

2015-2020年中国休闲体检 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国休闲体检市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1507/H927160FQT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国休闲体检市场分析与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了休闲体检行业相关概述、中国休闲体检产业运行环境、分析了中国休闲体检行业的现状、中国休闲体检行业竞争格局、对中国休闲体检行业做了重点企业经营状况分析及中国休闲体检产业发展前景与投资预测。您若想对休闲体检产业有个系统的了解或者想投资休闲体检行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着医学模式向以预防为主的健康管理转移，全社会对烈性传染病的事前预防、慢性病危险因素早期筛查日趋重视，整个社会都越来越意识到医疗预防工作的重要性。

目前，国人的健康意识，特别是城镇居民的健康意识在发生着巨大的变化，这种变化主要体现在三个方面：一是健康消费需求由简单的疾病治疗，逐步向疾病预防和保健转变；二是从健康意识、健康需求、支付能力等方面看，大部分城镇人口和部分农村人口都是当前体检服务的需求者；三是随着我国居民的健康意识的逐年提升，“用今天的钱买明天的健康”已深入人心，居民的休闲体检消费支出逐年上升。居民健康意识的增强对于体检行业的影响最直接的反映体现在健康检查人数的不断增加。随着消费水平和对健康重视程度的提高，2014年达到4.41亿人次，较2013年增长超10%。

目前我国体检人群中，80%为单位体检、10%为招工体检，个人自愿体检的比例仅为10%，而作为散客的老年人、情侣、高级白领等正逐渐成为自愿体检市场的几大主力军。体检行业利润空间较大，一般体检中心的利润可达30%—40%以上，公立医院高达50%以上，高端休闲体检（含健康管理）则更高，远超一般行业的平均利润。由于市场潜力大、利润高，引发了大量风险投资资本的涌入争食，体检市场竞争硝烟四起。

2014年中国体检行业市场规模达到749.0亿元人民币，与2013年590.0亿元人民币相比增幅为26.9%。休闲体检占整个体检行业的21.25%。我国目前有各类体检中心9000余家。其形式是多种体检机构并存：医院体检中心是以医院为依托建立的，这是我国目前最主要的体检机构，占我国体检机构数量的90%以上；专业体检机构包括独资和合资的体检企业；有些地区还存在流动体检队。

根据客户休闲体检需求的个性化、定制化发展趋势，加强市场调研、重视客户反馈、完善体检服务产品设计，以满足个性化、定制化的市场需求，是未来中国休闲体检发展的方向。

报告目录

第一部分 休闲体检行业发展现状

第一章 休闲体检行业发展概述

第一节 休闲体检的概念

一、休闲体检的定义

二、休闲体检的特点

三、休闲体检的模式

第二节 休闲体检行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 休闲体检市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、主要竞争因素

四、生命周期

第二章 医疗事业发展概述

第一节 中国医疗卫生事业的发展

一、2013-2014年我国卫生事业发展分析

二、2015年我国卫生工作发展预测

第二节 我国卫生事业发展情况分析

一、卫生资源

二、医疗服务

三、农村卫生服务

四、社区卫生服务

五、门诊和住院病人医疗费用

第三节 中国医疗市场概况

一、我国医疗服务市场的基本特征

二、未来几年我国医疗市场的发展趋势

第三章 国际休闲体检市场发展分析

第一节 世界休闲体检行业发展分析

- 一、世界休闲体检行业发展分析
- 二、世界休闲体检行业发展特点分析
- 三、世界休闲体检行业经验借鉴分析

第二节 全球休闲体检市场分析

- 一、2014年北美休闲体检市场分析
- 二、2014年欧洲休闲体检市场分析
- 三、2014年中外休闲体检市场对比

第三节 2012-2014年主要地区休闲体检行业发展分析

- 一、2012-2014年美洲休闲体检行业分析
- 二、2012-2014年亚洲休闲体检行业分析
- 三、2012-2014年欧洲休闲体检行业分析

第四章 我国休闲体检行业发展分析

第一节 2012-2014年中国休闲体检行业现状分析

- 一、2014年健康产业风险投资统计分析
- 二、中国休闲体检行业运行特点分析
- 三、中国休闲体检行业主要服务项目价格分析
- 四、民众休闲体检中心健康管理引领医疗行业新趋势

第二节 2012-2014年中国休闲体检行业市场存在的问题分析

- 一、休闲体检行业存在十大问题
- 二、中国健康管理市场比较混乱
- 三、缺乏统一的认证体系

第三节 我国休闲体检市场分析

- 一、我国休闲体检市场分析
- 三、2015年休闲体检市场的走向分析

第五章 2012-2014年中国休闲体检行业市场运行形势分析

第一节 2012-2014年中国休闲体检行业市场供给分析

- 一、中国休闲体检行业市场规模分析
- 二、中国休闲体检行业市场供给分析
- 三、影响休闲体检行业供给因素分析

第二节 2012-2014年中国休闲体检行业细分市场需求分析

- 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
- 八、社区市场分析

第三节 2012-2014年中国休闲体检行业市场供需平衡分析

第六章 2012-2014年中国休闲体检行业营销模式及产品策略分析

第一节 2012-2014年中国休闲体检行业营销模式发展分析

- 一、会员制营销将成趋势
- 二、全面健康管理将成为竞争力成因素
- 三、服务竞争成为竞争的重要因素

第二节 2012-2014年中国休闲体检行业服务产品策略分析

- 一、设备智能化
- 二、休闲体检个性化
- 三、服务特点营造

第三节 2012-2014年中国休闲体检行业价格策略分析

- 一、心理定价策略
- 二、折扣与让价策略
- 三、地区定价策略

第四节 健康体检行业渠道策略

- 一、网点设计
- 二、时间设计
- 三、配套设备

第五节 健康体检行业促销策略

- 一、广告宣传
- 二、人员推销
- 三、营业推广
- 四、公共关系

五、客户挖掘

第六节 健康体检行业服务质量策略

一、成本领先

二、差别化

三、集中战略

第七节 健康体检行业品牌竞争策略

一、广告宣传

二、电台广告

第八节 健康体检行业管理策略

一、营销潜力

二、营销增长点

三、营销检查与考核

第九节 健康体检行业网络策略

一、网络推广

二、网络咨询

三、网络预约

四、体检客户关系管理系统

第七章 中国休闲体检行业消费市场分析

第一节 2012-2014年中国休闲体检消费者心理分析

第二节 2012-2014年中国休闲体检消费决策分析

第三节 2012-2014年中国休闲体检消费特点描述

第四节 2012-2014年中国休闲体检消费发展趋势分析

一、个性化趋势

二、突出家庭消费

三、消费数额差异化

第五节 休闲体检市场消费需求分析

一、休闲体检市场的消费需求变化

二、休闲体检行业的需求情况分析

三、2014年休闲体检品牌市场消费需求分析

第六节 休闲体检消费市场状况分析

一、休闲体检行业消费特点

- 二、休闲体检消费者分析
- 三、休闲体检消费结构分析
- 四、休闲体检消费的市场变化
- 五、休闲体检市场的消费方向

第二部分 休闲体检行业竞争格局

第八章 休闲体检行业竞争格局分析

第一节 2012-2014年中国休闲体检行业发展周期分析

- 一、休闲体检行业的经济周期
- 二、休闲体检行业的成熟度

第二节 2012-2014年中国休闲体检行业市场竞争分析

- 一、保险公司进军健康休闲体检行业
- 二、休闲体检行业准入门槛提高，市场面临新一轮洗牌
- 三、公立医院休闲体检中心市场竞争力SWOT分析
- 四、民营休闲体检机构市场竞争力SWOT分析

第三节 休闲体检行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2012-2014年休闲体检行业竞争格局分析

- 一、2014年休闲体检行业竞争分析
- 二、2014年休闲体检产品竞争分析
- 三、2012-2014年国内外休闲体检竞争分析
- 四、2012-2014年我国休闲体检市场竞争分析
- 五、2012-2014年我国休闲体检市场集中度分析
- 六、2015-2020年国内主要休闲体检企业动向

第九章 休闲体检企业竞争策略分析

第一节 休闲体检市场竞争策略分析

- 一、2015年休闲体检市场增长潜力分析

二、2015年休闲体检主要潜力品种分析

三、现有休闲体检产品竞争策略分析

四、潜力休闲体检品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 休闲体检企业竞争策略分析

一、金融危机对休闲体检行业竞争格局的影响

二、金融危机后休闲体检行业竞争格局的变化

三、2015-2020年我国休闲体检市场竞争趋势

四、2015-2020年休闲体检行业竞争格局展望

五、2015-2020年休闲体检行业竞争策略分析

六、2015-2020年休闲体检企业竞争策略分析

第十章 主要休闲体检重点机构竞争分析

第一节 慈铭健康休闲体检机构

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第二节 爱康国宾体验中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三节 上海瑞新医疗中心

一、企业概况

二、2014-2015年经营状况

第四节 西安德立普休闲体检机构

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第五节 北京佰众休闲体检中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 和睦家医疗集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 上海仁济医疗休闲体检中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

第八节 上海华检休闲体检中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 深圳远东医院

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 博康医疗休闲体检中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三部分 休闲体检行业发展前景

第十一章 休闲体检行业发展趋势分析

第一节 2015年发展环境展望

一、2015年宏观经济形势展望

二、2015年政策走势及其影响

三、2015年国际行业走势展望

第二节 2015年休闲体检行业发展趋势分析

一、2015年技术发展趋势分析

二、2015年产品发展趋势分析

三、2015年行业竞争格局展望

第三节 2015-2020年中国休闲体检市场趋势分析

一、2014-2015年休闲体检市场趋势总结

二、2015-2020年休闲体检发展趋势分析

三、2015-2020年休闲体检市场发展空间

四、2015-2020年休闲体检产业政策趋向

五、2015-2020年休闲体检技术革新趋势

六、2015-2020年休闲体检价格走势分析

七、行业趋势预测

第四部分 休闲体检行业投资战略研究

第十二章 博思数据对休闲体检行业投资现状分析

第一节 2014-2015年休闲体检行业投资情况分析

一、2014-2015年总体投资及结构

二、2014-2015年投资规模情况

三、2014-2015年投资增速情况

第二节 2014-2015年休闲体检行业投资细分情况

一、2014-2015年分行业投资分析

二、2014-2015年分地区投资分析

第十三章 休闲体检行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2013-2014年我国宏观经济运行情况

二、2015-2020年我国宏观经济形势分析

三、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2015年休闲体检行业政策环境

二、2015年国内宏观政策对其影响

三、2015年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2015年社会环境发展分析

三、2015-2020年社会环境对行业的影响

第十四章 休闲体检行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2015年相关产业活力系数分析

二、2013-2014年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2013-2014年相关产业投资收益率比较

二、2013-2014年行业投资收益率分析

第三节 休闲体检行业投资效益分析

一、2014-2015年休闲体检行业投资状况分析

二、2015-2020年休闲体检行业投资效益分析

三、2015-2020年休闲体检行业投资趋势预测

四、2015-2020年休闲体检行业的投资方向

五、2015-2020年休闲体检行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响休闲体检行业发展的主要因素

一、2015-2020年影响休闲体检行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响休闲体检行业运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响休闲体检行业运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国休闲体检行业发展面临的挑战分析

五、2015-2020年我国休闲体检行业发展面临的机遇分析

第五节 休闲体检行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年休闲体检行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年休闲体检行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年休闲体检行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年休闲体检行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年休闲体检同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年休闲体检行业其他风险及控制策略

第十五章 休闲体检行业投资战略研究

第一节 休闲体检行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 健康体检经营策略分析

一、健康体检市场细分策略

二、健康体检市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、健康体检新产品差异化战略

第三节 对我国休闲体检品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、休闲体检实施品牌战略的意义

三、休闲体检企业品牌的现状分析

四、我国休闲体检企业的品牌战略

五、休闲体检品牌战略管理的策略

第四节 休闲体检行业投资战略研究

一、2014年休闲体检行业投资战略研究

二、2015-2020年休闲体检行业投资形势

三、2015-2020年休闲体检行业投资战略

图表目录：

图表：2013-2014年我国卫生费用

图表：2011-2014年卫生技术人员

图表：全国医疗卫生机构医疗服务量

图表：2014年1-11月份各地区医院和乡镇卫生院医疗服务量

图表：病床使用情况

图表：全国卫生服务情况

图表：医院病人门诊和住院费用

图表：基层医疗卫生机构病人门诊和住院费用

图表：中国休闲体检行业主要服务项目价格

图表：中国休闲体检行业主要服务项目价格

图表：2010-2014年中国休闲体检行业市场规模

图表：2014年中国人口总数及其构成分析

图表：消费者决策过程（CDP）模型

图表：休闲体检消费者分析

图表：行业经济周期

图表：重点企业资产总计对比分析

图表：重点企业从业人员对比

图表：重点企业全年营业收入对比

图表：重点企业利润总额对比分析

图表：我国休闲体检市场区域结构

图表：2014财年爱康国宾集团净营收的明细

图表：2012-2014年国内生产总值及增长速度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2012-2014年社会消费品零售总额

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2013-2014Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2014年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2013年末人口数及其构成

图表：2012-2014年城镇新增就业人数

图表：2012-2014年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2012-2014年卫生技术人员人数

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1507/H927160FQT.html>