



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国健康体检市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国健康体检市场分析预测及战略咨询报告》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/250075.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

第一章 健康体检行业主管部门、监管体制及法规 1

第一节 行业管理体制 1

第二节 行业的政策及法律法规 1

一、关于医疗服务市场的政策及法律法规 1

二、关于医疗服务价格的政策及法律法规 2

三、关于医疗服务质量的政策及法规法规 3

四、关于医疗服务人员管理的政策及法律法规 3

五、关于医疗服务技术的法律法规及相关规范 4

第二章 健康体检行业发展概况 5

第一节 医疗服务行业发展概况 5

一、全国卫生总费用持续增长 5

二、就医人数持续增长 6

三、居民卫生支出持续增长 6

四、人均医疗保健支出持续增长 7

第二节 健康体检行业发展概况 8

一、健康体检的定义 8

二、健康体检行业的发展状况 8

第三节 中国健康体检行业的现状与发展趋势 10

一、国内外健康（体检）管理的发展史和经营模式 11

二、体检经营管理模式：分为欧美模式，日本模式及中国模式 11

三、中国健康体检市场的需求分析 13

四、中国健康体检机构及健康体检市场的现状 14

五、我国健康体检产业的发展趋势 14

第四节 2012-2014年中国健康体检行业发展分析 15

一、2012年我国出台健康体检行业部分国家标准 15

二、2013年健康体检产业跑马圈地忙 16

四、2014年美年大健康与爱康国宾同日宣布IPO 17

五、2014年北京市健康体检设立"行业标准" 19

六、2014年《北京市健康体检项目专家共识》公布 20

第五节 中国健康体检行业专业标准依然缺失 21

一、膨胀的市场 22

二、缺失的标准 22

三、滞后的管理 23

第三章 健康体检行业市场情况 25

第一节 市场容量 25

一、健康体检市场容量概况 25

二、健康体检市场容量影响因素分析 26

第二节 市场供求状况 27

第三节 行业的利润水平 27

第四节 2014年体检业乱象调查 28

一、体检机构能够做什么 28

二、乱象丛生的体检业 29

三、需求引导正反面 30

四、快速膨胀的危险 32

五、资本绑架下的变味 33

第四章 健康体检行业竞争情况 35

第一节 市场参与主体 35

一、主要市场参与主体分类 35

二、主要市场参与主体的优劣势分析 36

第二节 市场竞争模式 37

一、专业体检机构已经从单点业态模式演变为连锁业态竞争模式，从区域性竞争演变为跨区域竞争模式 37

二、专业体检机构的竞争模式已经从初级的价格竞争逐步过渡到品牌竞争 37

第三节 行业壁垒 37

一、医疗执业资质壁垒 37

二、人才壁垒 38

三、管理壁垒 38

四、资金壁垒 38

第四节 2014年民间资本进入体检行业分析 39

一、进入健康产业的入口 39

二、拼的是后台和增值服务 40

第五节 2014年体检产业链整合上下游 41

一、第三方检验：助力"夺食"	41
二、本土化背后：不轻松的合作	42
三、网点"械斗"：连锁难题	43
四、掘金高附加值	44
第五章 行业主要企业	45
第一节 医院的内设体检机构	45
第二节 专业体检机构	45
二、爱康国宾健康管理（集团）有限公司	45
三、红鬃马医院投资管理（集团）股份有限公司	45
四、九华健康体检中心	45
五、上海瑞慈健康体检管理股份有限公司	46
第三节 慈铭健康体检管理集团股份有限公司	46
一、公司介绍	46
二、慈铭体检：行业第一股	46
三、慈铭体检营销措施	49
第四节 美年大健康产业（集团）有限公司	50
一、公司介绍	50
二、美年大健康扩张之后策略	50
第六章 行业特有的经营特征	54
第一节 区域性特征	54
第二节 客户群体特征	55
第三节 季节性特征	55
第四节 抗周期性特征	56
第七章 健康体检行业与上下游行业的关系	57
第一节 上游行业的关联性分析	57
一、医疗设备行业	57
二、医用消耗品行业	57
第二节 下游行业的关联性分析	57
第八章 影响行业发展的因素	58
第一节 有利因素	58
一、政策支持	58
二、健康意识的增强	58

三、消费能力的提高	58
第二节 不利因素	59
一、行业教育和市场培育	59
二、地域发展不平衡	59
第九章 2015-2020年健康体检行业发展前景趋势与策略	60
第一节 市场发展前景	60
第二节 市场发展趋势	60
一、健康体检与健康管理	60
二、健康体检与医疗服务	61
三、专业体检机构的整合	61
第三节 体检行业面临的问题及解决方案	61
一、健康体检行业面临的问题	62
二、推动健康体检发展的对策	63
第四节 体检行业的投资和管理都需要创新	65
第十章 中国医疗行业发展分析	67
第一节 医疗行业基本概述	67
一、医疗产业的定义	67
二、医疗行业产业链构成	67
三、医疗行业的产业特性	68
四、医疗市场的基本特征	70
第二节 中国医疗行业发展概况	71
一、中国医疗产业的形成背景	71
二、中国医疗卫生事业发展取得显著成就	72
三、2013年我国医疗卫生事业发展现状	74
四、2014年我国医药卫生事业将迎来良性发展	94
第三节 中国医疗行业存在的问题	95
一、我国医疗卫生行业发展的阻力	95
二、医疗行业遗留的十大问题	97
三、阻碍国内民营医疗行业发展的因素	98
四、医疗行业资产管理面临的难题	99
第四节 中国医疗行业发展的对策	99
一、医疗产业发展模式探讨	99

二、	医疗行业仍需要以市场机制作为基础	103
三、	促进中国医疗市场健康发展的对策	107
四、	医疗卫生事业在服务中跨越式发展的对策	108
第五节	卫生事业发展"十二五"规划	110
一、	规划背景	110
二、	指导思想、基本原则和主要目标	112
三、	加快医药卫生体系建设	114
四、	做好各项重点工作	118
五、	保障措施	123
第十一章	民营医疗行业分析	125
第一节	民营医疗行业发展概述	125
一、	为民营医院营造良好的发展环境	125
二、	提高民营医院医疗服务能力	126
三、	严格监管，引导民营医院健康发展	126
第二节	中国民营医院的发展分析	127
一、	2013年中国民营医院数量分析	127
二、	2013年民营医院发展面临政策利好	127
三、	2014年民营医院逐步纳入新农合	128
四、	2014年部分城市开展民营医院评级	130
第三节	民营医院的竞争分析	132
一、	构建民营医院的核心竞争力	132
二、	民营医院竞争力提升的制约因素	134
三、	民营医院在竞争环境中发展突破的对策	136
四、	民营医院的差异化竞争理念分析	138
第四节	民营医疗行业发展的的问题与对策	140
一、	中国民营医疗市场发展的硬伤	140
二、	阻碍中国民营医疗市场发展的因素	140
三、	人才稀缺制约民营医院发展	141
四、	推进民营医疗市场健康发展的对策	142
五、	民营医疗机构发展壮大的建议	143
第十二章	2015-2020年民营医疗市场投资与发展前景分析	144
第一节	投资环境分析	144

一、	医疗资源集中在公立医院	144
二、	出台政策鼓励民营医院发展	144
三、	当前国家对民营医院的扶持政策前所未有	145
四、	2013年中国将严控大型公立医院扩张规模	149
五、	2013年卫生部将进一步加大对民营医院的扶持力度	150
六、	2013年政协委员建议应下调民营医院企业所得税	150
	第二节 投资风险分析	151
一、	政策风险	151
二、	人才风险	151
三、	经营风险	152
	第三节 投资动态分析	153
一、	民营医疗行业投资现状	153
二、	2013年我国民营医院发展分析	154
	第四节 民营医疗市场前景分析	155
一、	2015年底民营医院目标	155
二、	民营医院要重点发展专科医院和健康服务业	156
三、	专科医疗服务领域对于社会资本具有吸引力	157
	第五节 民营资本进入医疗市场分析	159
一、	医疗市场和民营资本的特点	159
二、	民营资本进入医疗市场的必要性	160
三、	民营资本进入医疗市场的政策瓶颈和面临的困难	160
四、	民营资本进入医疗市场的建议	162
	图表目录：	
	图表：2009-2014年医疗卫生机构数	75
	图表：2013年与2014年医疗卫生机构及床位数	75
	图表：2009-2014年医疗卫生机构床位数及增长速度	76
	图表：2009-2014年卫生技术人员	77
	图表：2013年与2014年卫生人员数	77
	图表：2013年与2014年各类医疗卫生机构人员数(万人)	78
	图表：2013年与2014年医疗服务工作量	79
	图表：2009-2014年医疗卫生机构门诊量及增长速度	79
	图表：2009-2014年医疗卫生机构住院量及增长速度	80

图表：2013年与2014年医院病床使用量 80

图表：2013年与2014年新型农村合作医疗情况 81

图表：2013年与2014年农村乡镇卫生院医疗服务情况 82

图表：2013年与2014年村卫生室及人员数 82

图表：2013年与2014年社区卫生服务情况 83

图表：2013年与2014年中医类医疗卫生机构数与床位数 84

图表：2014年提供中医服务的社区卫生服务中心占同类机构的比重 85

图表：2014年全国中医药人员数 85

图表：2014年全国中医类医疗卫生机构医疗服务量 86

图表：2013年与2014年医院病人门诊和住院费用 87

图表：2013年与2014年基层医疗卫生机构病人门诊和住院费用 87

图表：2013年与2014年全国甲乙类传染病报告发病及死亡数 89

图表：2013年与2014年全国丙类传染病报告发病及死亡数 90

图表：2013年与2014年孕产妇及儿童保健情况 91

图表：2013年与2014年监测地区孕产妇和儿童死亡率 92

图表：2013年与2014年计划生育"三项制度"进展情况 93

图表：1985-2014年中国社会资本进入医疗服务领域里程碑事件 147

图表：1985-2014年政府部门发布的有关社会资本进入医疗服务领域的相关文件 148

图表：民营医院与公立医院政策方面的现实差距及转暖信号 149

图表：主要专科医疗服务领域公立医院与民营医院份额占比（2011） 157

图表：主要医疗服务专科项目比较 158

图表：主要医疗服务专科项目2006-2010年收入复合增长率比较 158

图表：主要专科医疗服务领域医院数量增速情况 159

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250075.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提供专业投资咨询报告、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。