



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国健康体检行业市场深度评估及发展前景预测报告

一、调研说明

《2018-2024年中国健康体检行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/293452.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

报告目录:

第一章 健康体检行业相关概述

1.1 健康体检简介

1.1.1 健康体检的相关定义

1.1.2 健康体检项目及分类

1.1.3 健康体检和医疗体检的区别

1.2 健康体检行业简述

1.2.1 体检行业发展的必要性

1.2.2 健康体检行业发展历程

1.2.3 健康体检行业的生命周期

1.2.4 健康体检行业产业链简介

1.3 健康体检机构介绍

1.3.1 健康体检机构分类情况

1.3.2 健康体检机构地位和作用

1.3.3 健康体检机构的监管模式

第二章 2014-2017年医疗卫生服务行业发展分析

2.1 中国医疗服务行业综合分析

2.1.1 行业发展成就

2.1.2 行业特色分析

2.1.3 运行模式分析

2.1.4 行业规模经济性

2.2 2014-2017年全国医疗服务规模现状

2.2.1 医疗机构及卫生人员数

2.2.2 门诊和住院工作量

2.2.3 床位数及病床使用情况

2.2.4 卫生服务经费

2.3 2014-2017年中国医疗服务价格分析

2.3.1 医疗服务价格总析分析

2.3.2 医疗服务价格改革情况

2.3.3 区域医疗服务价格改革动态

2.3.4 推进医疗服务价格改革的重点工作

2.3.5 医疗服务价格改革的目标及内容

2.4 全国医疗卫生服务体系规划纲要（2015-2020年）

2.4.1 规划背景

2.4.2 规划目标和原则

2.4.3 总体布局

2.4.4 医疗卫生机构

2.4.5 卫生人才队伍

2.4.6 功能整合与分工协作

2.4.7 实施保障与监督评价

2.5 社会资本进入医疗服务领域分析

2.5.1 社会资本在行业的作用

2.5.2 鼓励社会办医政策分析

2.5.3 社会资本进入途径及利弊

2.5.4 社会资本进入面临的问题

2.5.5 社会资本进入发展建议

2.6 中国医疗服务行业发展存在的问题

2.6.1 监管亟待加强

2.6.2 人均资源相对不足

2.6.3 服务质量急需提升

2.6.4 "碎片化"问题分析

2.6.5 互联网时代工作问题

2.7 中国医疗服务行业发展的对策

2.7.1 完善医疗服务监管体制的策略

2.7.2 提高医疗服务质量的手段

2.7.3 医疗服务创新发展之路

2.7.4 "碎片化"问题解决措施

2.7.5 互联网时代工作策略

第三章 2014-2017年国际健康体检行业发展分析及经验借鉴

3.1 2014-2017年全球健康体检市场总体情况分析

3.1.1 行业发展概述

3.1.2 全球先进体检设备

3.1.3 行业发展趋势

3.2 2014-2017年全球健康体检行业运营状况

3.2.1 美国

3.2.2 英国

3.2.3 日本

3.2.4 韩国

3.2.5 新加坡

3.2.6 其他国家

3.3 2014-2017年全球健康体检主要机构发展分析

3.3.1 美国健康体检机构

3.3.2 英国健康体检机构

3.3.3 日本健康体检机构

3.3.4 台湾健康体检机构

第四章 2014-2017年中国健康体检行业发展环境分析

4.1 经济环境

4.1.1 国内宏观经济概况

4.1.2 中国对外经济分析

4.1.3 国内固定资产投资

4.1.4 宏观经济发展走势

4.2 政策环境

4.2.1 健康体检行业管理体制

4.2.2 健康体检行业相关政策

4.2.3 职业健康检查管理办法

4.3 社会环境

4.3.1 人口规模现状

4.3.2 居民收入水平

4.3.3 消费价格变化

4.3.4 卫生健康水平

4.4 需求环境

4.4.1 国民健康素养水平

4.4.2 国民健康状况调查

4.4.3 国民健康风险意识

4.4.4 中国健康战略计划

第五章 2014-2017年中国健康体检行业发展现状

5.1 中国健康体检行业特征分析

5.1.1 区域性特征

5.1.2 客户群体特征

5.1.3 季节性特征

5.1.4 抗周期性特征

5.2 2014-2017年中国健康体检行业运行状况

5.2.1 行业发展过程

5.2.2 市场总量分析

5.2.3 市场规模分析

5.2.4 市场格局分析

5.3 2014-2017年中国健康体检机构发展状况

5.3.1 中国体检机构业务发展状况

5.3.2 健康体检机构服务形式分析

5.3.3 健康体检机构从业人员分析

5.4 中国健康体检行业SWOT分析

5.4.1 优势（Strengths）

5.4.2 劣势（Weaknesses）

5.4.3 机遇（Opportunities）

5.4.4 威胁（Threats）

5.5 中国健康体检行业存在的问题

5.5.1 准入标准不完善

5.5.2 收费标准不统一

5.5.3 工作人员不匹配

5.5.4 主体职责不明晰

5.5.5 服务行为不规范

5.6 中国健康体检行业的发展策略

5.6.1 管理规范化的发展策略

5.6.2 设施配套化的发展策略

5.6.3 人员专业化的发展策略

5.6.4 服务人性化的发展策略

第六章 2014-2017年中国健康体检机构的运营管理探究

6.1 中国健康体检机构运营管理的综合概述

6.1.1 健康体检机构存在形式

6.1.2 健康体检机构服务内容

6.1.3 存在的运营管理问题

6.1.4 机构良好运营管理对策

6.2 中国健康体检机构的质量管理方案

6.2.1 质量管理基本原则

6.2.2 质量管理框架设计

6.2.3 质量管理要点工作

6.3 中国健康体检机构的信息化建设方案

6.3.1 机构信息化建设现况

6.3.2 机构信息化建设对策

6.3.3 体检信息系统的安全管理

6.3.4 体检信息化效果评估

6.4 建立规范化健康管理模式

6.4.1 健康信息采集

6.4.2 健康风险评估

6.4.3 健康促进管理

第七章 2014-2017年中国农村医疗健康体检行业分析

7.1 中国农村医疗产业发展情况分析

7.1.1 医疗服务建设形势

7.1.2 医疗服务整体状况

7.1.3 民营医疗机构发展

7.1.4 新型农村合作医疗

7.1.5 互联网与农村体检

7.2 中国农村健康体检发展的影响因素分析

7.2.1 缺乏优良体检环境

7.2.2 机构诊疗水平较低

7.2.3 农民体检意识不高

7.2.4 外出人员大量存在

7.3 中国农村健康体检业重点区域发展分析

7.3.1 重庆市

7.3.2 广州市

7.3.3 新化县

7.3.4 盱眙县

7.4 中国农村健康体检行业发展问题

7.4.1 准入标准不完善

7.4.2 体检环境待改善

7.4.3 规章制度不完善

7.4.4 基层医疗人员不足

7.5 中国农村健康体检市场发展策略分析

7.5.1 建立准入制度

7.5.2 规范体检场所

7.5.3 加强队伍建设

7.5.4 创新组织形式

第八章 2014-2017年中国互联网健康体检行业分析

8.1 中国互联网健康体检市场发展总况

8.1.1 行业相关概述

8.1.2 行业发展现状

8.1.3 与传统模式对比

8.1.4 行业发展潜力

8.2 移动互联环境下的健康体检运作方式

8.2.1 个性化的套餐选择

8.2.2 即时预约与提醒

8.2.3 有效的健康管理

8.3 "互联网+体检"重点平台发展动态

8.3.1 体检客

8.3.2 Go健康

8.3.3 康康体检网

8.3.4 中国健康网

8.3.5 云优健康网

8.4 移动互联环境下健康体检商业模式发展方向

8.4.1 移动健康管理

8.4.2 社区医疗管理

8.4.3 大数据健康管理

8.4.4 寻找新的盈利点

第九章 2014-2017年中国健康体检机构市场竞争分析

9.1 中国健康体检行业进入壁垒分析

9.1.1 医疗执业资质壁垒

9.1.2 人才壁垒

9.1.3 管理壁垒

9.1.4 资金壁垒

9.2 中国健康体检行业竞争分析

9.2.1 市场主要体检机构的优劣势

9.2.2 健康体检市场竞争模式分析

9.2.3 健康体检市场竞争现状分析

9.2.4 健康体检市场关键竞争要素

9.2.5 健康体检市场竞争趋势分析

9.3 中国健康医疗机构市场SWOT分析

9.3.1 公立医院体检市场SWOT分析

9.3.2 民营医疗体检机构SWOT分析

9.3.3 疗养院体检机构SWOT分析

9.3.4 门诊部SWOT分析

第十章 2014-2017年中国健康体检行业营销模式及策略分析

10.1 健康体检行业营销综述

10.1.1 健康体检行业营销目的

10.1.2 健康体检行业营销体系

10.1.3 健康体检行业营销观念

10.1.4 健康体检行业营销技巧

10.2 健康体检行业营销策略分析

10.2.1 健康体检行业产品策略

10.2.2 健康体检行业价格策略

10.2.3 健康体检行业渠道策略

10.2.4 健康体检行业促销策略

10.2.5 健康体检行业服务质量策略

- 10.2.6 健康体检行业品牌竞争策略
- 10.2.7 健康体检行业管理策略
- 10.2.8 健康体检行业网络策略
- 10.3 2014-2017年健康体检行业营销策略案例分析
 - 10.3.1 慈铭体检营销案例分析
 - 10.3.2 爱康国宾营销案例分析
 - 10.3.3 惠普体检店营销案例
 - 10.3.4 美兆健康体检中心营销案例
 - 10.3.5 扬州一二零医院体检康复中心营销案例

第十一章 2014-2017年健康体检行业重点省市投资潜力分析

- 11.1 浙江省健康体检市场发展分析
 - 11.1.1 健康体检需求分析
 - 11.1.2 健康体检相关政策
 - 11.1.3 健康体检发展策略
 - 11.1.4 健康产业发展目标
- 11.2 江苏省健康体检市场发展分析
 - 11.2.1 健康体检需求分析
 - 11.2.2 居民体质健康状况
 - 11.2.3 健康体检发展新模式
 - 11.2.4 健康体检问题分析
- 11.3 上海市健康体检市场发展分析
 - 11.3.1 健康体检需求分析
 - 11.3.2 健康体检整体状况
 - 11.3.3 健康体检机构动态
 - 11.3.4 健康体检竞争趋势
 - 11.3.5 残疾人健康体检服务
 - 11.3.6 健康体检发展对策
 - 11.3.7 健康体检发展潜力
- 11.4 北京市健康体检市场发展分析
 - 11.4.1 健康体检需求分析
 - 11.4.2 健康体检整体状况
 - 11.4.3 三大行业健康状况

- 11.4.4 健康体检行业动态
- 11.4.5 健康体检发展潜力
- 11.5 广州市健康体检市场发展分析
 - 11.5.1 健康体检需求分析
 - 11.5.2 健康体检市场现状
 - 11.5.3 健康体检医院转型
 - 11.5.4 健康体检项目分析
 - 11.5.5 健康体检问题及对策
- 11.6 深圳市健康体检市场发展分析
 - 11.6.1 健康体检需求分析
 - 11.6.2 健康体检整体状况
 - 11.6.3 健康体检市场概况
 - 11.6.4 健康体检存在问题
 - 11.6.5 健康体检管理规范
- 11.7 西安市健康体检市场发展分析
 - 11.7.1 健康体检需求分析
 - 11.7.2 体检市场竞争状况
 - 11.7.3 体检机构重视个性化
 - 11.7.4 健康体检市场问题
 - 11.7.5 体检机构发展潜力
- 11.8 天津市健康体检市场发展分析
 - 11.8.1 健康体检需求分析
 - 11.8.2 健康体检市场综述
 - 11.8.3 健康体检质量标准
 - 11.8.4 防癌体检规模扩张
 - 11.8.5 健康体检问题分析

第十二章 2014-2017年中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析

- 12.1 美年大健康产业（集团）有限公司
 - 12.1.1 企业发展简况分析
 - 12.1.2 企业经营情况分析
 - 12.1.3 企业经营优劣势分析
- 12.2 爱康国宾（iKang Healthcare Group,Inc.）

12.2.1 企业发展简况分析

12.2.2 企业经营情况分析

12.2.3 企业经营优劣势分析

12.3 其他健康体检机构

12.3.1 北京美兆健康体检中心有限公司

12.3.2 普惠体检健康产业集团

12.3.3 瑞慈医疗集团

12.3.4 北京市体检中心

第十三章 2014-2017年中国健康体检行业投融资与并购分析

13.1 中国医疗健康领域投融资情况

13.1.1 融资地区分布

13.1.2 融资企业分析

13.1.3 投资活跃程度

13.1.4 活跃投资机构

13.1.5 投资变化分析

13.1.6 行业融资现状

13.2 2014-2017年健康体检行业投融资案例分析

13.2.1 瑞慈医疗体检获基金投资

13.2.2 防癌体检平台获天使投资

13.2.3 新华财富携手爱康国宾

13.2.4 美年健康设立投资基金

13.2.5 爱康国宾成立投资基金

13.3 2014-2017年健康体检行业并购案例分析

13.3.1 迪安诊断拓展体检市场

13.3.2 体检巨头间收购反收购之战

13.3.3 美年健康收购慈铭体检

13.4 健康体检行业投资机会

13.4.1 健康产业链投资机会

13.4.2 细分市场投资机会

13.4.3 不同主体投资机会

13.5 健康体检行业投资风险及防范

13.5.1 政策风险及防范

13.5.2 技术风险及防范

13.5.3 供求风险及防范

13.5.4 竞争风险及防范

13.5.5 人力风险及防范

13.6 中国健康体检行业投资建议

13.6.1 健康服务行业投资建议

13.6.2 中国健康管理盈利模式

13.6.3 健康体检行业盈利性分析

13.6.4 健康体检行业并购的法律关注点

第十四章 2018-2024年中国健康体检行业的前景及趋势预测（AK LT）

14.1 中国健康体检市场发展前景

14.1.1 市场发展空间展望

14.1.2 未来专业市场容量

14.2 中国健康体检发展趋势分析

14.2.1 总体发展趋势

14.2.2 连锁化发展方向

14.2.3 健康管理发展方向

14.3 2017-2021年中国健康体检行业预测分析

14.3.1 影响因素分析

14.3.2 健康体检行业市场规模预测

图表目录：

图表1 我国健康体检行业发展历程

图表2 产品生命周期描述图

图表3 2011-2017年中国医疗服务支出规模趋势

图表4 2012-2017年中国医疗卫生机构数

图表5 2017年医疗卫生机构

图表6 2017年全国医疗卫生机构数

图表7 2017年各地区医疗卫生机构数

图表8 2014-2017年全国医疗服务工作量

图表9 2010-2017年全国医疗卫生机构门诊量及增长速度

图表10 2011-2017年全国医疗卫生机构住院量及增长速度

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/293452.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。