

2014-2018年中国健康服务 市场调研与投资决策报告

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

《2014-2018年中国健康服务市场调研与投资决策报告》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/201402/101933.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

健康服务业包括医疗护理、康复保健、健身养生等众多领域，是现代服务业的重要内容和薄弱环节。

随着生活水平提高，广大群众对健康服务的需求持续增长。要认真履行政府职责，在切实保障人民群众基本医疗卫生服务需求的同时，加大改革力度，充分调动社会力量，加快发展内容丰富、层次多样的健康服务业，实现基本和非基本健康服务协调发展。这是满足群众迫切需要、提升全民健康素质、保障和改善民生的又一重大举措，也是提升服务业水平、有效扩大就业、形成新的增长点、促进经济转型升级的重要抓手。

国务院《关于促进健康服务业发展的若干意见》界定的健康服务业产业范围：健康服务业的内涵外延，即以维护和促进人民群众身心健康为目标，主要包括医疗服务、健康管理与促进、健康保险以及相关服务，涉及药品、医疗器械、保健用品、保健食品、健身产品等支撑产业。

健康服务不同于医疗服务。医疗服务需求的前提是生病，这个需求的弹性小、服务特殊性强，市场机制作用受限。而健康服务业是以医疗服务为中心的前移和后延，生病不是前提，而需要少生病、生小病、晚生病，消费者福利增加了，这个市场需求弹性相对大、市场机制作用很大。

世界一些发达国家和地区，健康服务业已经成为现代服务业中的重要组成部分，产生了巨大的社会效益和经济效益，例如美国健康服务业规模相对于其国内生产总值比例超过17%，其他发达国家一般达到10%左右。相比而言，我国还处于起步阶段，除产业规模较小、服务供给不足外，我国健康服务业还存在服务体系不够完善，监管机制不够健全，开放程度偏低，观念相对滞后等问题，供给不足与资源浪费现象并存。《意见》对国内医疗服务业、医药行业、健康保险业等相关产业将产生巨大改变。

国务院日前公布《关于促进健康服务业发展的若干意见》，提出到2020年，基本建立覆盖全生命周期的健康服务业体系，健康服务业总规模达到8万亿元以上。在资本市场看来，国内的医疗卫生行业有望迎来巨大的变革和全新的投资机会。

自2012年以来，包括药品、医疗器械等在内的涉及健康服务概念的股票在二级市场一直受到投资者的追捧。有基金经理表示，在未来的很长时间内，传统产能的收缩和与民生、健康相关产能的扩张，将是一个大的趋势。这些行业中，尤其是医疗器械、创新药等，在政策扶持和市场需求不断扩大的双重刺激之下，将可能产生具有巨大成长潜力的企业。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国

经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及健康服务专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国健康服务行业作了详尽深入的分析，为健康服务产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一部分健康服务产业发展综述

第一章健康服务行业发展综述 1

第一节健康服务行业概述 1

一、行业定义与研究范围界定 1

二、健康服务行业分类 1

三、健康服务行业特点分析 1

四、健康服务行业地位分析 2

第二节健康服务行业投资特性分析 2

一、行业发展生命周期 2

二、行业进入壁垒 5

三、行业盈利模式 7

四、行业盈利因素 7

第二章国际健康服务行业发展分析 13

第一节国际健康服务行业发展环境 13

一、国际人口健康状况 13

二、国际宏观经济环境 13

三、国际健康服务市场监管 13

第二节国际健康服务行业发展分析 14

一、国际健康服务行业发展概况 14

二、国际健康管理模式分析 21

1、三级健康管理体系 21

2、健康管理三个循环环节 22

3、专项健康管理 22

4、健康管理目标人群 25

三、国际健康服务行业发展趋势 26

第三节主要国家健康服务行业发展分析 28

- 一、美国健康服务行业发展分析 28
- 二、日本健康服务行业发展分析 30
- 三、英国健康服务行业发展分析 32
- 四、法国健康服务行业发展分析 34

第二部分健康服务产业发展环境分析

第三章中国健康服务行业发展环境分析 36

第一节行业政策环境分析 36

- 一、行业管理体制 36
- 二、行业发展相关政策 36
 - 1、《关于深化医药卫生体制改革的意见》 36
 - 2、《医药卫生体制改革近期重点实施方案（2009-2011年）》 52
 - 3、《医药卫生体制五项改革2011年工作安排》 60
 - 4、《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构意见的通知》 73
 - 5、《健康体检服务管理办法》 79
 - 6、保健服务行业相关标准 83
- 三、行业发展规划 84

第二节行业经济环境分析 85

- 一、中国GDP增长情况分析 85
- 二、中国CPI波动情况分析 102
- 三、居民人均收入增长分析 102

第三节行业社会环境分析 104

- 一、中国人口规模 104
- 二、中国人口结构 108
- 三、中国人口老龄化进程 108
- 四、中国人口健康状况 109

第四章中国健康服务行业发展分析 110

第一节中国健康服务行业发展状况 110

- 一、中国健康服务行业发展总体概况 110
- 二、中国健康服务行业市场规模 112
- 三、国内健康服务机构经营模式 113

四、国内健康服务行业区域分布 115

第二节中西方健康服务行业差异比较 118

一、健康服务内容的差异 118

二、健康服务机构数量的差异 119

三、健康服务机构服务层次的差异 119

第三节中国健康服务行业供需分析 121

一、全国卫生费用支出分析 121

1、全国卫生总费用 121

2、卫生费用结构分布 121

3、卫生总费用占GDP比重 121

二、城乡居民医疗保健支出 122

1、城镇居民医疗保健支出增长 122

2、农村居民医疗保健支出增长 122

三、健康服务行业需求分析 123

四、中国健康服务行业供给分析 126

1、医疗服务机构 126

2、健康服务专用设备 126

3、健康服务管理软件 130

4、健康管理经营人才 130

第四节中国健康服务行业竞争分析 131

一、健康服务行业竞争格局 131

1、目标市场竞争格局 131

2、服务产品竞争格局 132

3、潜在进入者竞争分析 133

4、企业战略竞争趋势 134

二、健康服务行业竞争力分析 138

第五章中国健康服务行业细分市场分析 140

第一节中国健康服务行业目标客户细分市场分析 140

一、老年市场分析 140

二、儿童市场分析 140

三、女性市场分析 140

- 四、生殖健康服务市场分析 140
- 五、亚健康服务市场分析 141
- 六、高收入人群市场分析 141
- 七、职业白领市场分析 142
- 八、社区服务市场分析 142
- 第二节中国健康体检市场分析 143
 - 一、健康体检市场消费需求分析 143
 - 二、健康体检的消费形式 144
 - 三、健康体检市场规模 146
 - 四、健康体检的经济效益与社会效益 146
 - 五、循证医学与新技术的应用 147
 - 六、健康体检市场发展趋势 150
 - 1、健康体检市场模式发展趋势 150
 - 2、健康体检项目发展趋势 151
 - 3、健康体检营销模式发展趋势 152
 - 4、自费体检的流行化趋势 154
- 第三节中国休闲保健服务市场分析 154
 - 一、休闲保健服务消费群体 154
 - 二、休闲保健服务市场规模 155
 - 三、休闲保健服务消费需求分析 156
 - 四、休闲保健服务细分市场分析 156
 - 五、休闲保健市场发展前景 156
- 第四节中国妇幼保健服务市场分析 157
 - 一、中国妇幼保健市场规模 157
 - 1、妇幼保健院数量统计 157
 - 2、妇幼保健院床位统计 158
 - 3、妇幼保健院人员统计 158
 - 二、中国妇幼保健服务需求分析 159
 - 1、儿童与孕产妇死亡率 159
 - 2、儿童保健现状 159
 - 3、孕产妇保健现状 160
 - 4、妇女疾病查治情况 161

- 5、计划生育手术状况 162
- 6、婚前检查保健情况 162
- 三、中国妇幼保健服务供给分析 163
 - 1、门诊治疗人次 163
 - 2、实际开放总床日数 163
 - 3、病床使用率 164
 - 4、医师日均负担门诊人次 164
- 四、中国妇幼保健服务市场发展前景预测 165

第三部分健康服务产业营销分析

第六章中国健康服务行业营销分析 166

第一节消费者健康服务消费行为分析 166

- 一、健康服务消费心理分析 166
- 二、健康服务消费决策分析 167
- 三、健康服务消费特点分析 171
- 四、健康服务消费趋势分析 172

第二节中国健康服务行业营销模式 177

- 一、会员制营销模式 177
- 二、全面健康管理服务模式 178
- 三、服务管理模式 181

第三节中国健康服务行业产品策略 182

- 一、服务实体设计 182
- 二、衍生服务设计 183
- 三、品牌定位设计 183
- 四、服务特点营造 186
- 五、个性服务设计 186

第四节中国健康服务行业价格策略 187

- 一、健康服务产品基本价格 187
- 二、健康服务产品促销价格 188
- 三、健康服务产品付款方式 189

第五节中国健康服务行业渠道策略 190

- 一、服务网点设计 190

二、服务时间设计 191

三、服务配套设备 191

第六节中国健康服务行业促销策略 191

一、广告宣传 191

二、人员推销 192

三、营业推广 193

四、公共关系 194

五、客户挖掘 196

第四部分健康服务重点企业前景分析

第七章中国健康服务行业重点企业分析 199

第一节中国健康服务行业企业总体状况分析 199

第二节中国健康服务行业重点企业经营分析 200

一、慈铭健康体检管理集团股份有限公司经营情况分析 200

1、企业发展简况分析 200

2、企业经营情况分析 201

3、企业经营模式分析 202

4、企业服务内容分析 202

5、企业服务网点布局 202

6、企业设备规模与水平 202

7、企业经营状况SWOT分析 203

8、企业投资兼并与重组分析 204

9、企业最新发展动向分析 205

二、爱康国宾健康管理集团经营情况分析 206

1、集团发展简况分析 206

2、集团经营情况分析 206

3、集团经营模式分析 207

4、集团服务内容分析 208

5、集团服务网点布局 208

6、集团设备规模与水平 208

7、集团经营状况SWOT分析 208

8、集团投资兼并与重组分析 209

- 9、集团最新发展动向分析 210
- 三、39健康网经营情况分析 211
 - 1、企业发展简况分析 211
 - 2、企业经营情况分析 211
 - 3、企业经营模式分析 212
 - 4、网站栏目设置 212
 - 5、企业服务内容分析 212
 - 6、企业经营状况SWOT分析 213
 - 7、企业投资兼并与重组分析 213
- 四、美兆集团国际健康管理机构经营情况分析 213
 - 1、集团发展简况分析 213
 - 2、集团经营情况分析 213
 - 3、集团经营模式分析 213
 - 4、集团服务内容分析 214
 - 5、集团服务网点布局 214
 - 6、集团设备规模与水平 214
 - 7、集团经营状况SWOT分析 215
 - 8、集团最新发展动向分析 215
- 五、国康健康管理服务有限公司经营情况分析 215
 - 1、企业发展简况分析 215
 - 2、企业经营情况分析 216
 - 3、企业经营模式分析 216
 - 4、企业服务内容分析 216
 - 5、企业服务网点布局 217
 - 6、企业经营状况SWOT分析 217
 - 7、企业最新发展动向分析 219

- 第八章中国健康服务行业发展趋势及投资前景 220
 - 第一节中国健康服务行业发展前景 220
 - 一、健康产业发展空间巨大 220
 - 二、健康管理消费理念形成 224
 - 三、健康服务行业发展前景 228

四、健康服务行业发展趋势	230
第二节中国健康服务行业投资特点分析	231
一、健康服务行业投资特点分析	231
二、健康产业投资的产业关联度	235
三、国际国内市场健康产业投资重心	236
第三节中国健康服务行业投资分析	237
一、健康服务行业投资现状	237
二、健康服务行业投资风险	239
1、政策风险	239
2、技术风险	240
3、人力资源风险	241
4、供求风险	242
5、竞争风险	242
6、其他风险	243
三、健康服务行业投资机会分析	243

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/101933.html>