

2023-2029年中国健康体检 行业研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国健康体检行业研究与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/202308/15-546610.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国健康体检行业研究与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国健康体检行业发展环境分析

1.1 健康体检行业概念及产业链分析

1.1.1 健康体检行业定义

1.1.2 健康体检行业产业链简介

1.1.3 健康体检行业上下游分析

（1）健康体检行业上游分析

（2）健康体检行业下游分析

1.2 健康体检行业政策环境分析

1.2.1 健康体检行业管理体制

1.2.2 健康体检行业政策法规

（1）《健康体检管理暂行规定》

（2）《健康体检基本项目目录》

（3）《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的意见》

1.2.3 健康体检行业发展规划

（1）《健康中国行动（2022-2027年）》

（2）《全国医疗卫生服务体系规划纲要（2016-2021年）》

（3）《关于促进健康服务业发展的若干意见》

1.2.4 健康体检行业政策环境影响分析

1.3 健康体检行业需求环境分析

1.3.1 居民健康意识变化情况

1.3.2 居民健康状况分析

（1）中国居民健康状况不容乐观

（2）慢性病成主要健康威胁因素

（3）都市中青年亚健康人群占比趋高

(4) 健康体检对于预防慢性病具有重要意义

1.3.3 居民支付能力分析

(1) 城乡居民人均收入情况

(2) 城乡居民人均医疗保健支出情况

1.3.4 健康体检行业需求环境影响分析

第2章：健康体检行业发展分析

2.1 国际健康体检行业发展现状

2.1.1 国际健康体检行业发展现状

2.1.2 国际健康体检模式分析

(1) 日本健康体检模式

(2) 英美健康体检模式

(3) KYN健康体检模式

2.1.3 国际健康体检模式经验借鉴

2.1.4 国际健康体检机构发展分析

(1) 英国BUPA健检中心

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(2) 英国Nuffield医疗集团

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(3) 美国Kaiser Permanente

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(4) 美国Swedish Covenant Hospital

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优势分析

(5) 日本PL东京健康管理中心

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优劣势分析

(6) 日本圣路加医院预防医疗中心

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优劣势分析

(7) 日本赤十字社熊本健康管理中心

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优劣势分析

(8) 台湾美兆MJ诊所

1) 企业发展简况

2) 企业主营业务分析

3) 企业竞争优劣势分析

2.1.5 国际健康体检行业发展趋势分析

2.2 中国健康体检行业发展现状

2.2.1 健康体检发展历程

2.2.2 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

2.2.3 健康体检行业存在问题及解决对策

(1) 存在问题

(2) 解决对策

2.2.4 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

2.3 中国健康体检市场运作分析

2.3.1 健康体检市场运作方式分析

- (1) 与医院的合作
- (2) 与中介机构的合作
- (3) 保险公司的介入

2.3.2 健康体检市场运作趋势

- (1) 产业化方向发展
- (2) 管理和运作专业化发展
- (3) 体检流程和体检结果标准化发展
- (4) 体检需求和服务的个性化发展

2.4 中国健康体检行业面临机遇与挑战

2.4.1 健康体检行业发展机遇

2.4.2 健康体检行业面临威胁

第3章：中国健康体检行业运营模式探究

3.1 健康体检机构运营模式分析

3.1.1 医院体检中心运营模式

3.1.2 专业体检中心运营模式

3.1.3 社区医疗服务中心运营模式

3.2 健康体检行业产品运营模式分析

3.2.1 体验式健康体检模式

3.2.2 管理式健康体检模式

3.2.3 自助式健康体检模式

3.2.4 一站式健康体检模式

3.2.5 未来式健康体检模式

第4章：中国健康体检机构市场竞争分析

4.1 公立医院体检中心SWOT分析

4.1.1 公立医院体检中心比较优势

4.1.2 公立医院体检中心比较劣势

4.1.3 公立医院体检中心发展机遇

4.1.4 公立医院体检中心面临威胁

4.2 民营体检机构市场SWOT分析

4.2.1 民营体检机构市场发展历程与特点

(1) 发展历程

(2) 发展特点

4.2.2 民营体检机构比较优势

4.2.3 民营体检机构比较劣势

4.2.4 民营体检机构发展机遇

4.2.5 民营体检机构面临威胁

第5章：中国健康体检细分市场的需求分析

5.1 中国健康体检市场细分

5.1.1 按照年龄细分

5.1.2 按照项目细分

5.1.3 按照高发疾病细分

5.1.4 按照性别细分

5.1.5 按照目的细分

5.1.6 按照套餐类别细分

5.2 中国健康体检细分市场分析

5.2.1 老年健康体检市场分析

(1) 老年健康体检人口基数

(2) 老年人健康体检主要项目及价格

(3) 老年人健康体检市场容量测算

(4) 老年人健康体检市场趋势分析

5.2.2 中青年健康体检市场分析

(1) 中青年健康体检人口基数

(2) 中青年健康体检主要项目及价格

(3) 中青年健康体检市场容量测算

(4) 中青年健康体检市场趋势分析

5.2.3 儿童健康体检市场分析

(1) 儿童健康体检人口基数

(2) 儿童健康体检主要项目及价格

(3) 儿童健康体检市场容量测算

(4) 儿童健康体检市场趋势分析

5.2.4 核酸检测体检市场分析

- (1) 核酸检测人口基数
- (2) 核酸检测主要项目及价格
- (3) 核酸检测市场容量测算

第6章：中国健康体检行业营销模式及策略分析

6.1 健康体检群体心理需求分析

- 6.1.1 健康体检群体平等心理
- 6.1.2 健康体检群体消费心理
- 6.1.3 健康体检群体便捷心理
- 6.1.4 健康体检群体疑病心理
- 6.1.5 健康体检群体恐惧心理

6.2 健康体检行业营销体系

6.2.1 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

6.2.2 健康体检行业营销技巧

- (1) 广告营销
- (2) 非广告营销
- (3) 整合营销技巧

6.2.3 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

6.3 健康体检行业产品策略

- 6.3.1 服务实体设计
- 6.3.2 衍生服务设计
- 6.3.3 品牌定位设计
- 6.3.4 服务特点营造
- 6.3.5 个性服务设计

6.4 健康体检行业价格策略

6.4.1 产品基本价格

- 6.4.2 产品促销价格
- 6.4.3 产品付款方式
- 6.4.4 产品条件设计
- 6.5 健康体检行业渠道策略
 - 6.5.1 网点设计
 - 6.5.2 时间设计
 - 6.5.3 配套设备
- 6.6 健康体检行业促销策略
 - 6.6.1 广告宣传
 - 6.6.2 人员推销
 - 6.6.3 服务质量
 - 6.6.4 公共关系
 - 6.6.5 客户挖掘
- 6.7 健康体检行业质量策略
 - 6.7.1 技术人员
 - 6.7.2 设备性能
 - 6.7.3 检诊质量
 - 6.7.4 健康指导
 - 6.7.5 医院感染
- 6.8 健康体检行业管理策略
 - 6.8.1 营销潜力
 - 6.8.2 营销增长点
 - 6.8.3 营销检查与考核
- 6.9 健康体检行业网络策略
 - 6.9.1 网络推广
 - 6.9.2 网络咨询
 - 6.9.3 网络预约
 - 6.9.4 体检客户关系管理系统

第7章：中国健康体检行业重点省市投资潜力分析

- 7.1 上海市健康体检行业投资潜力分析
 - 7.1.1 上海市健康体检行业需求分析

- (1) 上海市人口规模
- (2) 上海市卫生机构数量
- (3) 上海市居民医疗保健支出水平

7.1.2 上海市健康体检行业发展潜力

- (1) 上海市健康体检机构及数量
- (2) 上海市健康体检市场规模及市场容量分析

7.2 北京市健康体检行业投资潜力分析

7.2.1 北京市健康体检行业需求分析

- (1) 北京市人口规模
- (2) 北京市卫生机构数量
- (3) 北京市城乡居民医疗保健支出水平

7.2.2 北京市健康体检行业发展潜力

- (1) 北京市健康体检机构及数量
- (2) 北京市健康体检市场规模及市场容量分析

7.3 河北健康体检行业投资潜力分析

7.3.1 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) 河北城乡居民医疗保健支出水平

7.3.2 河北健康体检行业发展潜力分析

- (1) 河北健康体检机构及数量
- (2) 河北健康体检市场规模及市场容量分析

7.4 天津市健康体检行业投资潜力分析

7.4.1 天津市健康体检行业需求分析

- (1) 天津市人口规模
- (2) 天津市卫生机构数量
- (3) 天津市城乡居民医疗保健支出水平

7.4.2 天津市健康体检行业发展潜力分析

- (1) 天津市健康体检机构及数量
- (2) 天津市健康体检市场规模及市场容量分析

7.5 浙江健康体检行业投资潜力分析

7.5.1 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) 浙江城乡居民医疗保健支出水平

7.5.2 浙江健康体检行业发展潜力分析

- (1) 浙江健康体检机构及数量
- (2) 浙江健康体检市场规模及市场容量分析

7.6 江苏健康体检行业投资潜力分析

7.6.1 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) 江苏城乡居民医疗保健支出水平

7.6.2 江苏健康体检行业发展潜力分析

- (1) 江苏健康体检机构及数量
- (2) 江苏健康体检市场规模及市场容量分析

7.7 广东健康体检行业投资潜力分析

7.7.1 广东健康体检行业需求分析

- (1) 广东人口规模
- (2) 广东卫生机构数量
- (3) 广东城乡居民医疗保健支出水平

7.7.2 广东健康体检行业发展潜力分析

- (1) 广东健康体检机构及数量
- (2) 广东健康体检市场规模及市场容量分析

第8章：中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析

8.1 健康体检机构总体发展分析

8.2 健康体检领先机构竞争力分析

8.2.1 美年大健康产业（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式

- (6) 企业服务网点分布
- (7) 企业客户分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

8.2.2 爱康国宾健康体检管理集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优劣势分析

8.2.3 瑞慈健康体检全国连锁机构

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式
- (6) 企业服务网点分布
- (7) 企业客户分析
- (8) 企业设备环境分析
- (9) 企业竞争优劣势分析

8.2.4 西安普惠健康体检中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式
- (6) 企业服务网点分布
- (7) 企业客户分析
- (8) 企业设备环境分析
- (9) 企业竞争优劣势分析

8.2.5 山西尚宁健康体检中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业服务网点分析
- (8) 企业设备环境分析
- (9) 企业竞争优势劣势分析

8.2.6 北京市民众体检门诊部有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业客户分析
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优势劣势分析

8.2.7 慈铭健康体检管理集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业设备环境分析
- (7) 企业竞争优势劣势分析

8.2.8 东软熙康健康科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业健康体检模式
- (6) 企业服务网点分布

- (7) 企业客户分析
- (8) 企业设备环境分析
- (9) 企业竞争优劣势分析

8.2.9 北京市体检中心

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务范围分析
- (4) 企业健康体检模式
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

8.2.10 山西和谐医疗健康中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业股权结构
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业业务范围分析
- (5) 企业服务网点分布
- (6) 企业客户分析
- (7) 企业设备环境分析
- (8) 企业竞争优劣势分析

第9章：中国健康体检行业投融资与并购案例分析

9.1 健康体检行业投融资现状分析

9.1.1 健康体检行业投资壁垒

- (1) 医疗执业资质壁垒
- (2) 人才壁垒
- (3) 管理壁垒
- (4) 资金壁垒

9.1.2 健康体检行业投融资规模

9.1.3 健康体检行业投资趋势

9.2 健康体检行业投融资案例分析

9.2.1 鼎辉国际投资慈铭体检（2004+2006年）

- （1）案例背景分析
- （2）投资主体分析
- （3）产生动因分析
- （4）过程与成果分析
- （5）案例启示分析

9.2.2 中经合等六家投资爱康国宾（2007年）

- （1）案例背景分析
- （2）投资主体分析
- （3）产生动因分析
- （4）过程与成果分析
- （5）案例启示分析

9.2.3 爱康国宾赴美上市融资1.53亿美元（2014年）

- （1）案例背景分析
- （2）投资主体分析
- （3）产生动因分析
- （4）过程与成果分析
- （5）案例启示分析

9.2.4 美年大健康借壳上市（2015年）

- （1）案例背景分析
- （2）投资主体分析
- （3）产生动因分析
- （4）过程与成果分析
- （5）案例启示分析

9.2.5 阿里入股美年健康（2019年）

- （1）案例背景分析
- （2）投资主体分析
- （3）产生动因分析
- （4）过程与成果分析
- （5）案例启示分析

9.3 健康体检行业并购案例分析

9.3.1 健康体检行业并购情况

(1) 并购现状

(2) 并购趋势

9.3.2 美年大健康并购康成和德立普（2012年）

(1) 案例背景分析

(2) 并购主体分析

(3) 过程与成果分析

(4) 案例启示分析

9.3.3 美年大健康并购慈铭体检（2014年）

(1) 案例背景分析

(2) 并购主体分析

(3) 过程与成果分析

9.3.4 爱康国宾并购华检体检（2014年）

(1) 案例背景分析

(2) 并购主体分析

(3) 过程与结果分析

9.3.5 美年基金收购瑞美医疗（2017年）

(1) 案例背景分析

(2) 并购主体分析

(3) 过程与结果分析

第10章：中国健康体检行业发展趋势分析

10.1 健康体检行业总体发展趋势分析

10.1.1 健康体检市场服务趋势分析

(1) 健康体检服务与健康管理服务相结合

(2) 健康体检服务与诊疗服务相结合

(3) 健康体检服务与健康保险服务相结合

10.1.2 健康体检机构发展趋势

(1) 医检分离化趋势

(2) 连锁化与规模化趋势

10.1.3 健康体检行业需求趋势

10.2 健康管理行业发展现状与趋势分析

10.2.1 健康管理必要性

10.2.2 健康管理服务形式

10.2.3 健康管理盈利模式

10.2.4 健康管理公司分类

10.2.5 健康管理应用现状

(1) 健康管理在企业中的应用

(2) 健康管理在健康保险中的应用

(3) 健康管理在社区卫生服务中的应用

10.2.6 健康管理存在问题

10.2.7 健康管理延伸服务模式

10.2.8 健康管理与健康体检关系

10.2.9 健康管理发展前景展望

10.2.10 健康管理发展趋势及挑战

(1) 健康管理发展趋势

(2) 健康管理面临挑战

10.3 健康保险行业发展现状与趋势分析

10.3.1 健康保险行业发展历程

10.3.2 健康保险发展模式比较

(1) 商业医疗保险模式---美国

(2) 国家医疗保险模式---英国瑞典和东欧

(3) 社会医疗保险模式---德国

(4) 储蓄医疗保险模式---新加坡

10.3.3 健康保险行业经济运行

(1) 保费收入

(2) 赔付支出

(3) 市场格局

10.3.4 健康保险行业发展趋势

10.4 数字化健康体检行业发展现状与趋势分析

10.4.1 数字化健康体检行业发展背景

(1) 医疗信息化行业发展意义

(2) 医疗信息化行业发展历程

(3) 医疗信息化行业市场规模

1) 总体市场规模

2) 硬件市场规模

3) 软件和服务市场规模

(4) 医疗信息化行业前景展望

10.4.2 数字化健康体检相关概述

(1) 数字化与健康体检

(2) 不同机构数字化系统区别

10.4.3 数字化健康体检机构区域分布

(1) 医院信息化区域发展

10.4.4 慈铭数字化健康体检探索成果

(1) 慈铭数字化信息系统三大组成部分

(2) 慈铭数字化健康体检软件四大特点

(3) 慈铭数字化信息系统十二大管理软件

10.4.5 数字化健康体检行业发展趋势

第11章：中国健康体检行业投资前景分析

11.1 健康体检行业发展前景

11.1.1 健康产业发展空间巨大

11.1.2 健康体检消费理念形成

11.1.3 健康体检行业发展前景

11.2 健康体检行业投资机会

11.2.1 健康体检行业投资风险预警

11.2.2 健康体检行业投资机会与建议

(1) 投资机会分析

(2) 投资建议

图表目录

图表1：健康体检行业产业链

图表2：2015--2021年中国医疗设备行业市场规模（单位：亿元，%）

图表3：2015-2021年我国体外诊断市场规模（单位：亿元）

图表4：2021年我国体外诊断市场竞争格局

图表5：2021年我国体外诊断市场竞争格局（单位：%）

图表6：2015-2021年我国低值医用耗材市场规模（单位：亿元）

图表7：2021年中国低值医用耗材细分产品占比情况（单位：%）

图表8：上游对健康体检行业的影响分析

图表9：2012-2021年中国人口数量增长情况（万人）

图表10：2013-2021年中国人口结构及增速变化（单位：%）

图表11：近年来对公立医院改革影响较大的主要政策

图表12：《健康中国行动（2022-2027年）》中健康体检相关指标汇总

图表13：2021年全国医疗卫生服务体系资源要素配置主要指标（单位：张，人）

图表14：中国人健康意识变化

图表15：1993-2021年五次居民慢性病患者率情况（单位：%）

图表16：职场高发疾病TOP5

图表17：2021年百度指数搜索人群年龄画像（单位：%）

图表18：2021年百度指数搜索“腰椎”、“颈椎”、“健康体检”、“996”热力图

图表19：2012-2021年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表20：2015-2021年城乡居民人均医疗保健支出（单位：元）

图表21：2012-2021年中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例（单位：%）

图表22：全球健康体检行业发展历程

图表23：日本健康体检种类

图表24：日本健康体检基本程序

图表25：英美健康体检模式特点

图表26：KYN健康管理特点

图表27：国际健康体检模式经验借鉴意义

图表28：英国BUPA健检中心优劣势分析

图表29：英国Nuffield医疗集团优劣势分析

图表30：美国Kaiser Permanente公司优劣势分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/202308/15-546610.html>