

# 2014-2019年中国体检市场 监测与未来发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国体检市场监测与未来发展策略咨询报告》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/201407/110366.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

人们的消费能力是影响健康体检消费需求的重要因素。近年来，我国经济发展势头良好，人均可支配收入及消费能力逐年提高；随着城镇居民健康意识的逐步增强，居民的健康消费需求大幅增长，人均医疗保健支出自2000年起大幅增加，个人客户在体检客户结构中的比例逐年增加，有力的推动了健康体检行业的发展。2008年我国健康检查市场总量已达1.96亿人次，市场容量已形成一定规模；2009年健康检查市场总量增长至2.30亿人次，比上年增长了17.06%；2010年健康检查市场总量进一步扩大至2.87亿人次，比上年增长了24.84%；2011年健康检查市场进一步扩大至3.2亿人次，2012年达到了3.5亿人次。我国健康检查市场总量已形成一定规模并持续增长。2008年专业体检机构的体检量为391.4万人次，2011年达到了645.34万人次，市场进入相对平稳的发展阶段，北京、上海、深圳等一线城市的专业体检机构数量不断增加，竞争趋于激烈，大型专业体检机构通过新开网点与收购相结合，迅速扩大市场份额，小型专业体检机构则逐渐退出市场；而一线城市以外的地区则还处于市场培育或初步发展阶段，市场潜在规模较大。2012年专业体验机构体检量达到788.25万人次，比2011年的645.34万人次大幅提高22.14%，市场进入相对快速的发展时期。

随着社会的不断进步，不断发展，人们对身体健康的要求越来越高，体检发展至今，已成大众生活中的一部分，也是社会不可忽视的一个行业。我国公立医院在体检业务上已经觉醒，并不断投入资源扶持院内体检业务的发展，各项法律法规业逐渐完善，医院的体检业务也渐渐成熟。除了去挖掘尚未体检的客户，或者去提升现有客户的消费潜力外，民营体检与公立医院对现有优质企业客户的竞争会日趋激烈。医院的体检方面还不是很完善，医院有一个难点是不能形成全国性的统一网络，还很大的一部分需要借助私营结构的协助。现在很容易看到企业客户体检业务主管在选择体检中心时的困惑，各家体检中心表面看上去差不多，没有明显差异性特色，深入去看都有很多问题，无从选择。客户希望能够看到有市场品牌和客户口碑的体检中心，常年合作，一劳永逸，实现双赢。经济水平和健康意识的提高，都会提高体检覆盖率和体检人群深度。设想其中一点，最近几年退休的人，已经养成体检习惯，退休后不能享受公费体检，却又处于各种疾病的高发时期，一定会自费或儿女承担体检费用。估计仅北京每年会有10万人退休。全国性的大公司如中石化、中石油、IBM、联想等，这类企业非常希望有一家体检中心能够总揽其全国的体检业务，免去中间体检的过程中出现的不必要的麻烦。由总公司集中采购、统一服务是未来体检行业发展的趋势。如果民营机构的体检质量和品质有保证，征兵工作的体检就不一定要放在政府的体检中心，还有高考体检、高校的入学体检等。政府可以对公务员的体检采取集中采购的市场方式，虽然医疗要放在大医院，但是体检在操作上市场化是可以的，私营机构能把握好机遇，严格执行国家相关政策、

法律法规，相信不久会有突破。当然，政府还可以对教师、学生、政府其他机构的体检福利统一安排，财政上统一采购。与健康相关的保险业务对体检有强烈需求，随着健康险的市场不断迅猛增加，这两种密切相关业务的发展空间都会巨大。

本《2014-2019年中国体检市场监测与未来发展策略咨询报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、中国医院协会、中国医师协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及体检研究单位等公布和提供的大量资料，结合公司对体检相关企业的实地调查，对我国体检行业盈利模式、市场发展现状与形势、竞争格局与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了体检行业的现状，存在的问题，并对体检行业的前景与风险作出了深入分析。报告揭示了体检市场潜在需求与潜在机会，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。

## 报告目录

### 第一部分 行业运行现状

#### 第一章 体检行业相关概述 1

##### 第一节 体检简述 1

###### 一、健康体检概念 1

###### 二、体检机构的分类 1

###### 三、各类体检机构的特点及优势 2

##### 第二节 体检行业发展模式 2

###### 一、体检行业转变服务理念分析 2

###### 二、民营体检商业模式分析 4

###### 三、管理式健康体检模式 7

##### 第三节 体检市场特征分析 8

###### 一、国内体检市场发展特征 8

###### 二、专业体检发展优势 9

###### 三、健康体检发展的机遇 10

###### 四、促进健康体检的健康发展 12

#### 第二章 2012-2013年中国医疗事业运行形势分析 13

##### 第一节 2012-2013年中国医疗市场概况 13

###### 一、医疗服务市场的基本特征 13

###### 二、医疗机构设置规划指导原则 21

三、2020年中国医疗市场预测	34
第二节 2011-2013年中国卫生事业发展情况分析	36
一、卫生资源	37
二、医疗服务	40
三、农村卫生	44
四、社区卫生	47
五、病人医药费用	48
六、疾病控制与公共卫生	50
七、妇幼卫生	51
八、卫生监督	53
第二部分 市场全景调研	
第三章 2012-2013年国际体检市场运行状况分析	56
第一节 2012-2013年国际化体检模式分析	56
第二节 2012-2013年国外企业健康管理分析	59
一、国外健康管理发展状况	59
二、国外健康管理干预效果	60
第三节 2012-2013年国际篇地区体检行业发展分析	61
一、美国健康管理市场分析	61
二、芬兰健康管理模式分析	62
三、日本健康管理规划分析	66
第四节 2014-2019年国际体检市场趋势探析	67
一、专业化体检是国际化新趋势	67
二、国外体检业的启示	68
第四章 2012-2013年中国体检行业运行新形势透析	71
第一节 2012-2013年中国体检行业现状分析	71
一、“政府购买服务”促进健康体检发展	71
二、健康体检发展的现状	73
三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势	75
四、中国健康管理的实践现状	76
五、体检产业链现状	81
六、体检行业存在的问题	84
第二节 2012-2013年中国体检市场格局分析	97

一、我国体检市场规模分析	97
二、我国健康体检市场格局	97
三、健康体检与健康管理服务市场分析	98
四、体检行业发展解决方案	99
五、未来我国体检模式探讨	101
第五章 2012-2013年中国体检行业市场运行形势分析	104
第一节 2012-2013年中国体检行业市场供给分析	104
一、健康消费产业及其特点	104
二、我国健康体检市场消费需求潜力	104
三、健康体检的消费形式	105
四、我国人口学特征与健康体检消费需求	105
五、我国体检行业标准缺失	105
第二节 2012-2013年中国体检市场深度剖析	108
一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析	108
二、健康体检的经济效益与社会效益	109
三、健康体检行业政策法规及新技术应用	110
第三节 2012-2013年中国休闲体检行业市场分析	111
一、休闲体检的概念	111
二、休闲体检的健康理念	112
三、休闲体检的全新模式	113
四、休闲体检的基本特色	114
五、休闲体检的主要功能	114
六、休闲体检的健康意义	114
七、休闲体检市场需求的分析	115
八、休闲体检前景分析	115
第六章 2012-2013年中国体检行业营销模式及客户策略分析	117
第一节 中国体检行业顾问式营销模式分析	117
一、顾问式销售	117
二、销售理念	117
三、销售顾问的基本要求	118
四、体检在民营医疗生存发展中作用	119
第二节 健康体检学科客户关系管理 (CRM) 分析	122

一、客户关系管理（CRM）产生的背景	122
二、CRM的含义	123
三、CRM的内容	123
第三节 健康体检客户管理规范	127
一、正确建立客户档案资料数据库	127
二、规范化管理体检客户档案	128
三、完善体检后续服务流程	130
第七章 2012-2013年中国体检行业消费市场分析	132
第一节 2012-2013年中国体检消费者分析	132
一、团体性客户	132
二、第三方客户	133
三、VIP个人客户	133
第二节 2012-2013年中国及各地区体检消费市场分析	134
一、中国城市体检消费市场分析	134
二、华南体检市场分析	135
三、西安体检成为健康消费主流	136
四、无锡健康消费前景分析	137
五、深圳体检市场情况分析	138
六、天津体检市场分析	140
第三节 2012-2013年体检客户异常结果统计分析	141
一、体检客户的性别统计	141
二、体检客户的年龄分布情况	141
三、乙型肝炎病毒检测情况	142
四、2012-2013年客户体检查出的主要疾病及人数	143
五、2012-2013年男性客户体检查出的主要疾病及人数	143
六、2012-2013年女性客户体检查出的主要疾病及人数	143
第三部分 竞争格局分析	
第八章 2012-2013年中国体检行业竞争格局分析	145
第一节 2012-2013年中国体检行业市场竞争分析	145
一、保险公司进军健康体检行业	145
二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌	146
三、公立医院体检中心与民营体检机构SWOT分析	147

第二节 2012-2013年政策对地方体检行业竞争影响	151
一、杭州体检市场利益争夺分析	151
二、武汉体检机构或将洗牌	156
三、石家庄体检产业竞争分析	158
四、北京体检市场将重新洗牌	158
第三节 2014-2019年中国体检行业竞争趋势分析	163
第九章 2012-2013年中国体检企业竞争策略分析	165
第一节 2012-2013年中国体检企业竞争策略分析	165
一、产品竞争策略	165
二、价格竞争策略	166
三、渠道竞争策略	166
四、销售竞争策略	167
五、服务竞争策略	167
六、品牌竞争策略	168
第二节 2012-2013年中国团体性体检客户市场开发策略	169
一、团体性客户分析	169
二、团体性客户开发流程	170
第三节 2012-2013年中国体检市场竞争策略分析	171
一、医检分离完善服务	171
二、医疗保险费用分担	172
第十章 2012-2013年中国主要体检重点机构竞争力分析	175
第一节 慈铭健康体检机构	175
一、企业概况	175
二、经营模式分析	176
三、慈铭健康体检对外合作战略	182
四、公司动向	185
第二节 爱康国宾医疗	186
一、企业概况	186
二、经营模式分析	187
三、市场拓展战略	192
四、公司发展动态	192
第三节 瑞新医疗中心	194



一、企业概况	194
二、公司经营战略分析	195
第四节 德立普体检机构	198
一、企业概况	199
二、企业服务特色	199
三、企业竞争优势	200
第五节 和睦家医院	200
一、企业概况	200
二、公司定位高端医疗市场	201
三、公司发展动向	205
第四部分 行业前景展望	
第十一章 2012-2013年中国体检行业投资环境分析	207
第一节 2012-2013年中国经济发展环境分析	207
一、国民经济运行情况	207
二、消费价格指数CPI、PPI分析	212
三、全国居民收入情况解读	214
四、2008-2012年恩格尔系数分析	215
五、2008-2012年工业发展形势走势	216
六、固定资产投资情况	217
七、2008-2012年对外贸易进出口分析	219
第二节 经济环境对体检行业的影响	223
一、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长	223
二、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升	223
三、医药产业环境分析	223
第三节 政策法规环境分析	238
一、2012年地方体检市场规范法规	238
二、2012年健康体检管理暂行规定	240
三、医疗医学向预防医学转变	245
四、健康体检监管存在漏洞	246
第四节 2012-2013年中国体检业社会发展环境分析	246
一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈	246
二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受	247

三、政府、企业将体检作为对职工实施“人文关怀”的新着力点 247

第五节 2012-2013年中国体检行业发展技术环境分析 248

一、共性体检与个体化体检 248

二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理 249

三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长 250

第十二章 2012-2013年中国体检行业投资现状分析 251

第一节 健康管理的盈利模式分析 251

一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式 251

二、健康管理以网络服务为主的赢利模式 252

三、健康管理以健康评估为主的赢利模式 253

四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式 254

五、健康管理以康复管理为主的赢利模式 255

六、健康管理以社区卫生中心常见病慢性病管理为主的赢利模式 255

七、健康管理以养老院为主的赢利模式 256

八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式 256

九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式 256

第二节 2012-2013年中国体检投资项目分析 257

一、项目前景 257

二、项目优势 258

三、项目投资 259

四、项目回报 259

第五部分 投资战略研究

第十三章 2014-2019年中国体检行业发展趋势分析 260

第一节 2014-2019年体检行业发展趋势分析 260

一、健康体检机构的连锁化及规模化经营 260

二、健康体检与健康管理结合 260

三、健康体检服务与医疗服务结合 261

四、健康体检与健康保险结合 261

五、健康体检与健康管理产业前景 262

六、2014-2019年国内健康体检产业规模预测 268

第二节 2014-2019年中国体检市场趋势分析 269

一、健康体检发展的趋势 269

二、心理体检成为趋势	271
三、国家为1.1亿老人体检计划	272
四、中国健康体检产业网络营销新趋势	273
五、自费体检的流行化趋势	274
六、体检行业的前景分析	274
第十四章 2014-2019年中国体检行业投资机会与风险预警	279
第一节 体检业投资特性	279
一、行业的周期性	279
二、行业的区域性	280
三、行业的上下游	280
四、行业准入门槛	281
第二节 2014-2019年中国体检业投资机会分析	281
一、中国体检业投资机会	281
二、健康体检产业市场容量巨大	283
三、体检业的投资方向	285
第三节 2012-2016年中国健康产业投资风险分析	286
一、朝阳产业需借力资本	287
二、风险投资瞄准“创业”与“创新”型项目	287
三、健康产业投资前景	288
第四节 影响体检行业发展的主要因素	289
一、中国健康管理的市场分析	289
二、健康体检机构的地位和作用	289
三、保健品服务营销中的健康管理	290
四、我国健康管理的发展方向	291
五、健康管理发展中的阻力	295
第十五章 2014-2019年中国体检行业企业发展建议	299
第一节 2014-2019年中国体检行业市场定位	299
一、市场定位概念	299
二、健康服务发展监管分析	299
三、存在的问题	300
四、推动健康体检发展的对策	302
第二节 第三方健康服务分析	304

### 第三节 客户关系管理与信息支撑体系建设 305

#### 一、客户关系管理系统定义 305

#### 二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》 306

### 第四节 客群管理与健康检查服务 307

#### 一、社会老龄化 307

#### 二、顾客关系管理 307

#### 三、医院客户关系管理系统的功能划分 308

#### 四、健检部门执行顾客关系管理之架构 310

#### 五、结论 311

### 图表目录

图表：2013年我国医药制造业增长速度分析 8

图表：2012年我国东部城镇居民参保情况分析 15

图表：2012年我国中部城镇居民参保情况分析 15

图表：2012年我国西部城镇居民参保情况分析 15

图表：2012年我国北京城镇居民参保情况分析 15

图表：2012年我国天津城镇居民参保情况分析 15

图表：2012年我国河北城镇居民参保情况分析 16

图表：2012年我国山西城镇居民参保情况分析 16

图表：2012年我国内蒙古城镇居民参保情况分析 16

图表：2012年我国辽宁城镇居民参保情况分析 16

图表：2012年我国吉林城镇居民参保情况分析 16

图表：2012年我国黑龙江城镇居民参保情况分析 17

图表：2012年我国上海城镇居民参保情况分析 17

图表：2012年我国江苏城镇居民参保情况分析 17

图表：2012年我国浙江城镇居民参保情况分析 17

图表：2012年我国安徽城镇居民参保情况分析 17

图表：2012年我国福建城镇居民参保情况分析 18

图表：2012年我国江西城镇居民参保情况分析 18

图表：2012年我国山东城镇居民参保情况分析 18

图表：2012年我国河南城镇居民参保情况分析 18

图表：2012年我国湖北城镇居民参保情况分析 18

图表：2012年我国湖南城镇居民参保情况分析 19

图表：2012年我国广东城镇居民参保情况分析 19  
图表：2012年我国广西城镇居民参保情况分析 19  
图表：2012年我国海南城镇居民参保情况分析 19  
图表：2012年我国重庆城镇居民参保情况分析 19  
图表：2012年我国四川城镇居民参保情况分析 20  
图表：2012年我国贵州城镇居民参保情况分析 20  
图表：2012年我国云南城镇居民参保情况分析 20  
图表：2012年我国西藏城镇居民参保情况分析 20  
图表：2012年我国陕西城镇居民参保情况分析 20  
图表：2012年我国甘肃城镇居民参保情况分析 21  
图表：2012年我国青海城镇居民参保情况分析 21  
图表：2012年我国宁夏城镇居民参保情况分析 21  
图表：2012年我国新疆城镇居民参保情况分析 21  
图表：2013年我国医药卫生领域固定资产投资情况 36  
图表：2011年我国专业卫生机构总数 38  
图表：2011年我国东部专业公共卫生机构数 38  
图表：2011年我国中部部专业公共卫生机构数 38  
图表：2011年我国中部部专业公共卫生机构数 39

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/110366.html>