



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国健康体检产业 市场深度分析与投资前景预测报 告

一、调研说明

《2013-2018年中国健康体检产业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/238783.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

根据卫生部发布的《健康体检管理暂行规定》，健康体检是指通过医学手段和方法对受检者进行检查，了解受检者健康状况、早期发现疾病和健康隐患的诊疗行为。具体来讲，健康体检包括收集健康信息、建立健康档案、评估预测健康走向、制定并实施健康计划及健康跟踪管理等。目前，健康体检服务行业主要还是对体检者提供专业的体检服务；未来，在专业健康体检服务的基础之上，对体检对象进行健康管理将成为行业的发展方向。

从客户群体来看，健康体检客户可以分为团体客户与个体客户两大类。目前，专业健康体检行业的客户构成呈现以团体体检客户（即企事业单位组织员工进行定期健康体检）为主的特征。

团体客户的体检特点是：福利性消费；人数较多、时间集中；费用较低；业务质量要求较高；检后服务较多。个体客户的体检特点是：自主性消费；人数较少；时间较分散（多集中在节假日或双休日）；检查项目相对较多；费用较高；检后服务要求较高。

根据卫生部数据：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年我国健康检查市场总量为3.44亿人次，同比增长19.7%；2012年我国健康检查市场总量为4亿人次左右，；我国健康检查市场总量已形成一定规模并持续增长。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国健康体检产业市场深度分析与投资前景预测报告》共九章。首先介绍了健康体检行业的概念以及健康体检行业发展环境，然后对中国健康体检行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健康体检行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国健康体检行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国健康体检行业研究背景

1.1 健康体检行业相关概述

1.1.1 健康体检概念

1.1.2健康的等级划分

1.1.3健康体检市场定位

1.1.4健康体检效益分析

(1) 健康体检经济效益

(2) 健康体检社会效益

1.2健康体检行业发展背景

1.2.1健康体检发展历史

1.2.2健康体检发展背景

1.3健康体检行业政策环境

1.3.1健康体检行业管理体制

1.3.2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》

1.3.3健康体检行业发展规划

1.4健康体检行业需求环境

1.4.1疾病谱变化情况

1.4.2居民慢性病患者率

(1) 按性别分慢性病患者率

(2) 按年龄分慢性病患者率

(3) 按疾病分慢性病患者率

1.4.3城市市民健康状况调查

(1) 疾病状况部分调查

(2) 生活方式部分调查

(3) 健康观念部分调查

1.4.4城乡居民医疗保健支出

(1) 城乡居民人均医疗保健支出增长分析

(2) 城乡居民人均医疗保健支出地区结构

第二章 中国健康体检市场运作情况及SWOT分析

2.1健康体检行业基本运行情况

2.1.1健康体检市场容量

- 2.1.2健康体检机构分类
- 2.1.3健康体检从业人员
- 2.1.4健康体检服务形式
- 2.1.5健康体检服务项目
- 2.1.6健康体检费用分析
- 2.1.7健康体检执业行为
- 2.1.8健康体检机构竞争格局
- 2.2健康体检市场运作架构分析
 - 2.2.1健康体检机构与其他机构的合作
 - (1) 与医院的合作
 - (2) 与中介机构的合作
 - (3) 保险公司的介入
 - 2.2.2健康体检市场运作分析
 - (1) 产业化方向发展
 - (2) 专业化的管理和运作
 - (3) 体检流程和体检结果的标准化
 - (4) 个性化的体检需求和人性化的服务
- 2.3健康体检机构地位及作用分析
 - 2.3.1健康体检机构地位和作用
 - 2.3.2健康体检机构存在问题
 - 2.3.3健康体检机构解决对策

第三章 2013年我国健康体检行业SWOT分析

- 3.1健康体检行业优势分析
- 3.2健康体检行业劣势分析
- 3.3健康体检行业发展机遇
- 3.4健康体检行业面临威胁
- 3.5健康体检行业应对策略

第四章 中国健康体检机构市场竞争力分析

- 4.1老年健康体检市场分析
- 4.2儿童健康体检市场分析

- 4.3女性健康体检市场分析
- 4.4职业白领健康体检市场分析
- 4.5高端客户群健康体检市场分析
- 4.6社区卫生服务健康体检市场分析

第五章 2013年我国公立医院体检中心市场竞争力SWOT分析

- 5.1公立医院市场竞争力分析
 - 5.1.1公立医院数量统计情况
 - 5.1.2公立医院卫生人员统计
 - 5.1.3公立医院床位数量统计
 - 5.1.4公立医院收入增长情况
 - 5.1.5公立医院业务支出规模
- 5.2公立医院体检中心市场竞争力SWOT分析
 - 5.2.1公立医院体检中心比较优势
 - 5.2.2公立医院体检中心比较劣势
 - 5.2.3公立医院体检中心发展机遇
 - 5.2.4公立医院体检中心面临威胁

第六章 民营体检机构市场竞争力SWOT分析

- 6.1民营医疗机构市场竞争力分析
 - 6.1.1民营医疗机构数量统计
 - 6.1.2民营医疗卫生人员统计
 - 6.1.3民营医疗机构床位统计
 - 6.1.4民营医疗机构资产负债
 - 6.1.5民营医疗机构收入规模
- 6.2民营体检机构市场发展历程与现状
- 6.3民营体检机构市场竞争力SWOT分析
 - 6.3.1民营体检机构比较优势
 - 6.3.2民营体检机构比较劣势
 - 6.3.3民营体检机构发展机遇
 - 6.3.4民营体检机构面临威胁

第七章 疗养院健康体检机构市场竞争力SWOT分析

7.1 疗养院市场竞争力分析

7.1.1 疗养院数量统计情况

7.1.2 疗养院卫生人员数量

7.1.3 疗养院床位数量统计

7.1.4 疗养院资产负债规模

7.1.5 疗养院收入支出规模

7.2 疗养院健康体检机构市场竞争力SWOT分析

7.2.1 疗养院健康体检机构比较优势

7.2.2 疗养院健康体检机构比较劣势

7.2.3 疗养院健康体检机构发展机遇

7.2.4 疗养院健康体检机构面临威胁

第八章 门诊部健康体检机构市场竞争力SWOT分析

8.1 门诊部市场竞争力分析

8.1.1 门诊部数量统计情况

8.1.2 门诊部卫生人员数量

8.1.3 门诊部床位数量统计

8.1.4 门诊部资产负债规模

8.1.5 门诊部收入支出规模

8.2 门诊部健康体检机构市场竞争力SWOT分析

8.2.1 门诊部健康体检机构比较优势

8.2.2 门诊部健康体检机构比较劣势

8.2.3 门诊部健康体检机构发展机遇

8.2.4 门诊部健康体检机构面临威胁

第九章 2013-2018年中国健康体检市场前景预测

9.1 2013-2018年中国人口市场规模预测

9.2 2013-2018年中国人口年龄结构预测

9.3 2013-2018年中国健康体检市场容量测算

9.4 2013-2018年中国健康体检市场规模预测

9.52013-2018年中国健康体检市场投资前景剖析

图表目录：（部分）

图表：2012年全球人口地区分布结构

图表：2012年全球前20大人口国

图表：2012年全球人口状况统计表：百万人；%；岁

图表：2011-2012年全国医疗卫生机构及床位数

图表：2008-2012年全国医疗卫生机构床位数及增长速度

图表：2008-2012年全国卫生技术人员数

图表：2011-2012年全国卫生人员数：万人

图表：2011-2012年全国各类医疗卫生机构人员数：万人

图表：2011-2012年全国新型农村合作医疗情况

图表：2011-2012年农村乡镇卫生院医疗服务情况

图表：2011-2012年全国村卫生室及人员数

图表：2008-2012年我国健康体检市场容量：万人次

图表：2008-2012年中国健康体检市场规模：亿元

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年8月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年8月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-8月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年8月-2013年8月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年8月-2013年8月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年8月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年8月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年8月居民消费价格主要数据

图表：2012年8月-2013年8月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年8月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年8月-2013年8月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月钢材日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月水泥日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月原油加工量日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月乙烯日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月汽车日均产量及同比增速

图表：2012年8月-2013年8月轿车日均产量及同比增速

图表：2012-2013年8月全国房地产投资开发增速

图表：2012-2013年8月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2012-2013年8月全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2012-2013年8月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-8月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-8月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-8月份东中西部地区房地产销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/238783.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。