

# 2011-2015年中国体检行业市场专项调研与未来前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国体检行业市场专项调研与未来前景预测报告》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/113675113675.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 目录

#### 第一章 体检行业相关概述 1

##### 第一节 体检简述 1

###### 一、健康体检概念 1

###### 二、体检机构的分类 1

###### 三、体检方式分类 2

###### 四、各类体检机构的特点及优势 2

##### 第二节 体检行业发展模式 3

###### 一、体检行业转变服务理念分析 3

###### 二、民营体检商业模式分析 4

###### 三、管理式健康体检模式 7

##### 第三节 体检市场特征分析 9

###### 一、国内体检市场发展特征 9

###### 二、专业体检发展优势 10

###### 三、健康体检发展的机遇 10

###### 四、促进健康体检的健康发展 11

#### 第二章 2009-2010年中国体检行业运行环境分析 13

##### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析 13

###### 一、GDP历史变动轨迹分析 13

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 17

###### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析 19

##### 第二节 政策法规环境分析 22

###### 一、2009-2010年地方体检市场规范法规 22

###### 二、2009-2010年健康体检管理暂行规定 23

###### 三、医疗医学向预防医学转变 27

###### 四、首部《健康体检服务管理办法》起草完成 27

##### 第三节 2009-2010年中国体检业社会发展环境分析 27

###### 一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈 27

###### 二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受 28

###### 三、政府、企业将体检作为对职工实施“人文关怀”的新着力点 28

###### 四、“过劳死”频频发生，在全社会敲响了健康警钟 28

##### 第四节 2009-2010年中国体检行业发展技术环境分析 29

###### 一、临床实践指南为健康评估奠定坚实的基础 29

- 二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理 29
- 三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长 29
- 第三章 2009-2010年中国医疗事业运行形势分析 31
  - 第一节 2009-2010年中国医疗市场概况 31
    - 一、医疗服务市场的基本特征 31
    - 二、医疗机构设置规划指导原则（2009版） 33
    - 三、2020年中国医疗市场预测 43
  - 第二节 2009-2010年中国卫生事业发展情况分析 44
    - 一、卫生资源 44
    - 二、医疗服务 47
    - 三、农村卫生 49
    - 四、社区卫生 51
    - 五、病人医药费用 53
    - 六、疾病控制与公共卫 54
    - 七、妇幼卫生 57
    - 八、卫生监督 58
- 第四章 2009-2010年国际体检市场运行状况分析 60
  - 第一节 2009-2010年国际化体检模式分析 60
  - 第二节 2009-2010年国外企业健康管理分析 60
    - 一、国外企业健康管理发展状况 60
    - 二、国外企业健康管理干预的效果 61
  - 第三节 2009-2010年国际篇地区体检行业发展分析 62
    - 一、美国健康管理市场分析 62
    - 二、芬兰健康管理模式分析 62
    - 三、日本健康管理规划分析 65
  - 第四节 2010-2015年国际体检市场趋势探析 67
- 第五章 2009-2010年中国体检行业运行形势分析 68
  - 第一节 2009-2010年中国体检行业现状分析 68
    - 一、“政府购买服务”促进健康体检发展 68
    - 二、健康体检发展的现状 68
    - 三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势 70
    - 四、中国健康管理的实践现状 71
  - 第二节 2009-2010年中国体检市场格局分析 75
    - 一、我国体检市场规模分析 75
    - 二、我国健康体检市场格局 76

- 三、健康体检与健康管理服务市场分析 76
- 第三节 2009-2010年中国体检行业市场存在的问题分析 78
  - 一、体检行业存在十大问题 78
  - 二、体检行业发展困境分析 78
  - 三、健康体检行业面临的问题 79
  - 四、体检行业发展解决方案 80
- 第六章 2009-2010年中国体检行业市场运行形势分析 83
- 第一节 2009-2010年中国体检行业市场供给分析 83
  - 一、健康消费产业及其特点 83
  - 二、我国健康体检市场消费需求潜力 83
  - 三、健康体检的消费形式 84
  - 四、我国人口学特征与健康体检消费需求 84
- 第二节 2009-2010年中国体检市场深度剖析 84
  - 一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析 84
  - 二、健康体检的经济效益与社会效益 85
  - 三、健康体检行业政策法规及新技术应用 86
  - 四、我国健康体检产业发展走向 87
- 第三节 2009-2010年中国休闲体检行业市场分析 89
  - 一、休闲体检的概念 89
  - 二、休闲体检的健康理念 89
  - 三、休闲体检的全新模式 90
  - 四、休闲体检的基本特色 90
  - 五、休闲体检的主要功能 90
  - 六、休闲体检的健康意义 91
  - 七、休闲体检市场需求的分析 93
  - 八、休闲体检前景分析 93
- 第七章 2009-2010年中国体检行业营销模式及客户策略分析 96
- 第一节 中国体检行业顾问式营销模式分析 96
  - 一、顾问式销售 96
  - 二、销售理念 96
  - 三、销售顾问的基本要求 96
  - 四、体检在民营医疗生存发展中作用 97
- 第二节 健康体检学科客户关系管理（CRM）分析 100
  - 一、客户关系管理（CRM）产生的背景 100
  - 二、CRM的含义 100

三、CRM的内容	101
四、健康体检中心的CRM	102
第三节 健康体检客户管理规范	104
一、正确建立客户档案资料数据库	104
二、规范化管理体检客户档案	105
三、完善体检后续服务流程	107
第八章 2009-2010年中国体检行业消费市场分析	109
第一节 2009-2010年中国体检消费者分析	109
一、团体性客户	109
二、第三方客户	109
三、VIP个人客户	110
第二节 2009-2010年中国及篇地区体检消费市场分析	111
一、中国城市体检消费市场分析	111
二、西安体检成为健康消费主流	114
三、无锡健康消费前景分析	116
第三节 2009-2010年体检客户异常结果统计分析	117
一、体检客户的性别统计	117
二、体检客户的年龄分布情况	118
三、乙型肝炎病毒检测情况	118
四、2009年客户体检查出的主要疾病及人数	119
五、2009年男性客户体检出的主要疾病及人数	119
六、2009年女性客户体检出的主要疾病及人数	120
七、2009年客户疾病分析	121
第九章 2009-2010年中国体检市场竞争格局分析	125
第一节 2009-2010年中国体检行业市场竞争分析	125
一、保险公司进军健康体检行业	125
二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌	125
三、公立医院体检中心市场竞争力SWOT分析	126
四、民营体检机构市场竞争力SWOT分析	126
第二节 2009-2010年政策对地方体检行业竞争影响	127
一、杭州体检市场利益争夺分析	127
二、武汉体检机构或将洗牌	130
三、石家庄体检产业竞争分析	131
四、北京体检市场将重新洗牌	131
第三节 2010-2015年中国体检行业竞争趋势分析	135

第十章 2009-2010年中国体检企业竞争策略分析	137
第一节 2009-2010年中国体检市场竞争策略分析	137
一、健全政策规范行业	137
二、严格准入冲破壁垒	137
三、加强宣传激活消费	137
四、医检分离完善服务	138
五、医疗保险分担费用	138
第二节 2009-2010年中国团体性体检客户市场开发策略	139
一、团体性客户分析	139
二、团体性客户开发流程	140
第三节 2009-2010年中国第三方客户市场开发策略	151
一、第三方客户市场分析	151
二、第三方客户开发流程	152
第十一章 2009-2010年中国主要体检重点机构竞争力分析	155
第一节 慈铭健康体检机构	155
一、企业概况	155
二、公司经营模式分析	156
三、慈铭健康体检对外合作战略	156
四、2009-2010年公司动向	157
第二节 爱康国宾医疗	157
一、企业概况	157
二、公司经营模式	157
三、2009-2010年公司动态	158
四、2009-2010年公司发展问题及对策	158
第三节 瑞新医疗中心	159
一、企业概况	159
二、公司经营战略分析	159
第四节 德立普体检机构	160
一、企业概况	160
二、公司服务特色	160
三、公司竞争优势	161
第五节 和睦家医院	161
一、企业概况	161
二、公司定位高端医疗市场	162
三、2009-2010年公司发展动向	163

## 第十二章 2010-2015年中国体检行业发展趋势分析 164

### 第一节 2010-2015年体检行业发展趋势分析 164

- 一、健康体检发展的机遇 164
- 二、中国体检行业发展预言 165
- 三、健康体检发展的趋势 165
- 四、体检行业市场发展趋势预测 167
- 五、健康体检与健康管理产业前景 168
- 六、2011年国内健康体检产业规模预测 170

### 第二节 2010-2015年中国体检市场趋势分析 170

- 一、健康体检市场模式发展趋势 170
- 二、心理体检成为趋势 172
- 三、国家将为1.1亿老人体检计划启动 173
- 四、中国健康体检产业网络营销新趋势 173
- 五、自费体检的流行化趋势 174

## 第十三章 2010-2015年中国体检行业企业发展建议 175

### 第一节 2010-2015年中国体检行业市场定位 175

- 一、市场定位概念 175
- 二、健康服务发展分析 175

### 第二节 第三方健康服务分析 176

### 第三节 客户关系管理与信息支撑体系建设 177

- 一、客户关系管理系统定义 177
- 二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》 178

### 第四节 客群管理与健康检查服务 178

- 一、社会老龄化 178
- 二、顾客关系管理 179
- 三、医院客户关系管理系统的功能划分 179
  - 1、客户服务管理中心职能 179
  - 2、指令执行反馈站职能 180
- 四、健检部门执行顾客关系管理之架构 180
- 五、顾客关系管理之运用 181
- 六、结论 183

## 第十四章 2009-2010年中国体检行业投资现状分析 184

### 第一节 健康管理的盈利模式分析 184

- 一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式 184
- 二、健康管理以网络服务为主的赢利模式 185

三、健康管理以健康评估为主的赢利模式	185
四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式	186
五、健康管理以康复管理为主的赢利模式	187
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	187
七、健康管理以养老院为主的赢利模式	188
八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式	188
九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式	189
第二节 2009-2010年中国体检投资项目分析	189
一、项目前景	189
二、项目优势	190
三、项目投资	190
四、项目回报	191
第十五章 2010-2015年中国体检行业投资机会与风险分析	192
第一节 体检业投资特性	192
第二节 2010-2015年中国体检业投资机会分析	192
第三节 2010-2015年中国健康产业投资风险分析	194
一、朝阳产业需借力资本	194
二、风险投资瞄准“创业”与“创新”型项目	195
三、健康产业风险投资前景	196
第四节 影响体检行业发展的主要因素	196
一、中国健康管理的市场分析	196
二、我国健康体检市场中的健康管理	199
三、保健品服务营销中的健康管理	200
四、我国健康管理的发展方向	201
五、健康管理发展中的阻力	205
图表目录：	
图表 1：2008-2010年我国国内生产总值	13
图表 2：2008-2010年我国工业增加值增长速度	16
图表 3：2008-2010年我国城镇固定资产投资	17
图表 4：卫生机构及床位数	44
图表 5：卫生人员数(万人)	45
图表 6：医疗服务工作量	47
图表 7：医师担负工作量	48
图表 8：病床使用情况	48
图表 9：新型农村合作医疗情况	49

- 图表 10：农村乡镇卫生院医疗服务情况 50
- 图表 11：村卫生室及人员数 50
- 图表 12：社区卫生服务情况 51
- 图表 13：医疗机构门诊和住院病人人均医药费用 53
- 图表 14：不同级别综合医院门诊和出院病人人均医药费用 53
- 图表 15：全国传染病报告发病及死亡数 54
- 图表 16：孕产妇及儿童保健情况 57
- 图表 17：监测地区孕产妇和儿童死亡率 57
- 图表 18：中国体检行业市场规模 75
- 图表 19：传统体检与休闲体检的内容比较 91
- 图表 20：2009年体检市场性别统计 117
- 图表 21：2009年参加体检的客户年龄分布 118
- 图表 22：2009年客户体检查出的主要疾病及人数（单位：万人） 119
- 图表 23：2009年男性客户体检查出的主要疾病及人数（单位：万人） 119
- 图表 24：2009年女性客户体检查出的主要疾病及人数（单位：万人） 120
- 图表 25：2009年客户疾病分析 121
- 图表 26：企业机构分布图 155
- 图表 27：2010-2015年体检行业市场需求预测 170

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/113675113675.html>