

2008年~2012年中国健康服务暨体检行业深度调研与运行态势研究报告

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

《2008年~2012年中国健康服务暨体检行业深度调研与运行态势研究报告》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/200908/22623.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

【课题说明】

一、本研究课题资讯均源于《健康报》、《健康杂志》《中国生育健康杂志》、《中外妇儿健康》、《医学美容健康杂志》、《中华预防医学杂志》、《当代健康报》、《中国医学论坛报》、《中国保健》、《大众卫生报》、《健康》、《保健文汇》、《卫生政策》、《Provider》、《Family Medicinal Online》、《American Journal of Public Health》、《American Medical News》、《Journal of the American Medical Association》等国内外公开报刊出版物。部分资讯源自政府资助专项课题研究，课题已证实无保密限制。

二、本课题数据主要源自国家卫生部、科学技术部、国家统计局、卫生部卫生监督中心、中国健康网、American Health Care Association等机构，无准确出处数据文中将予说明。部分数据不吻合处我们资讯根据自身理解给予相应调整解释。为保证数据原始真实性，在不影响分析结果的情况下，部分存在偏差数据未作调整。

三、在分析构架上，本课题对于体检服务与其它健康美容服务纳入同一需求供给框架内综合分析，为便于结构完整与理解清晰，部分分析论述观点在课题中有重复出现。

四、本课题整体分析框架基于SCP模式，企业未来发展竞争格局基本采用SWOT分析法与迈克尔·波特五大因素分析法，营销分析以4P组合营销分析模型展开，相关产业结构对应的产业关联分析采用动静态结合供给需求分析。

【目录】

第一章 健康服务产业基本概述 7

第一节 行业定义与分类 7

一、行业定义 7

二、行业分类 7

三、行业基本模式 7

第二节 健康服务业特性分析 9

一、市场规模与潜力 9

二、行业所处的生命周期 11

三、行业盈利性分析 14

四、行业壁垒分析 15

五、地域性特征 17

第三节 世界健康服务产业简介 18

一、世界健康服务产业发展概述 18

二、美国健康服务业	19
三、日本健康服务产业	20
四、英国健康服务产业	21
五、澳大利亚健康服务业	22
六、国际健康管理主要模式分析	24
第四节 我国健康服务产业发展简述	25
一、我国健康产业发展简述	25
二、中西方健康产业差异比较	26
第二章 我国健康服务产业发展现状	28
第一节 我国健康服务业发展环境	28
一、宏观背景分析	28
二、需求现状分析	31
三、供给现状分析	32
四、政策环境分析	33
五、当前发展特点与趋势	34
六、2007年中国健康服务市场动态分析	35
第二节 健康服务关联产业分析	37
一、医疗（医院）市场分析	37
二、健康保险市场分析	38
三、健康用品市场分析	39
四、健身娱乐市场分析	39
五、健康服务业市场主体	41
第三节 健康服务业发展动态分析	42
一、投资动态分析	42
二、营销动态分析	43
三、健康服务行业SWOT分析	44
第三章 健康服务产业细分市场分析	45
第一节 区域细分市场分析	45
一、北京健康服务市场分析	45
二、上海健康服务市场分析	46
三、广州健康服务市场分析	47
四、深圳健康服务市场分析	48

五、其它一线城市市场分析	49
第二节 目标客户细分市场分析	49
一、儿童市场分析	50
二、老年市场分析	53
三、女性市场分析	53
四、生殖健康服务市场分析	57
五、亚健康服务市场分析	57
六、高收入人群市场分析	59
七、职业白领（外企员工）市场分析	60
八、社区市场分析	62
第四章 重点企业与经营模式分析	65
一、慈铭集团	65
二、深圳国康网公司	65
三、39健康网	67
四、爱康国宾	67
五、九华集团	68
六、北京五洲女子医院	69
七、北京华兆益生体检机构	69
八、北京同仁医院体检科	70
九、北京美兆健康服务中心有限公司	70
十、科瑞集团	71
十一、好人生健康产业集团	72
十二、北京佰众体检中心	72
十三、北京爱康医院	73
十四、北京环球医疗救援有限公司	73
十五、和睦家医院	75
十六、上海华山医院体检中心	75
十七、上海仁济医院PET-CT中心	75
十八、上海东方医院体检中心	76
十九、复旦大学附属妇产科医院红房子妇科体检中心	76
二十、上海知名健康服务服务机构综述	77
二十一、重点企业影响分析	80

第五章 竞争格局分析	81
第一节 目标市场竞争格局	81
第二节 服务产品竞争格局	82
第三节 潜在进入者竞争分析	83
第四节 企业战略竞争趋势	84
第六章 消费行为分析	86
第一节 消费心理分析	86
第二节 消费决策分析	87
第三节 消费特点描述	88
第四节 消费发展趋势	89
第七章 营销模式与发展预测	94
第一节 营销模式发展预测	94
第二节 产品策略分析	94
第三节 价格策略分析	96
第四节 渠道策略分析	99
一、对高收入者及企业高管的健康管理	99
二、对老年人的健康管理	100
三、对妇女儿童的健康管理	100
四、对基层社区人群的健康管理	100
第五节 促销策略分析	101
第六节 上市融资趋势分析	101
第八章 健康服务业发展建议	103
第一节 市场定位与投资	103
一、投资价值分析	103
二、投资方向分析	104
第二节 合作价值判断	106
第三节 第三方健康服务分析	107
第四节 客户关系管理与信息支撑体系建设	108

【图表目录】

图表 1 健康管理服务基本模型	8
图表 2 2003年~2009年我国卫生机构情况	9

图表 3 2003年~2009年我国卫生人员情况 10

图表 4 2003年~2009年我国卫生总费用情况 10

图表 5 我国人口健康状况 11

图表 6 产品生命周期曲线 12

图表 7 产品生命周期各阶段特征与策略 13

图表 8 2009年我国重点城市GDP总值与健康消费支出 15

图表 9 英国NHS数据标准组及其任务 21

图表 10 2007年~2009年我国GDP季度增幅比较 28

图表 11 2009年我国三个产业GDP增加值比较 28

图表 12 2004年~2009年我国GDP增长趋势图 29

图表 13 2003年~2009年我国城乡居民的恩格尔系数变化图 30

图表 14 2004~2009年我国医药工业总产值增长趋势 37

图表 15 我国健康服务行业SWTO分析 44

图表 16 北京居民健康消费支出对比表 45

图表 17 上海市主要区县域体检及医疗服务业务情况统计表 47

图表 18 广州地区部分体检中心一览 47

图表 19 城市女性对妇科检查及保健口所持态度 53

图表 20 北京环球医疗救援有限责任公司全国的网络医院 74

图表 21 波士顿矩阵分析表 83

图表 22 波特五力模型分析 84

图表 23 马斯洛心理需求层次图 86

图表 24 顾客购买心理示意图 87

图表 25 消费者决策过程 (CDP) 模型 87

图表 26 健康新服务开发的步骤 95

图表 27 2004年-2009年8月健康产业风投资金统计表 103

图表 28 INTRANET应用模式拓扑逻辑结构 109

图表 29 EXTRANET应用模式的拓扑逻辑结构 109

图表 30 企业自有WEB应用模式的拓扑逻辑结构 110

图表 31 主机托管应用模式的拓扑逻辑结构 111

图表 32 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 114

图表 33 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 115

图表 34 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 116

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/22623.html>