



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国体检服务行业 市场深度调研与发展趋势预测报告 告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国体检服务行业市场深度调研与发展趋势预测报告》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/184423.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](mailto: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

### 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

###### 二、专业体检发展优势 10

###### 三、健康体检发展的机遇 11

###### 四、促进健康体检的健康发展 12

#### 第二章 2010-2011年中国医疗事业运行形势分析 14

##### 第一节 2010-2011年中国医疗市场概况 14

###### 一、医疗服务市场的基本特征 14

###### 二、医疗机构设置规划指导原则（2009版） 16

###### 三、2020年中国医疗市场预测中国医疗卫生事业的发展预测 26

##### 第二节 2010-2011年中国卫生事业发展情况分析 27

###### 一、卫生资源 27

###### 二、医疗服务 28

###### 三、农村卫生 32

###### 四、社区卫生 34

###### 五、病人医药费用 36

###### 六、疾病控制与公共卫 37

七、妇幼卫生 40

八、卫生监督 41

第三章 2010-2011年国际体检市场运行状况分析 43

第一节 2010-2011年国际化体检模式分析 43

第二节 2010-2011年国外企业健康管理分析 43

一、国外企业健康管理发展状况 43

二、国外企业健康管理干预的效果 44

第三节 2010-2011年国际篇地区体检行业发展分析 45

一、美国健康管理市场分析 45

二、芬兰健康管理模式分析 45

三、日本健康管理规划分析 48

第四节 2011-2015年国际体检市场趋势探析 50

第四章 2010-2011年中国体检行业运行新形势透析 51

第一节 2010-2011年中国体检行业现状分析 51

一、“政府购买服务”促进健康体检发展 51

二、健康体检发展的现状 51

三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势 53

四、中国健康管理的实践现状 54

第二节 2010-2011年中国体检市场格局分析 58

一、我国体检市场规模分析 58

二、我国健康体检市场格局 59

三、健康体检与健康管理服务市场分析 59

第三节 2010-2011年中国体检行业市场存在的问题分析 61

一、体检行业存在十大问题 61

二、体检行业发展困境分析 61

三、健康体检行业面临的问题 62

四、体检行业发展解决方案 63

第五章 2010-2011年中国体检行业市场运行形势分析 66

第一节 2010-2011年中国体检行业市场供给分析 66

- 一、健康消费产业及其特点 66
- 二、我国健康体检市场消费需求潜力 66
- 三、健康体检的消费形式 67
- 四、我国人口学特征与健康体检消费需求 67
- 第二节 2010-2011年中国体检市场深度剖析 67
  - 一、我国健康体检机构及健康体检消费市场分析 67
  - 二、健康体检的经济效益与社会效益 68
  - 三、健康体检行业政策法规及新技术应用 69
  - 四、我国健康体检产业发展走向 70
- 第三节 2010-2011年中国休闲体检行业市场分析 72
  - 一、休闲体检的概念 72
  - 二、休闲体检的健康理念 72
  - 三、休闲体检的全新模式 73
  - 四、休闲体检的基本特色 73
  - 五、休闲体检的主要功能 73
  - 六、休闲体检的健康意义 74
  - 七、休闲体检市场需求的分析 76
  - 八、休闲体检前景分析 76
  
- 第六章 2010-2011年中国体检行业营销模式及客户策略分析 79
  - 第一节 中国体检行业顾问式营销模式分析 79
    - 一、顾问式销售 79
    - 二、销售理念 79
    - 三、销售顾问的基本要求 79
    - 四、体检在民营医疗生存发展中作用 80
  - 第二节 健康体检学科客户关系管理（CRM）分析 83
    - 一、客户关系管理（CRM）产生的背景 83
    - 二、CRM的含义 83
    - 三、CRM的内容 84
    - 四、健康体检中心的CRM 85
  - 第三节 健康体检客户管理规范 87
    - 一、正确建立客户档案资料数据库 87

二、规范化管理体检客户档案 88

三、完善体检后续服务流程 90

第七章 2010-2011年中国体检行业消费市场分析 92

第一节 2010-2011年中国体检消费者分析 92

一、团体性客户 92

二、第三方客户 92

三、VIP个人客户 93

第二节 2010-2011年中国及篇地区体检消费市场分析 94

一、中国城市体检消费市场分析 94

二、西安体检成为健康消费主流 97

三、无锡健康消费前景分析 99

第三节 2010-2011年体检客户异常结果统计分析 100

一、体检客户的性别统计 100

二、体检客户的年龄分布情况 101

三、乙型肝炎病毒检测情况 101

四、2010年客户体检查出的主要疾病及人数 102

五、2010年男性客户体检查出的主要疾病及人数 102

六、2010年女性客户体检查出的主要疾病及人数 103

七、2010年客户疾病分析 104

第八章 2010-2011年中国体检行业竞争格局分析 108

第一节 2010-2011年中国体检行业市场竞争分析 108

一、保险公司进军健康体检行业 108

二、体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌 108

三、公立医院体检中心市场竞争力SWOT分析 109

四、民营体检机构市场竞争力SWOT分析 109

第二节 2010-2011年政策对地方体检行业竞争影响 110

一、杭州体检市场利益争夺分析 110

二、武汉体检机构或将洗牌 113

三、石家庄体检产业竞争分析 114

四、北京体检市场将重新洗牌 114

### 第三节 2011-2015年中国体检行业竞争趋势分析 118

## 第九章 2010-2011年中国体检企业竞争策略分析 120

### 第一节 2010-2011年中国体检市场竞争策略分析 120

一、健全政策规范行业 120

二、严格准入冲破壁垒 120

三、加强宣传激活消费 120

四、医检分离完善服务 121

五、医疗保险分担费用 121

### 第二节 2010-2011年中国团体性体检客户市场开发策略 122

一、团体性客户分析 122

二、团体性客户开发流程 123

### 第三节 2010-2011年中国第三方客户市场开发策略 134

一、第三方客户市场分析 134

二、第三方客户开发流程 135

## 第十章 2010-2011年中国主要体检重点机构竞争力分析 138

### 第一节 慈铭健康体检机构 138

一、企业概况 138

二、公司经营模式分析 139

三、慈铭健康体检对外合作战略 139

四、2010-2011年公司动向 140

### 第二节 爱康国宾医疗 140

一、企业概况 140

二、公司经营模式 140

三、2010-2011年公司动态 141

四、2010-2011年公司发展问题及对策 141

### 第三节 瑞新医疗中心 142

一、企业概况 142

二、公司经营战略分析 142

### 第四节 德立普体检机构 143

一、企业概况 143

二、公司服务特色	143
三、公司竞争优势	144
第五节 和睦家医药	144
一、企业概况	144
二、公司定位高端医疗市场	145
三、2010-2011年公司发展动向	146
第十一章 2011-2015年中国体检行业发展趋势分析	147
第一节 2011-2015年体检行业发展趋势分析	147
一、健康体检发展的机遇	147
二、中国体检行业发展预言	148
三、健康体检发展的趋势	148
四、体检行业市场发展趋势预测	150
五、健康体检与健康管理产业前景	151
六、2011年国内健康体检产业规模预测	153
第二节 2011-2015年中国体检市场趋势分析	153
一、健康体检市场模式发展趋势	153
二、心理体检成为趋势	155
三、国家将为1.1亿老人体检计划启动	156
四、中国健康体检产业网络营销新趋势	156
五、自费体检的流行化趋势	157
第十二章 2011-2015年中国体检行业企业发展建议	158
第一节 2011-2015年中国体检行业市场定位	158
一、市场定位概念	158
二、健康服务发展分析	158
第二节 第三方健康服务分析	159
第三节 客户关系管理与信息支撑体系建设	160
一、客户关系管理系统定义	160
二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》	161
第四节 客群管理与健康检查服务	161
一、社会老龄化	161



- 二、顾客关系管理 162
- 三、医院客户关系管理系统的功能划分 162
  - 1、客户服务管理中心职能 162
  - 2、指令执行反馈站职能 163
- 四、健检部门执行顾客关系管理之架构 163
- 五、顾客关系管理之运用 164
- 六、结论 166

### 第十三章 2010-2011年中国体检行业投资现状分析 167

#### 第一节 健康管理的盈利模式分析 167

- 一、健康管理以健康体检市场为主的赢利模式 167
- 二、健康管理以网络服务为主的赢利模式 168
- 三、健康管理以健康评估为主的赢利模式 168
- 四、健康管理以健康咨询为主的赢利模式 169
- 五、健康管理以康复管理为主的赢利模式 170
- 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 170
- 七、健康管理以养老院为主的赢利模式 171
- 八、健康管理以发展就医服务为主的赢利模式 171
- 九、健康管理以保健品销售为主的赢利模式 172

#### 第二节 2010-2011年中国体检投资项目分析 172

- 一、项目前景 172
- 二、项目优势 173
- 三、项目投资 173
- 四、项目回报 174

### 第十四章 2010-2011年中国体检行业投资环境分析 175

#### 第一节 2010-2011年中国体检业经济发展环境分析 175

- 一、中国GDP分析 175
- 二、我国社会经济发展促进健康体检消费需求的增长 179
- 三、食品安全事件屡有发生，间接促进居民体检率上升 179

#### 第二节 政策法规环境分析 180

- 一、2010-2011年地方体检市场规范法规 180

- 二、2010-2011年健康体检管理暂行规定 181
- 三、医疗医学向预防医学转变 185
- 四、首部《健康体检服务管理办法》起草完成 185
- 第三节 2010-2011年中国体检业社会发展环境分析 186
  - 一、亚健康人群数量庞大，健康体检需求强烈 186
  - 二、城镇居民健康意识提高，健康体检逐渐被人们所接受 186
  - 三、政府、企业将体检作为对职工实施"人文关怀"的新着力点 186
  - 四、"过劳死"频频发生，在全社会敲响了健康警钟 187
- 第四节 2010-2011年中国体检行业发展技术环境分析 187
  - 一、临床实践指南为健康评估奠定坚实的基础 187
  - 二、基因检测技术的发展促进个性化健康体检及健康管理 187
  - 三、国人疾病谱的变化促进健康体检消费需求的增长 188

## 第十五章 2011-2015年中国体检行业投资机会与风险预警 189

- 第一节 体检业投资特性 189
- 第二节 2011-2015年中国体检业投资机会分析 189
- 第三节 2011-2015年中国健康产业投资风险分析 191
  - 一、朝阳产业需借力资本 191
  - 二、风险投资瞄准"创业"与"创新"型项目 192
  - 三、健康产业风险投资前景 193
- 第四节 影响体检行业发展的主要因素 193
  - 一、中国健康管理的市场分析 193
  - 二、我国健康体检市场中的健康管理 196
  - 三、保健品服务营销中的健康管理 197
  - 四、我国健康管理的发展方向 198
  - 五、健康管理发展中的阻力 202

通过《2011-2015年中国体检服务行业市场深度调研与发展趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184423.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](http://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。