

2024-2030年中国健康体检 市场评估与投资分析报告

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年中国健康体检市场评估与投资分析报告》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/202311/424288.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年中国健康体检市场评估与投资分析报告》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 健康体检行业相关概述 1.1 健康体检简介 1.1.1 健康体检的相关定义 1.1.2 健康体检项目及分类 1.1.3 健康体检和医疗体检的区别 1.2 健康体检行业简述 1.2.1 体检行业发展的必要性 1.2.2 健康体检行业发展历程 1.2.3 健康体检行业的生命周期 1.2.4 健康体检行业产业链简介 1.3 健康体检机构介绍 1.3.1 健康体检机构分类情况 1.3.2 健康体检机构地位和作用 1.3.3 健康体检机构的监管模式 第二章 医疗卫生服务行业发展分析 2.1 医疗服务业运行状况 2.1.1 行业发展现状 2.1.2 企业运营情况 2.1.3 市场特征分析 2.1.4 运行模式探索 2.1.5 政策环境分析 2.1.6 市场面临洗牌 2.1.7 互联网医疗发展 2.2 中国医疗服务规模现状 2.2.1 门诊和住院工作量 2.2.2 医院医师工作负荷 2.2.3 病人费用情况 2.2.4 病床使用情况 2.3 全国医疗卫生服务体系规划纲要（ ） 2.3.1 规划背景 2.3.2 规划目标和原则 2.3.3 总体布局 2.3.4 医疗卫生机构 2.3.5 卫生人才队伍 2.3.6 功能整合与分工协作 2.3.7 实施保障与监督评价 2.4 社会资本进入医疗服务领域分析 2.4.1 社会资本在医疗服务领域地位及作用 2.4.2 社会资本进入医疗服务领域的现状 2.4.3 社会资本进入医疗服务领域的主要模式 2.4.4 社会资本进入医疗服务领域面临的问题 2.4.5 社会资本进入医疗服务领域的难点 2.4.6 社会资本进入医疗服务领域的建议 2.5 中国医疗服务行业发展存在的问题 2.5.1 监管亟待加强 2.5.2 支付方式有待规范化 2.5.3 人均资源相对不足 2.5.4 服务质量急需提升 2.5.5 “碎片化”问题分析 2.6 中国医疗服务行业发展的对策 2.6.1 完善医疗服务监管体制的策略 2.6.2 提高医疗服务质量的手段 2.6.3 医疗服务创新发展之路 2.6.4 医疗服务体系“碎片化”问题解决措施 第三章 国际健康体检行业发展分析及经验借鉴 3.1 健康体检市场总体情况分析 3.1.1 行业发展概述 3.1.2 先进体检设备 3.1.3 行业发展趋势 3.2 健康体检行业运营状况 3.2.1 美国 3.2.2 英国 3.2.3 日本 3.2.4 韩国 3.2.5 新加坡 3.2.6 其他国家 3.3 健康体检主要机构发展分析 3.3.1 美国健康体检机构 3.3.2 英国健康体检机构 3.3.3 日本健康体检机构 3.3.4 台湾健康体检机构 第四章 中国健康体检行业发展环境分析 4.1 经济环境 4.1.1 世界经济形势分析 4.1.2 中国经济发展现状 4.1.3 经济结构转型分析 4.1.4 宏观经济发展走势 4.2 政策环境 4.2.1 健康体检行业管理体制 4.2.2 健康体检行业支持政策 4.2.3 健康体检行业相关政策 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 4.4 需求环境 4.4.1 国民健康素养水平 4.4.2 国民健康素养特征 4.4.3 国民健康状况调查 4.4.4 国民健康风险意识 4.4.5 中国健康战略计划 第五章 中国健康体检行业发展现状

5.1 中国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 中国健康体检行业运行状况 5.2.1 市场总量分析 5.2.2 市场规模分析 5.2.3 市场格局分析 5.3 中国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 健康体检机构服务形式分析 5.3.3 健康体检机构从业人员分析 5.4 中国健康体检行业SWOT分析 5.4.1 优势 (Strengths) 5.4.2 劣势 (Weaknesses) 5.4.3 机遇 (Opportunities) 5.4.4 威胁 (Threats) 5.5 中国健康体检行业存在的问题 5.5.1 准入标准不完善 5.5.2 收费标准不统一 5.5.3 工作人员不匹配 5.5.4 主体职责不明晰 5.5.5 服务行为不规范 5.6 中国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 中国健康体检机构的运营管理探究 6.1 中国健康体检机构运营管理的综合概述 6.1.1 健康体检机构存在形式 6.1.2 健康体检机构服务内容 6.1.3 存在的运营管理问题 6.1.4 机构良好运营管理对策 6.2 中国健康体检机构的质量管理方案 6.2.1 质量管理基本原则 6.2.2 质量管理框架设计 6.2.3 质量管理要点工作 6.3 中国健康体检机构的信息化建设方案 6.3.1 机构信息化建设现况 6.3.2 机构信息化建设对策 6.3.3 体检信息系统的安全管理 6.3.4 体检信息化效果评估 6.4 建立规范化健康管理模式 6.4.1 健康信息采集 6.4.2 健康风险评估 6.4.3 健康促进管理 第七章 中国农村医疗健康体检行业分析 7.1 中国农村医疗产业发展分析 7.1.1 医疗服务建设形势 7.1.2 民营医疗机构发展 7.1.3 新型农村合作医疗 7.2 中国农村健康体检发展的影响因素分析 7.2.1 缺乏优良体检环境 7.2.2 机构诊疗水平较低 7.2.3 农民体检意识不高 7.2.4 外出人员大量存在 7.3 中国农村健康体检业重点区域发展分析 7.3.1 重庆市 7.3.2 株洲市 7.3.3 宜城市 7.4 中国农村健康体检行业发展问题 7.4.1 准入标准不完善 7.4.2 体检环境待改善 7.4.3 规章制度不完善 7.4.4 基层医疗人员不足 7.5 中国农村健康体检市场发展策略分析 7.5.1 建立准入制度 7.5.2 规范体检场所 7.5.3 加强队伍建设 7.5.4 创新组织形式 第八章 中国互联网健康体检行业分析 8.1 中国互联网健康体检市场发展总况 8.1.1 行业相关概述 8.1.2 行业发展现状 8.1.3 与传统模式对比 8.1.4 行业发展潜力 8.2 移动互联环境下的健康体检运作方式 8.2.1 个性化的套餐选择 8.2.2 即时预约与提醒 8.2.3 有效的健康管理 8.3 “互联网+体检”重点平台发展动态 8.3.1 体检客 8.3.2 Go健康 8.3.3 康康体检网 8.3.4 中国健康网 8.4 移动互联环境下健康体检商业模式发展方向 8.4.1 移动健康管理 8.4.2 社区医疗管理 8.4.3 大数据健康管理 8.4.4 寻找新的盈利点 第九章 中国健康体检机构市场竞争分析 9.1 中国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 中国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 健康体检市场竞争模式分析 9.2.3 健康体检市场竞争现状分析 9.2.4 健康体检市场关键竞争要素 9.2.5 健康体检市场竞争模式分析 9.2.6 健康体检市场竞争趋势分析 9.3 公立医院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 公立医院健康体检市场竞争力SWOT分析 9.3.3 公立医院健康体检服务路线 9.4 年民营医院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 民营健康体检投资合并发展 9.5 疗养院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 门诊部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 中国健康体检行业营销模式及策略分析 10.1 健康体检行业营销综述 10.1.1 健康体检行业营销目的 10.1.2 健康体检行业营销体系 10.1.3 健康体检行业营销观念 10.1.4 健康体检行业营销技巧 10.2 健康体检行业营销策略分析 10.2.1 健康体检行业产品策略 10.2.2 健康体检行业价格策略 10.2.3 健康体检行业渠道策略 10.2.4 健康体检行业促销策略 10.2.5 健康体检行业服务质量策略 10.2.6 健康体检行业品牌竞争策略 10.2.7 健康体检行业管理策略 10.2.8 健康体检行业网络策略 10.3 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 健康体检行业重点省市投资潜力分析 11.1 上海市健康体检市场发展分析 11.1.1 上海市健康体检需求分析 11.1.2 上海市健康体检整体状况 11.1.3 上海市健康体检机构动态 11.1.4 上海市健康体检竞争趋势 11.1.5 上海残疾人健康体检服务 11.1.6 上海市健康体检发展对策 11.1.7 上海市健康体检发展潜力 11.2 北京市健康体检市场发展分析 11.2.1 北京市健康体检需求分析 11.2.2 北京市健康体检整体状况 11.2.3 北京市健康体检行业动态 11.2.4 北京市健康体检行业标准 11.2.5 北京市健康体检发展潜力 11.3 广州市健康体检市场发展分析 11.3.1 广州市健康体检需求分析 11.3.2 广州市健康体检市场现状 11.3.3 广州市健康体检医院转型 11.3.4 广州市健康体检项目分析 11.3.5 广州健康体检问题及对策 11.3.6 广州市健康体检发展趋势 11.4 西安市健康体检市场发展分析 11.4.1 西安市健康体检需求分析 11.4.2 西安市健康体检市场特点 11.4.3 西安市体检市场竞争状况 11.4.4 西安体检机构重视个性化 11.4.5 西安市体检机构发展潜力 11.5 天津市健康体检市场发展分析 11.5.1 天津市健康体检需求分析 11.5.2 天津市健康体检市场综述 11.5.3 天津市健康体检质量标准 11.5.4 天津市防癌体检规模扩张 11.5.5 天津市健康体检问题分析 11.6 浙江省健康体检市场发展分析 11.6.1 浙江省健康体检需求分析 11.6.2 浙江省健康产业发展优势 11.6.3 浙江省健康体检相关政策 11.6.4 浙江省健康体检发展策略 11.6.5 浙江省健康产业发展目标 11.7 江苏省健康体检市场发展分析 11.7.1 江苏省健康体检需求分析 11.7.2 江苏省居民体质健康状况 11.7.3 江苏省健康体检发展新模式 11.7.4 江苏省健康体检问题分析 第十二章 中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析 12.1 美年大健康产业(集团)有限公司 12.1.1 企业发展概况 12.1.2 经营效益分析 12.1.3 业务经营分析 12.1.4 财务状况分析 12.1.5 企业业务范围 12.1.6 企业服务网点 12.1.7 企业发展之路 12.1.8 未来前景展望 12.2 爱康国宾(iKang Healthcare Group, Inc.) 12.2.1 企业发展概况 12.2.2 企业经营状况 12.2.3 企业经营状况 12.2.4 企业经营状况 12.2.5 企业业务范围 12.2.6 企业服务网点 12.2.7 企业发展动态 12.3 其他健康体检

机构 12.3.1 北京美兆健康体检中心有限公司 12.3.2 普惠体检健康产业集团 12.3.3 北京市体检中心

第十三章 中国健康体检行业投融资与并购分析 13.1 医疗健康产业投融资规模 13.1.1 投融资规模 13.1.2 投融资规模 13.1.3 投融资规模 13.2 健康体检行业投融资案例分析 13.2.1 新华财富携手爱康国宾 13.2.2 爱康国宾私有化融资迷局 13.2.3 瑞慈医疗体检获基金投资 13.2.4 防癌体检平台获天使投资 13.3 健康体检行业并购案例分析 13.3.1 健康业并购特点和趋势 13.3.2 爱康国宾并购华检体检 13.3.3 美年大健康并购路径分析 13.3.4 体检巨头间收购反收购之战 13.3.5 迪安诊断拓展高端体检市场 13.4 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 不同主体投资机会 13.5 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 13.6 中国健康体检行业投资建议 13.6.1 健康服务行业投资建议 13.6.2 中国健康管理盈利模式 13.6.3 健康体检行业盈利性分析 13.6.4 健康体检行业并购的法律关注点

第十四章 中国健康体检行业的前景及趋势预测 14.1 中国健康体检市场发展前景 14.1.1 市场发展空间展望 14.1.2 未来专业市场容量 14.2 中国健康体检发展趋势分析 14.2.1 总体发展趋势 14.2.2 连锁化发展方向 14.2.3 健康管理发展方向 14.3 中国健康体检行业预测分析 14.3.1 对中国健康体检行业发展因素分析 14.3.2 对中国健康体检行业市场总量预测

略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/424288.html>