

2023-2029年中国体检行业 分析与市场全景评估报告

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

《2023-2029年中国体检行业分析与市场全景评估报告》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/202305/361346.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

体检一般指体格检查。体格检查是指对人体形态结构和机能发展水平进行检测和计量。

中企顾问发布的《2023-2029年中国体检行业分析与市场全景评估报告》共十五章。首先介绍了体检行业市场发展环境、体检整体运行态势等，接着分析了体检行业市场运行的现状，然后介绍了体检市场竞争格局。随后，报告对体检做了重点企业经营状况分析，最后分析了体检行业发展趋势与投资预测。您若想对体检产业有个系统的了解或者想投资体检行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章体检行业相关概述

第一节体检简述

一、健康体检概念

二、体检机构的分类

三、各类体检机构的特点及优势

第二节体检行业发展模式

一、体检行业转变服务理念分析

二、民营体检商业模式分析

三、管理式健康体检模式

第三节体检市场特征分析

一、国内体检市场发展特征

二、专业体检发展优势

三、健康体检发展的机遇

四、促进健康体检的健康发展

第二章2019-2022年中国医疗事业运行形势分析

第一节2019-2022年中国医疗市场概况

- 一、医疗服务市场的基本特征
- 二、医疗机构设置规划指导原则
- 三、2022年中国医疗市场预测

第二节2019-2022年中国卫生事业发展情况分析

- 一、卫生资源
- 二、医疗服务
- 三、农村卫生
- 四、社区卫生
- 五、病人医药费用
- 六、疾病控制与公共卫生
- 七、妇幼卫生
- 八、卫生监督

第三章2019-2022年国际体检市场运行状况分析

第一节2019-2022年国际化体检模式分析

第二节2019-2022年国外企业健康管理分析

- 一、国外健康管理发展状况
- 二、国外健康管理干预效果

第三节2019-2022年国际地区体检行业发展分析

- 一、美国健康管理市场分析
- 二、芬兰健康管理模式分析
- 三、日本健康管理规划分析

第四节2023-2029年国际体检市场趋势探析

- 一、专业化体检是国际化新趋势
- 二、国外体检业的启示

第四章2019-2022年中国体检行业运行新形势透析

第一节2019-2022年中国体检行业现状分析

- 一、“政府购买服务”促进健康体检发展
- 二、健康体检发展的现状
- 三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势
- 四、中国健康管理的实践现状

五、体检产业链现状

六、体检行业存在的问题

第二节2019-2022年中国体检市场格局分析

一、我国体检市场规模分析

二、我国健康体检市场格局

三、健康体检与健康管理市场分析

四、体检行业发展解决方案

五、未来我国体检模式探讨

第五章2019-2022年中国体检行业市场运行形势分析

第一节2019-2022年中国体检行业市场供给分析

一、健康消费产业及其特点

二、我国健康体检市场消费需求潜力

三、健康体检的消费形式

四、我国人口学特征与健康体检消费需求

五、我国体检行业标准缺失

第二节2019-2022年中国体检市场深度剖析

一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析

二、健康体检的经济效益与社会效益

三、健康体检行业政策法规及新技术应用

第三节2019-2022年中国休闲体检行业市场分析

一、休闲体检的概念

二、休闲体检的健康理念

三、休闲体检的全新模式

四、休闲体检的基本特色

五、休闲体检的主要功能

六、休闲体检的健康意义

七、休闲体检市场需求的分析

八、休闲体检前景分析

第六章2019-2022年中国体检行业营销模式及客户策略分析

第一节中国体检行业顾问式营销模式分析

- 一、顾问式销售
- 二、销售理念
- 三、销售顾问的基本要求
- 四、体检在民营医疗生存发展中作用
- 第二节健康体检学科客户关系管理（CRM）分析
 - 一、客户关系管理（CRM）产生的背景
 - 二、CRM的含义
 - 三、CRM的内容
- 第三节健康体检客户管理规范
 - 一、正确建立客户档案资料数据库
 - 二、规范化管理体检客户档案
 - 三、完善体检后续服务流程

第七章2019-2022年中国体检行业消费市场分析

- 第一节2019-2022年中国体检消费者分析
 - 一、团体性客户
 - 二、第三方客户
 - 三、VIP个人客户
- 第二节2019-2022年中国及各地区体检消费市场分析
 - 一、中国城市体检消费市场分析
 - 二、华南体检市场分析
 - 三、西安体检成为健康消费主流
 - 四、无锡健康消费前景分析
 - 五、深圳体检市场情况分析
 - 六、天津体检市场分析
- 第三节2019-2022年体检客户异常结果统计分析
 - 一、体检客户的性别统计
 - 二、体检客户的年龄分布情况
 - 三、乙型肝炎病毒检测情况
 - 四、2019-2022年客户体检查出的主要疾病及人数
 - 五、2019-2022年男性客户体检出的主要疾病及人数
 - 六、2019-2022年女性客户体检出的主要疾病及人数

第八章2019-2022年中国体检行业竞争格局分析

第一节2019-2022年中国体检行业市场竞争分析

- 一、保险公司进军健康体检行业
 - 二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌
 - 三、公立医院体检中心与民营体检机构SWOT分析
- ### 第二节2019-2022年政策对地方体检行业竞争影响
- 一、杭州体检市场利益争夺分析
 - 二、武汉体检机构或将洗牌
 - 三、石家庄体检产业竞争分析
 - 四、北京体检市场将重新洗牌
- ### 第三节2023-2029年中国体检行业竞争趋势分析

第九章2019-2022年中国体检企业竞争策略分析

第一节2019-2022年中国体检企业竞争策略分析

- 一、产品竞争策略
- 二、价格竞争策略
- 三、渠道竞争策略
- 四、销售竞争策略
- 五、服务竞争策略
- 六、品牌竞争策略

第二节2019-2022年中国团体性体检客户市场开发策略

- 一、团体性客户分析
- 二、团体性客户开发流程

第三节2019-2022年中国体检市场竞争策略分析

- 一、医检分离完善服务
- 二、医疗保险费用分担

第十章中国主要体检重点机构竞争力分析

第一节慈铭健康体检机构

- 一、企业概况
- 二、企业服务特色

三、企业竞争优势

第二节爱康国宾医疗

一、企业概况

二、企业服务特色

三、企业竞争优势

第三节瑞新医疗中心

一、企业概况

二、企业服务特色

三、企业竞争优势

第四节德立普体检机构

一、企业概况

二、企业服务特色

三、企业竞争优势

第五节和睦家医院

一、企业概况

二、企业服务特色

三、企业竞争优势

第十一章2019-2022年中国体检行业投资环境分析

第一节2019-2022年中国经济发展环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数CPI、PPI分析

三、全国居民收入情况解读

四、2019-2022年恩格尔系数分析

五、2019-2022年工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

第二节经济环境对体检行业的影响

一、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长

二、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升

三、医药产业环境分析

第三节政策法规环境分析

一、2022年地方体检市场规范法规

二、2022年健康体检管理暂行规定

三、医疗医学向预防医学转变

四、健康体检监管存在漏洞

第四节2019-2022年中国体检业社会发展环境分析

一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈

二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受

三、政府、企业将体检作为对职工实施“人文关怀”的新着力点

第五节2019-2022年中国体检行业发展技术环境分析

一、共性体检与个体化体检

二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理

三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长

第十二章2019-2022年中国体检行业投资现状分析

第一节健康管理的盈利模式分析

一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式

二、健康管理以网络服务为主的赢利模式

三、健康管理以健康评估为主的赢利模式

四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式

五、健康管理以康复管理为主的赢利模式

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

七、健康管理以养老院为主的赢利模式

八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式

九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式

第二节2019-2022年中国体检投资项目分析

一、项目前景

二、项目优势

三、项目投资

四、项目回报

第十三章2023-2029年中国体检行业发展趋势分析

第一节2023-2029年体检行业发展趋势分析

一、健康体检机构的连锁化及规模化经营

- 二、健康体检与健康管理的结合
- 三、健康体检服务与医疗服务结合
- 四、健康体检与健康保险结合
- 五、健康体检与健康管理的产业前景
- 六、2023-2029年国内健康体检产业规模预测

第二节 2023-2029年中国体检市场趋势分析

- 一、健康体检发展的趋势
- 二、心理体检成为趋势
- 三、国家为老人体检计划
- 四、中国健康体检产业网络营销新趋势
- 五、自费体检的流行化趋势
- 六、体检行业的前景分析

第十四章 2023-2029年中国体检行业投资机会与风险预警

第一节 体检业投资特性

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业准入门槛

第二节 2023-2029年中国体检业投资机会分析

- 一、中国体检业投资机会
- 二、健康体检产业市场容量巨大
- 三、体检业的投资方向

第三节 2023-2029年中国健康产业投资风险分析

- 一、朝阳产业需借力资本
- 二、风险投资瞄准“创业”与“创新”型项目
- 三、健康产业投资前景

第四节 影响体检行业发展的主要因素

- 一、中国健康管理的市场分析
- 二、健康体检机构的地位和作用
- 三、保健品服务营销中的健康管理
- 四、我国健康管理的发展方向

五、健康管理发展中的阻力

第十五章2023-2029年中国体检行业企业发展建议

第一节2023-2029年中国体检行业市场定位

一、市场定位概念

二、健康服务发展监管分析

三、存在的问题

四、推动健康体检发展的对策

第二节第三方健康服务分析

第三节客户关系管理与信息支撑体系建设

一、客户关系管理系统定义

二、《健康体检客户关系管理系统》

第四节客群管理与健康检查服务

一、社会老龄化

二、顾客关系管理

三、医院客户关系管理系统的功能划分

四、健检部门执行顾客关系管理之架构

五、结论

部分图表目录：

图表：2019-2022年我国医院数量及增长分析

图表：2019-2022年我国医院数量分析（按经济类型分）

图表：2019-2022年我国医院数量分析（按主办单位分）

图表：2019-2022年我国医院数量分析（按管理类型分）

图表：2019-2022年我国医院数量分析（按医院等级分）

图表：2019-2022年我国医院数量分析（按机构类型分）

图表：2019-2022年基层医疗卫生机构门诊和住院病人人均医药费用

图表：2019-2022年医疗门诊和住院病人人均医药费用

图表：2019-2022年全国甲乙类传染病报告发病及死亡数

图表：2019-2022年全国丙类传染病报告发病及死亡数

图表：2019-2022年孕产妇及儿童保健情况

图表：2019-2022年监测地区孕产妇及儿童死亡率

图表：2019-2022年中国医疗器械市场规模

图表：2019-2022年我国优势大医疗器械所占市场份额变化情况
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/361346.html>