范法规187 二、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 第四节中国体检行业发展技术环境分析197 一、共性体检与个性化体检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 第十三章中国体检行业发展趋势分析210 第一节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、健康体检与健康产业前景213 六、国内健康体检产业规模预测213 第二节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 第二节中国体检业投资机会分析219 第三节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 第十五章中国体检行业企业发展建议235 第一节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 略••••完整报告请咨询客服 图表目录 图表1医疗卫生机构数43 图表2医疗机构及床位数44 图表3医疗卫生机构床位数及增长速度45 图表4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7医疗服务工作量49 图表8我国医疗卫生机构门诊量及增长速度49 图表9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12新型农村合作医疗情况52 图表13农村乡镇卫生院医疗服务体系建设52 图表14村卫生室及人员数53 图表15社区卫生服务体系建设55 图表16基层医疗卫生机构门诊及住院病人人均医药费56 图表17医院门诊和住院病人人均医药费57 图表18全国甲乙类传染病报告发病率58 图表19全国丙类传染病报告发病率59 图表20孕产妇及儿童保健情况60 图表21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23国内健康体检业消费变化图87 图表24体检客户的性别统计87 图表25体检客户的年龄分布情况87 图表26体检客户的性别统计119 图表27体检客户的年龄分布情况121 图表28乙型病毒检测情况121 图表29男性客户体检出的主要疾病及人数123 图表30女性客户体检出的主要疾病及人数124

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/427718.html>