

中国体检服务市场运营动态与投资商机分析报告(2011-2015年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国体检服务市场运营动态与投资商机分析报告(2011-2015年)》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/110141110141.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前，全国每年有近亿人进行体检，市场规模在100亿左右，而高端体检市场大约占整个体检市场的近三分之一。上海的体检率仅为15%，北京也只有20%，市场潜力相当巨大。

据专家估计，以北京为例，按每年有500万人做健康体检，每人每年平均花费300元，那么市场容量就是15亿元。就北京市场规模而言，体检市场容纳120家左右的规模化专业体检中心没有问题。而统计资料表明，目前北京市从事健康体检的单位已经达到500家，可见对未来的体检市场，体检机构更是充满信心的。

《中国体检服务市场运营动态与投资商机分析报告(2011-2015年)》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对体检服务行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一篇 体检产业现状篇

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、体检方式分类

四、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 2010-2011年中国医疗事业运行形势分析

第一节 2010-2011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（2009版）

三、2020年中国医疗市场预测中国医疗卫生事业的发展预测

第二节 2010-2011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

七、妇幼卫生

八、卫生监督

第三章 2010-2011年国际体检市场运行状况分析

第一节 2010-2011年国际化体检模式分析

第二节 2010-2011年国外企业健康管理分析

一、国外企业健康管理发展状况

二、国外企业健康管理干预的效果

第三节 2010-2011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 2011-2015年国际体检市场趋势探析

第四章 2010-2011年中国体检行业运行新形势透析

第一节 2010-2011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

第二节 2010-2011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服务市场分析

第三节 2010-2011年中国体检行业市场存在的问题分析

一、体检行业存在十大问题

二、体检行业发展困境分析

三、健康体检行业面临的问题

四、体检行业发展解决方案

第五章 2010-2011年中国体检行业市场运行形势分析

第一节 2010-2011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

第二节 2010-2011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

四、我国健康体检产业发展走向

第三节 2010-2011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 2010-2011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

四、健康体检中心的CRM

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 2010-2011年中国体检行业消费市场分析

第一节 2010-2011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 2010-2011年中国及地区体检消费市场分析

一、中国城市体检消费市场分析

二、西安体检成为健康消费主流

三、无锡健康消费前景分析

第三节 2010-2011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、2010年客户体检查出的主要疾病及人数

五、2010年男性客户体检出的主要疾病及人数

六、2010年女性客户体检出的主要疾病及人数

七、2010年客户疾病分析

第二篇 体检产业竞争篇

第八章2010-2011年中国体检行业竞争格局分析

第一节 2010-2011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、公立医院体检中心市场竞争力SWOT分析

四、民营体检机构市场竞争力SWOT分析

第二节 2010-2011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 2011-2015年中国体检行业竞争趋势分析

第九章 2010-2011年中国体检企业竞争策略分析

第一节 2010-2011年中国体检市场竞争策略分析

一、健全政策规范行业

二、严格准入冲破壁垒

三、加强宣传激活消费

四、医检分离完善服务

五、医疗保险分担费用

第二节 2010-2011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 2010-2011年中国第三方客户市场开发策略

- 一、团体性客户市场分析
- 二、第三方客户开发流程

第十章 2010-2011年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、公司经营模式分析
- 三、慈铭健康体检对外合作战略
- 四、2010-2011年公司动向

第二节 爱康国宾医疗

- 一、企业概况
- 二、公司经营模式
- 三、2010-2011年公司动态
- 四、2010-2011年公司发展问题及对策

第三节 瑞新医疗中心

- 一、企业概况
- 二、公司经营战略分析

第四节 德立普体检机构

- 一、企业概况
- 二、公司服务特色
- 三、公司竞争优势

第五节 和睦家医药

- 一、企业概况
- 二、公司定位高端医疗市场
- 三、2010-2011年公司发展动向

第三篇 体检产业前景篇

第十一章 2011-2015年中国体检行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年体检行业发展趋势分析

- 一、健康体检发展的机遇
- 二、中国体检行业发展预言
- 三、健康体检发展的趋势
- 四、体检行业市场发展趋势预测

五、健康体检与健康管理产业前景

六、2011年国内健康体检产业规模预测

第二节 2011-2015年中国体检市场趋势分析

一、健康体检市场模式发展趋势

二、心理体检成为趋势

三、国家将为1.1亿老人体检计划启动

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

第十二章 2011-2015年中国体检行业企业发展建议

第一节 2011-2015年中国体检行业市场定位

一、市场定位概念

二、健康服务发展分析

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V2.5》

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

1、客户服务管理中心职能

2、指令执行反馈站职能

四、健检部门执行顾客关系管理之架构

五、顾客关系管理之运用

六、结论

第四篇 行业投资分析

第十三章 2010-2011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 2010-2011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

第十四章 2010-2011年中国体检行业投资环境分析

第一节 2010-2011年中国体检业经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长

三、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升

第二节 政策法规环境分析

一、2010-2011年地方体检市场规范法规

二、2010-2011年健康体检管理暂行规定

三、医疗医学向预防医学转变

四、首部《健康体检服务管理办法》起草完成

第三节 2010-2011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

四、“过劳死”频频发生，在全社会敲响了健康警钟

第四节 2010-2011年中国体检行业发展技术环境分析

一、临床实践指南为健康评估奠定坚实的基础

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

第十五章 2011-2015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

第二节 2011-2015年中国体检业投资机会分析

第三节 2011-2015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、健康产业风险投资前景

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、我国健康体检市场中的健康管理

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

图表目录：(部分)

图表：2007-2010年我国卫生机构及床位数

图表：2007-2010年我国卫生人员数

图表：2007-2010年医疗服务工作量

图表：2007-2010年医师担负工作量

图表：2007-2010年医疗机构病床使用情况

图表：1980-2010年医疗机构诊疗人次及入院人数

图表：2010年各类医疗机构诊疗人次及入院人数

图表：2000-2010年综合医院分科门诊人次构成(%)

图表：2010年医院分科门诊人次、出院人数及构成

图表：1995-2010年医院医生人均每日担负诊疗人次和住院床日

图表：2010年各地区医院诊疗人次及入院人数

图表：2010年各地区非营利性医院诊疗人次及入院人数

图表：2010年医疗机构病床使用情况

图表：卫生部门医院和卫生院病床使用率(%)

图表：1985-2010年卫生部门医院和卫生院出院者平均住院日

图表：2010年各地区医院病床使用情况

图表：2010年各地区非营利性医院病床使用情况

图表：2010年东中西部地区医院和乡镇卫生院工作量

图表：2010年三级医院工作量

图表：2010年政府办医院收入和支出

图表：1995-2010年综合医院门诊病人人均医疗费用

图表：1995-2010年综合医院出院病人人均医疗费用

图表：1990-2000年卫生部门城市医院住院病人前十位疾病构成

图表：2006-2010年卫生部门城市医院住院病人前十位疾病构成

图表：2006-2010年卫生部门县医院住院病人前十位疾病构成

图表：2010-2010年农村乡镇卫生院及医疗服务情况

图表：2010-2010年村卫生室及人员数

图表：1985-2010年乡镇卫生院医疗服务及病床使用情况

图表：2010年各地区乡镇卫生院诊疗人次及入院人数

图表：2010年各地区乡镇卫生院病床使用情况

图表：2007-2010年社区卫生服务情况

图表：2002-2010年社区卫生服务中心(站)医疗服务及病床使用情况

图表：2010年各地区社区卫生服务中心诊疗人次及住院人数

图表：2010-2010年卫生部门综合医院门诊和住院病人人均医药费用及涨幅

图表：2010年卫生部门综合医院门诊和出院病人人均医药费用

图表：2010年全国甲、乙类法定报告传染病发病及死亡率

图表：2010年城乡居民前十位疾病死亡专率及死亡原因构成

图表：1985-2010年法定报告传染病发病及死亡率

图表：2010年27种法定报告传染病发病及死亡率

图表：2010年篇 市县前十位疾病死亡专率及死因构成(合计)

图表：2010年篇 市县前十位疾病死亡专率及死因构成(男)

图表：2010年篇 市县前十位疾病死亡专率及死因构成(女)

图表：2004-2005年前十位恶性肿瘤死亡率(1/10万)图一

图表：2004-2005年前十位恶性肿瘤死亡率(1/10万)图二

图表：1990-2010年一岁儿童免疫报告接种率(%)

图表：2010年地方性氟中毒防治情况

图表：1990-2010年农村改水工作情况

图表：2010年各地区农村改厕工作情况

图表：2007-2010年孕产妇保健指标

图表：2007-2010年监测地区孕产妇和儿童死亡率

图表：1985-2010年新法接生及住院分娩率

图表：1991-2010年监测地区孕产妇死亡率(1/10万)

图表：2010年监测地区孕产妇死亡原因

图表：1991-2010年监测地区5岁以下儿童死亡率(‰)

图表：1976-2010年节育手术情况

图表：我国每千人口卫生技术人员数量变化图

图表：1975-2005年我国人均期望寿命变化图

图表：目前我国与篇 发达国家平均住院日的比较

图表：传统体检与休闲体检的内容比较

图表：2010年体检客户的性别统计

图表：2010年体检客户的年龄分布情况

图表：2010年乙型肝炎病毒检测情况

图表：2010年客户体检查出的主要疾病及人数

图表：2010年男性客户体检查出的主要疾病及人数

图表：2010年女性客户体检查出的主要疾病及人数

图表：2010年客户与工作、生活有关的疾病体检调查分析

图表：颈椎疾病体检调查分析

图表：专业性体检机构项目投资

图表：专业性体检项目投资回报

《中国体检服务市场运营动态与投资商机分析报告(2011-2015年)》系统全面的调研了体检服务的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/110141110141.html>