



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国健康服务行业 市场运营态势及战略咨询研究报 告

一、调研说明

《2011-2015年中国健康服务行业市场运营态势及战略咨询研究报告》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/190230.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

近年来，随着健康服务行业各项促进政策的出台和行业标准的不断完善，同时也因为行业自我发展能力的不断增强，使得我国健康服务业发展迅速，呈现出规模持续扩大、结构不断优化、新产品层出不穷的局面。

目前我国健康服务的主要实施主要包括医疗、预防、保健、健康教育等四大类机构。医疗机构是以疾病治疗为主，同时具有预防、康复、健康咨询等多种功能相结合，为保障人民健康进行服务的组织；疾病预防控制机构是运用预防医学理论、技术进行卫生防疫工作检测、科研、培训相结合的专业机构，是当地卫生疾病预防控制业务技术的指导中心；妇幼保健机构是从事妇幼卫生业务的专业组织，包括各级妇幼保健院、所、站及儿童保健所；健康教育机构是面向社会实施健康教育的职能部门，由各级分别设立的健康教育所（科）组成。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国健康服务行业市场运营态势及战略咨询研究报告》共十章。首先介绍了中国健康服务行业的概念，接着分析了中国健康服务行业发展环境，然后对中国健康服务行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健康服务行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国健康服务行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 2010-2011年全球健康服务产业运行概况

第一节 2010-2011年国际健康管理模式分析

- 一、建立三级健康管理体系
- 二、健康管理的三个循环环节
- 三、健康干预
- 三、专项健康管理
- 四、健康管理的适应人群

第二节 2010-2011年世界健康服务产业运行环境

- 一、世界人口健康状况
- 二、世界经济环境对健康产业的冲击
- 三、世界健康服务市场监管分析

第三节 2010-2011年全球健康服务市场分析

一、全球健康服务需求分析

二、欧美健康服务需求分析

三、中外健康服务市场对比

第四节 主要地区健康服务行业发展分析

一、美洲健康服务行业分析

二、亚洲健康服务行业分析

三、欧洲健康服务行业分析

第二章 2010-2011年中国健康服务产业运行新形势分析

第一节 2010-2011年中国健康服务产业运行总况

一、我国健康产业政策导向

二、中西方健康产业差异比较

三、中国健康服务产业发展与兴起

四、中国健康服务产业热点问题探讨

第二节 2010-2011年中国健康服务关联产业分析

一、医疗（医院）市场分析

二、健康保险市场分析

三、健康用品市场分析

四、健身娱乐市场分析

五、健康服务业配套产业分析

第三章 2010-2011年中国健康服务产业细分市场分析

第一节 区域细分市场分析

一、北京市场分析

二、上海健康服务市场分析

三、广州地区健康服务市场分析

四、二线城乡市场分析

第二节 目标客户细分市场分析

一、儿童市场分析

二、老年市场分析

三、女性市场分析

- 四、生殖健康服务市场分析
- 五、亚健康服务市场分析
- 六、高收入人群众市场分析
- 七、职业白领（外企员工）市场分析

第四章 2010-2011年中国健康服务行业消费市场分析

第一节 2010-2011年中国健康服务消费者心理分析

第二节 2010-2011年中国健康服务消费决策分析

第三节 2010-2011年中国健康服务消费特点描述

第四节 2010-2011年中国健康服务消费呈现新亮点

- 一、个性化趋势
- 二、中医理疗倍受信赖
- 三、成效缘于体验先行

第五节 2010-2011年健康服务市场消费需求分析

- 一、健康服务市场的消费需求变化
- 二、健康服务行业的需求情况分析
- 三、2010-2011年健康服务品牌市场消费需求分析

第六节 2010-2011年健康服务消费市场状况分析

- 一、健康服务消费者分析
- 二、健康服务调整消费结构
- 三、健康服务消费者市场特点
- 四、健康服务消费行为特点

第五章 2010-2011年中国健康服务行业区域市场分析

第一节 华北地区健康服务行业分析

第二节 东北地区健康服务行业分析

第三节 华东地区健康服务行业分析

第四节 华南地区健康服务行业分析

第五节 华中地区健康服务行业分析

第六节 西南地区健康服务行业分析

第七节 西北地区健康服务行业分析

第六章 2010-2011年中国健康服务重点企业透析

第一节 北京慈济生物医药技术有限公司

第二节 三九集团

一、企业概况

二、经营状况

三、盈利能力分析

第三节 北京同仁医院体检科

第四节 北京九华体检中心

第五节 北京五洲女子医院

一、企业概况

二、倡导全新医疗模式

第六节 北京华兆益生体检机构

第七节 北京美兆健康体检中心有限公司

第八节 北京爱康在线科技有限公司

第九节 科瑞集团

一、企业概况

二、科瑞集团主要的投资控股企业

第十节 北京佰众体检中心

第十一节 北京爱康医院

第十二节 北京环球医疗救援有限公司

一、企业概况

二、中国推出紧急医疗救援服务系统

第十三节 和睦家医院

一、企业概况

二、发展状况

第十四节 重点企业影响分析

一、北京九华体检中心

二、北京美兆健康体检中心有限公司

三、三九健康网

四、北京五洲女子医院

第七章 2010-2011年中国健康服务行业投资环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国健康服务产业政策环境分析

- 一、新医改要点解析
- 二、健康服务产业政策分析
- 三、相关产业政策分析

第三节 2010-2011年中国健康服务产业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、中国人口老龄化进程
- 三、中国人口健康状况

第八章 2011-2015年中国健康服务行业投资机会商机与风险预警

第一节 2010-2011年中国健康服务行业投资概况

- 一、中国健康服务行业投资特性分析
- 二、健康产业投资之医疗篇——医疗器械成主角
- 三、健康产业投资之非医疗篇
 - 1、健康管理将成疾病防控主流
 - 2、服务与营销创新是关键
- 四、跨行业合作及行业监管有待改善
- 五、外资对中国健康管理行业的投资热情很高

第二节 2011-2015年中国健康服务业投资机会分析

- 一、健康服务投资项目分析
- 二、可以投资的健康服务模式
- 三、健康服务细分行业投资机会
- 四、我国健康服务市场蕴藏的商机

第三节 2011-2015年中国健康服务行业投资风险及控制策略分析

- 一、市场风险及控制策略
- 二、政策风险及控制策略
- 三、经营风险及控制策略
- 四、技术风险及控制策略

五、竞争风险及控制策略

第四节 专家投资建议

第九章 2011-2015年中国健康服务产业发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国健康服务产业前景分析

一、极具潜力的市场空间

二、消费趋成熟健康服务商机初显

三、健康服务产业前景展望分析

第二节 2011-2015年中国健康服务产业市场预测分析

第三节 2011-2015年中国健康服务产业盈利预测分析

第十章 2011-2015年中国健康服务企业经营管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、健康服务价格策略分析

二、健康服务渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高健康服务企业竞争力的策略

一、提高中国健康服务企业核心竞争力的对策

二、影响健康服务企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高健康服务企业竞争力的策略

第四节 对我国健康服务品牌的战略思考

一、健康服务实施品牌战略的意义

二、健康服务企业品牌的现状分析

三、我国健康服务企业的品牌战略

四、健康服务品牌战略管理的策略

图表目录：（部分）

图表：健康管理服务基本模型

图表：中国卫生机构情况

图表：中国卫生人员情况

图表：中国卫生总费用情况

图表：全国医疗机构业务工作量

图表：全国医疗机构业务病床使用情况

图表：中国人口健康状况

图表：产品生命周期曲线

图表：产品生命周期各阶段特征与策略

图表：中国重点城市GDP总值与健康消费支出

图表：英国NHS数据标准组及其任务

图表：中国GDP季度增幅比较

图表：中国三个产业GDP增加值比较

图表：中国GDP增长趋势图

图表：中国城乡居民的恩格尔系数变化图

图表：中国医药工业总产值增长趋势

图表：中国健康服务行业SWTO分析

图表：北京居民健康消费支出对比表

图表：上海市主要区县域体检及医疗服务业务情况统计表

图表：广州地区部分体检中心一览

图表：城市女性对妇科检查及保健口所持态度

图表：北京环球医疗救援有限责任公司全国的网络医院

图表：波士顿矩阵分析表

图表：波特五力模型分析

图表：马斯洛心理需求层次图

图表：顾客购买心理示意图

图表：消费者决策过程（CDP）模型

图表：健康新服务开发的步骤

图表：2004年-2010-2011年8月健康产业风投资金统计表

图表：INTRANET应用模式拓扑逻辑结构

图表：EXTRANET应用模式的拓扑逻辑结构

图表：企业自有WEB应用模式的拓扑逻辑结构

图表：主机托管应用模式的拓扑逻辑结构

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：略……

更多图表见报告正文

通过《2011-2015年中国健康服务行业市场运营态势及战略咨询研究报告》，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/190230.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。