

2019-2025年中国健康体检市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国健康体检市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/382218.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

报告目录：	第一部分 产业环境透视	第一章 健康体检行业发展综述
第一节 健康体检行业相关概念概述	一、健康体检业态界定	二、健康体检发展阶段
第二节 中国健康体检所属行业经济指标分析	一、赢利性	二、成长速度
三、附加值的提升空间	四、进入壁垒/退出机制	(1) 医疗执业资质壁垒
(2) 人才壁垒	(3) 管理壁垒	(4) 资金壁垒
五、风险性	六、行业经营特点	(1) 季节性
(2) 区域性	(3) 抗周期性	七、竞争激烈程度指标
八、行业及其主要子行业成熟度分析	第二章 健康体检所属行业市场环境及影响分析	第一节 健康体检行业政治法律环境
一、行业管理体制分析	二、行业主要法律法规	(1) 关于医疗服务市场的政策及法律法规
(2) 关于医疗服务价格的政策及法律法规	(3) 关于医疗服务质量的政策及法规	(4) 关于医疗服务人员管理的政策及法律法规
(5) 关于医疗服务技术的法律法规及相关规范	三、健康体检行业相关标准	四、行业相关发展规划
五、政策环境对行业的影响	第二节 行业经济环境分析	一、宏观经济形势分析
二、宏观经济环境对行业的影响分析	第三节 行业社会环境分析	一、健康体检产业社会环境
二、社会环境对行业的影响	三、健康体检产业发展对社会发展的影响	第二部分 行业深度分析
第三章 我国健康体检所属行业运行现状分析	第一节 我国健康体检所属行业发展状况分析	一、我国健康体检行业发展历程
(1) 指令性体检阶段	(2) 预防保健性体检阶段	二、我国健康体检行业发展总体概况
三、我国健康体检行业发展特点分析	第二节 2013-2017年健康体检行业发展现状	一、健康体检行业发展意义
1、健康体检可以有效预防多种疾病	2、健康体检可以有效节省医疗费用支出	3、健康体检具有较好的社会效益
二、健康体检行业基本运行情况	1、健康体检市场容量	2、健康体检机构分类
3、健康体检服务形式	4、健康体检费用分析	第三节 中国健康体检市场运作分析
一、健康体检市场运作方式分析	二、健康体检市场运作趋势	第四节 中国健康体检细分市场分析
一、老年健康体检市场分析	二、儿童健康体检市场分析	三、女性健康体检市场分析
四、职业白领健康体检市场分析	第四章 我国健康体检所属行业整体运行指标分析	第一节 2013-2017年中国健康体检所属行业总体规模分析
第二节 2013-2017年中国健康体检所属行业财务指标总体分析	一、行业盈利能力分析	二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析	第三节 2013-2017年中国体检所属行业市场供给分析	一、中国体检行业市场供给分析

二、中国体检行业发展方向分析	第四节	2013-2017年中国体检所属行业细分市场的需求分析
第五节	2013-2017年中国体检所属行业市场供需平衡分析	第三部分 市场全景调研
第五章	中国健康体检所属行业运营模式探究	第一节 健康体检机构运营模式分析
一、公立医院体检中心运营模式		二、专业体检中心运营模式
三、社区医疗服务中心运营模式	四、第三方健康体检机构运营模式	第二节
健康体检行业产品运营模式分析	一、体验式健康体检模式	二、管理式健康体检模式
三、自助式健康体检模式	四、一站式健康体检模式	五、未来式健康体检模式
第六章	中国健康体检机构市场竞争分析	第一节 公立医院体检中心SWOT分析
一、公立医院体检中心比较优势	二、公立医院体检中心发展机遇	第二节
民营体检机构市场SWOT分析	一、民营体检机构市场发展	二、民营体检机构发展机遇
三、民营体检机构面临威胁	第三节	疗养院健康体检机构市场SWOT分析
一、疗养院健康体检机构比较优势		二、疗养院健康体检机构比较劣势
三、疗养院健康体检机构发展机遇	四、疗养院健康体检机构面临威胁	第七章
中国新型农村合作医疗健康体检的模式研究	第一节	新型农村合作医疗进展
一、中国新型农村合作医疗制度基本内容	1、新型农村合作医疗制度发展目标	
2、新型农村合作医疗制度实施原则	3、新型农村合作医疗制度筹资标准	
二、新型农村合作医疗制度特征分析	1、筹资主体发生变化	2、以大病统筹为主
3、农民自愿参加的原则	4、与医疗救助制度同步	5、政府支持力度提高
6、可持续性增强		
三、新型农村合作医疗制度覆盖水平	第二节	新型农村合作医疗健康体检内涵
一、新型农村合作医疗健康体检内涵		二、新型农村合作医疗健康体检主体
1、医疗机构——健康体检的经办者	2、地方政府——健康体检的组织和管理者	
3、参合农民——健康体检的直接参与者和受益者		第三节
新型农村合作医疗健康体检不同模式比较	一、新型农村合作医疗健康体检模式界定	
二、不同健康体检模式的设计与内容	三、不同健康体检模式的实施效果	
四、不同健康体检模式优缺点分析	第四节	新型农村合作医疗健康体检存在问题及建议
一、新型农村合作医疗健康体检存在问题	1、健康体检的设计理念不一致	
2、部分地区健康体检资金来源与拨付方式不规范		
3、健康体检对象的确定方式与监管力度有待完善与加强		
4、健康体检项目设置与农民期望值和有限经费补助之间存在矛盾		
5、健康体检的宣传力度和组织方式欠深入	6、部分体检机构服务能力和医生水平低下	
7、健康体检的质量和数量不足	二、新型农村合作医疗健康体检发展建议	1、政策建议
2、建设建议	3、组织建议	4、实施建议
5、管理建议		第八章
中国健康体检行业营销模式及策略分析	第一节	健康体检群体心理需求分析
一、健康体检群体平等心理	二、健康体检群体消费心理	三、健康体检群体便捷心理
四、健康体检群体疑病心理	五、健康体检群体恐惧心理	第二节
健康体检行业营销体系		

一、健康体检行业营销组合	1、目标市场细分与定位	2、如何满足顾客的需求
二、健康体检行业营销技巧	三、健康体检行业营销模式	1、数据库营销 2、交易营销
3、关系营销 4、知识营销	第三节 健康体检行业产品策略	第四节 健康体检行业价格策略
第五节 健康体检行业渠道策略	第六节 健康体检行业促销策略	一、广告宣传 二、人员推销
第七节 健康体检行业质量策略	一、技术人员 二、设备性能 三、检诊质量 四、健康指导	
第八节 健康体检行业管理策略	一、营销潜力 二、营销增长点 三、营销检查与考核	第九节
健康体检行业网络策略	一、网络推广 二、网络创新 三、网络营销	1、消费者策略
2、成本策略 3、方便性策略 4、沟通策略	四、体检客户关系管理系统	第四部分
竞争格局分析	第九章 中国健康体检行业重点省市投资潜力分析	第一节
上海健康体检行业投资潜力分析	一、上海健康体检行业需求分析	1、上海人口规模
2、上海卫生机构数量 3、上海医疗保险参保人数	二、上海健康体检行业竞争趋势	
1、上海健康体检市场竞争格局	2、上海健康体检市场竞争要素	
3、上海健康体检市场竞争趋势	三、上海健康体检行业SWOT分析	
1、上海健康体检行业优势分析	2、上海健康体检行业劣势分析	
3、上海健康体检行业机遇分析	4、上海健康体检行业威胁分析	
四、上海健康体检行业发展潜力	1、上海健康体检机构及数量	
2、上海健康体检市场容量分析	3、上海健康体检市场潜力分析	第二节
北京健康体检行业投资潜力分析	一、北京健康体检行业需求分析	1、北京人口规模
2、北京卫生机构数量 3、北京医疗保险参保人数	二、北京健康体检行业发展潜力	第三节
河北健康体检行业投资潜力分析	一、河北健康体检行业需求分析	1、河北人口规模
2、河北卫生机构数量 3、河北医疗保险参保人数	二、河北健康体检行业发展潜力分析	
第四节 天津健康体检行业投资潜力分析	一、天津健康体检行业需求分析	1、天津人口规模
2、天津卫生机构数量 3、天津医疗保险参保人数	二、天津健康体检行业发展潜力分析	
第五节 浙江健康体检行业投资潜力分析	一、浙江健康体检行业需求分析	1、浙江人口规模
2、浙江卫生机构数量 3、浙江医疗保险参保人数	二、浙江健康体检行业发展潜力分析	
第六节 江苏健康体检行业投资潜力分析	一、江苏健康体检行业需求分析	1、江苏人口规模
2、江苏卫生机构数量 3、江苏医疗保险参保人数	二、江苏健康体检行业发展潜力分析	
第七节 深圳健康体检行业投资潜力分析	一、深圳健康体检行业经营分析	
二、深圳健康体检行业发展潜力分析	第十章 2019-2025年健康体检行业竞争形势及策略	
第一节 行业总体市场竞争状况分析	一、健康体检行业竞争结构分析	
二、健康体检行业企业间竞争格局分析	三、健康体检行业集中度分析	
四、健康体检行业SWOT分析	1、有利因素 2、不利因素	第二节
中国健康体检行业竞争格局综述	一、健康体检行业竞争概况	
二、中国健康体检行业竞争力分析	三、健康体检行业主要企业竞争力分析	第三节
健康体检市场竞争策略分析	第十一章 2019-2025年健康体检行业领先企业经营形势分析	

第一节 美年大健康产业（集团）有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第二节
爱康国宾健康管理集团	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第三节
瑞慈医疗集团	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第四节
上海华检健康体检管理有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第五节
红鬃马医院投资管理（集团）股份有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第六节
山西和谐健康体检医院有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第七节
美兆健康管理集团	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第八节
西安普惠健康产业集团	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第九节
上海华领集团（中国）健康管理有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第十节
中信健康（深圳）投资管理有限公司	一、企业发展简况分析	二、企业经营情况分析	三、企业业务范围分析	四、企业服务网点分布	五、企业竞争优劣势分析	第五部分
发展前景展望	第十二章	2019-2025年健康体检行业前景及趋势预测	第一节	2019-2025年发展环境展望	第二节	2019-2025年体检行业发展趋势分析
一、2019-2025年技术发展趋势分析						
二、2019-2025年行业竞争格局展望						
2019-2025年中国体检市场趋势分析						一、2013-2017年体检市场趋势总结
二、2019-2025年体检发展趋势分析						三、2019-2025年体检市场发展空间
四、2019-2025年体检产业政策趋向						五、2019-2025年体检技术革新趋势
六、2019-2025年体检价格走势分析						第十三章
2019-2025年健康体检行业投资机会与风险防范	第一节	行业活力系数比较及分析	第二节	行业客户群体特征比较及分析	第三节	体检行业投资效益分析
一、2013-2017年体检行业投资状况分析						
二、2019-2025年体检行业投资效益分析						
三、2019-2025年体检行业投资趋势预测						四、2019-2025年体检行业的投资方向
五、2019-2025年体检行业投资的建议						六、新进入者应注意的障碍因素分析
影响体检行业发展的主要因素	一、2019-2025年影响体检行业运行的有利因素分析					第四节
二、2019-2025年影响体检行业运行的稳定因素分析						
三、2019-2025年影响体检行业运行的不利因素分析						

四、2019-2025年我国体检行业发展面临的机遇分析	第五节
体检行业投资风险及控制策略分析	一、2019-2025年体检行业市场风险及控制策略
二、2019-2025年体检行业政策风险及控制策略	
三、2019-2025年体检行业经营风险及控制策略	
四、2019-2025年体检行业技术风险及控制策略	
五、2019-2025年体检同业竞争风险及控制策略	
六、2019-2025年体检行业其他风险及控制策略	七、风险控制分析
发展战略研究	第十四章 2019-2025年健康体检行业面临的困境及对策
2017年健康体检行业面临的困境	第一节 健康体检企业面临的困境及对策
一、重点健康体检企业面临的困境及对策	二、中小健康体检企业发展困境及策略分析
三、国内健康体检企业的出路分析	第三节 中国健康体检行业存在的问题及对策
一、中国健康体检行业存在的问题	二、健康体检行业发展的建议对策
三、市场的重点客户战略实施	1、实施重点客户战略的必要性
3、强化重点客户的管理	2、合理确立重点客户
5、实施重点客户战略中需重点解决的问题	4、对重点客户的营销策略
第四节 中国健康体检市场发展面临的挑战与对策	
一、中国健康体检市场发展面临的挑战	二、中国健康体检市场发展对策分析
健康体检行业发展战略研究	第十五章 健康体检行业发展战略研究
二、技术开发战略	第一节 健康体检行业发展战略研究
三、业务组合战略	一、战略综合规划
四、区域战略规划	二、技术开发战略
五、产业战略规划	三、业务组合战略
六、营销品牌战略	四、区域战略规划
七、竞争战略规划	五、产业战略规划
一、企业品牌的重要性	第二节 对我国健康体检品牌的战略思考
三、健康体检企业品牌的现状分析	一、企业品牌的重要性
1、要树立强烈的品牌战略意识	二、健康体检实施品牌战略的意义
3、运用资本经营，加快开发速度	四、我国健康体检企业的品牌战略
5、实施规模化、集约化经营	1、要树立强烈的品牌战略意识
健康体检经营策略分析	2、选准市场定位，确定战略品牌
一、健康体检市场细分策略	3、运用资本经营，加快开发速度
三、品牌定位与品类规划	4、利用信息网，实施组合经营
四、健康体检新产品差异化战略	5、实施规模化、集约化经营
健康体检行业投资战略研究	第三节 健康体检品牌战略管理的策略
二、2019-2025年健康体检行业投资战略	一、健康体检经营策略分析
(1) 医疗设备行业	一、健康体检市场细分策略
(2) 医用消耗品行业	二、健康体检市场创新策略
健康体检行业研究结论及建议	三、品牌定位与品类规划
第二节 健康体检子行业研究结论及建议	四、健康体检新产品差异化战略
第三节 健康体检行业发展建议	第四节 健康体检行业投资战略研究
一、行业发展策略建议	一、2017年健康体检行业投资战略
三、行业投资方式建议	二、2019-2025年健康体检行业投资战略
图表目录：	三、2019-2025年细分行业投资战略
图表 1：中国健康体检发展历程	(1) 医疗设备行业
图表 2：2013-2017年中国国内生产总值增长统计	(2) 医用消耗品行业
图表 3：2017年年末人口数及其构成	第十六章 研究结论及发展建议
图表 4：2013-2017年中国城镇化率走势	第一节 健康体检行业研究结论及建议
图表 5：2013-2017年我国老年人口数量及比重	第二节 健康体检子行业研究结论及建议
图表 6：2013-2017年我国少儿人口数量及比重	第三节 健康体检行业发展建议
图表 7：2013-2017年我国女性人口数量及比重	一、行业发展策略建议
	二、行业投资方向建议

图表 8 : 2013-2017年中国健康体检行业总体市场规模 图表
9 : 2013-2017年中国体检行业盈利能力 图表 10 : 2013-2017年中国体检行业盈利能力 图表
11 : 2013-2017年中国体检行业盈利能力 图表 12 : 2013-2017年全国疗养院数量增长统计
图表 13 : 2017年末全国新型农村合作医疗情况 图表 14 : 不同健康体检模式的设计与内容
图表 15 : 不同体检模式下参合农民体检率比较 图表
16 : 不同体检模式下参检农民疾病检出率比较 图表 17 : 不同健康体检模式优缺点分析 图表
18 : 2017年上海卫生医疗情况 图表 19 : 上海主要健康体检机构 图表
20 : 2017年末常住人口及构成 图表 21 : 专业体检服务市场格局 图表
22 : 中国三大专业体检机构基本信息对比 图表 23 : 中国三大专业体检机构中心数目对比

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/382218.html>