

2021年中国健康体检市场分析报告- 产业竞争格局与发展机会预测

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《2021年中国健康体检市场分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》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/yiliaoqixie/551615551615.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、健康体检行业概况

1.健康体检定义及主要内容

根据2009年卫生部《健康体检管理暂行规定》的定义，健康体检是指通过医学手段和方法对受检者进行检查，了解受检者健康状况、早期发现疾病和健康隐患的诊疗行为。具体来讲，健康体检包括收集健康信息、建立健康档案、评估预测健康走向、制定并实施健康计划及健康跟踪管理等。

健康体检主要内容

资料来源：观研天下整理

2.健康体检分类

根据观研报告网发布的《2021年中国健康体检市场分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》显示。目前健康体检大体上分为年度健康体检和预防性健康体检两种类型，目前发达国家逐步向个性化健康体检发展。

健康体检分类

资料来源：观研天下整理

3.健康体检产业链

观研报告网发布的资料显示。健康体检产业上游主要包括相关仪器设备和医用耗材，中游包括公立体检中心和民营体检中心，下游为个人客户或单位团体客户。

健康体检产业链

资料来源：观研天下整理

二、健康体检行业市场发展环境

1.政府加大卫生医疗财政投入，尤其是预防性医疗

我国持续加大对医疗卫生投入，尤其是预防性医疗，推动我国医疗卫生和健康体检行业高质量发展。数据显示，我国卫生医疗财政投入从2009年的3994亿元增长到了2018年的1.5万亿元，年均复合增长率超过10%。2020年，我国医疗卫生支出占财政总支出的7.2%。

2020年我国卫生医疗财政投入占比

数据来源：观研天下数据中心整理

2.政策引导和支持健康体检行业发展

(1) 政策引导

2018年，国家卫生健康委员会发布《关于进一步加强健康体检机构管理促进健康体检行业规范有序发展的通知》，加快完善体检行业行业规范。《健康体检中心基本标准（试行）》、《健康体检中心管理规范（试行）》等政策对健康体检中心的医技人员专业资质、设施质量安全、分区布局标准、基本设备配置等方面做出了具体明确的规定，其中特别强调了体检中心应建立健康体检质量安全管理体系，施行由国家制定或认可的技术规范和操作规程

，卫生健康监督机构进行不少于每年一次的现场检查，加强对健康体检中心的监督管理。对健康体检行业的监管要求进一步加强，一方面规范了健康体检机构设置和职业行为，加快健全健康体检行业的管理体系，同时也有利于提高行业的准入门槛，促使健康体检机构进一步提高自身服务水平，为消费者提供更安心、更专业的是体检服务，从而促进整个行业规范、有序、可持续发展。

我国健康体检中心基本标准

类别

基本标准

诊疗科目

应当至少设置内科、外科、妇产科（妇科专业）、眼科、耳鼻咽喉科、口腔科、医学检验科、医学影像科。

科室设置

应当包括内科、外科、妇科、眼科、耳鼻喉科、口腔科、检验科、放射科、超声科、心电图室，以及质量与安全管理、健康管理、医院感染管理、体检资料管理、信息、设备、消毒供应室等部门。

人员配置

所有的医技人员都应当具有专业技术职务任职资格和相关岗位的任职资格，至少有2名具有内、外科副高级及以上专业技术职务任职资格的执业医师，每个临床检查科室、医技检查科室至少有1名具有中级及以上专业技术职务任职资格的执业医师，至少有10名护士，其中至少有5名具有主管护师及以上专业技术职务任职资格。

基本设施

具有独立的健康体检及候检场所，建筑总面积不少于400平方米，医疗用房面积不少于总面积75%。各检查科室应独立，每检查室净使用面积不得小于6平方米。

分局布局

设置候检与咨询区、体检区、辅助功能区、管理区等分区。

基本设备

配备包括测量尺、身高体重计、血压计、裂隙灯、显微镜、血细胞分析计数仪、尿液分析检测仪、全自动或半自动生化仪、十二导联同步心电图机、X线光机（DR）、彩色多普勒超声诊断仪等符合开展健康体检项目要求的仪器设备，配备急救设备与信息化设备。

管理制度

至少包括受检者隐私保护制度、健康体检操作查对制度、健康体检科室间会诊制度、健康体检报告管理制度、疑难健康体检报告讨论制度、健康体检高危异常检查结果登记追访制度、健康体检医院感染管理制度等14项管理规章制度。资料来源：观研天下整理

（2）政策支持

在全周期健康服务中，健康预防管理的重要性不言而喻。2016年，《“健康中国2030”规

划纲要》明确指出未来15年将以预防为主、关口前移、减少疾病发生的健康工作目标，强化早诊断、早治疗、早康复。2017年，《支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》中特别强调将积极支持社会力量深入包括康复、护理、体检等领域打造一批具有竞争力的品牌服务机构。2019年，国务院印发《关于实施健康中国行动的意见（2019-2030年）》，将疾病预防和健康促进作为健康产业的两大发展核心，并且纳入到政府政绩考核体系中。

健康体检行业相关政策

时间

政策名称

政策内容

2009.08

《健康体检管理暂行规定》

加强健康体检管理,保障健康体检规范有序进行。

2014.05

《深化医药卫生体制改革2014年重点工作任务》

优先支持社会资本举办非营利性医疗机构，努力形成以非营利性医疗机构为主题、营利性医疗机构为补充的社会办医体系。

2015.06

《关于促进社会办医加快发展的若干政策措施》

加快推进社会办医疗机构成规模、高水平发展，不断满足人民群众多样化、多层次医疗卫生服务需求。

2016.10.01

《“健康中国2030”规划纲要》

推进健康中国建设，坚持预防为主，减少疾病发生。调整优化健康服务体系，强化早诊断、早治疗、早康复。坚持共建共享、全民健康，坚持政府主导，动员全社会参与。

2017.05.01

《支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》

积极支持社会力量深入包括康复、护理、体检等领域，打造一批具有竞争力的品牌服务机构。

2017.10.08

党的十九大报告

强化“健康中国”作为国家战略的重要性，坚持预防为主，倡导健康文明生活方式，预防控制重大疾病。

2018.10.01

《关于进一步加强健康体检机构管理促进健康体检行业规范有序发展的通知》

严把准入门槛，规范健康体检机构设置管理。规范服务行为，加强健康体检机构内部管理。

加强日常监管，促进健康体检机构健康发展。

2019.06

《关于促进社会办医持续健康规范发展的意见》

严格控制公立医院数量和规模，为社会办医留足发展空间。

2019.07.15

《健康中国行动（2019-2030年）》

围绕疾病预防和健康促进的健康产业两大核心，纳入政绩考核。

2019.09.30

《促进健康产业高质量发展行动纲要(2019-2022年)》

强调多方合力、协调联动，加快推动健康产业发展，促进形成内涵丰富、结构合理的健康产业体系。资料来源：观研天下整理

3.居民健康消费升级趋势明显，推动健康体检发展

我国城镇居民和农村居民人均医疗保健消费支出不断提高，其消费性支出占比也逐年上升，显示出我国居民健康消费未来将进一步升级的趋势。随着我国疾病预防教育的普及化，居民健康素养总体水平稳步提升。2019年我国居民健康素养水平为19.2%，较2018年提高2.1pp。健康信息素养、慢性病防治素养提升幅度较大。2019年全国居民科学健康观素养水平为48%，健康信息素养水平为31.7%，慢性病防治素养水平为22.7%，基本医疗素养水平为19.4%。人民预防保健意识未来不断提高，将有利于带动健康体检市场快速扩容。

2015-2019年我国居民健康素养

数据来源：观研天下数据中心整理

2019年我国居民具体健康素养水平

数据来源：观研天下数据中心整理

三、健康体检行业现状

1.健康体检人次

健康体检人次增速较为稳定主要得益于居民的健康意识与日增长。数据显示，2018年健康体检人次达4.4亿人次，增速为3.8%，超过了2011-2018年的年均复合增长率3.4%。

2012-2018年我国健康体检人次及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

2.健康体检客单价

2012年，我国健康体检人均客单价仅为128元。2012-2015年间客单价复合增速达到24.2%。2016年，随着体检渠道进一步下沉，进而拉低体检人均客单价增速至19.5%。2017年客单价突破300元大关达到334元，增速回落至14.4%。这主要与近年来体检渠道下沉，基层体检激增有关。相较于公立医院，非公体检机构在快速扩张期阶段更倾向于以价换量。2018年，我国健康体检客单价近350元，增速回落至4%。

2012-2018年我国健康体检客单价及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

3.健康体检市场规模

我国健康体检行业整体上向好发展。数据显示，2012-2018年我国健康体检市场规模从468亿元增长至1498亿元，复合增速达到22%。

2012-2018年我国健康体检行业市场规模及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

4.健康体检行业存在的问题

目前，我国健康体检行业面临的主要问题包括：体检套餐化，套餐划分缺乏分层的科学依据；具体项目设置对比《健康体检基本项目专家共识》存在欠缺；报告解读过度依赖数据，数据不严谨；体检后的健康管理缺乏持续性四个方面。

我国健康体检行业面临的主要问题

序号

主要问题

具体情况

1

体检套餐化，套餐划分缺乏分层的科学依据

目前国内而言，不论是私营机构还是公立医院的体检机构，大多采取套餐模式，还是属于年度健康体检的范畴。一些机构会根据性别、年龄职业等设置不同的体检套餐，但大多都是从经济效益考量，缺乏具体的科学依据。国外体检套餐项目除了基本项目之外，其余项目都是基于循证医学的证据给出推荐，属于个性化定制的体检。产生这一区别主要是我国的体检行业起步较晚，而人口众多，套餐化的体检可以一定程度上提高效率。与此同时，这种粗放型的体检方式并没有最大化体检的效益，造成了经济和资源上的浪费。

2

具体项目设置对比《健康体检基本项目专家共识》存在欠缺

在项目的具体设置方面，《健康体检基本项目专家共识》（下简称“共识”）是众多体检机构参照的对象。“共识”包括了健康体检基本项目目录、体检自测问卷和体检报告首页三部分内容，其采用了“1+X”的体系框架，“1”为基本体检项目，包括健康体检自测问卷、体格检查、实验室检查、辅助检查、体检报告首页等5个部分。“X”为备选项目，包括主要慢性非传染性疾病风险筛查及健康体适能检查项目，其给出了每个专项检查的适宜人群和年龄范围。但目前具体体检项目设置对比《健康体检基本项目专家共识》存在欠缺

3

报告解读过度依赖数据，数据不严谨

现在，国内的体检报告大多聚焦于一些指标的高低，而这些数据指标只是体检者一个在“横断面”上的数据，如果不结合长期的身体状况检测和全面的分析，这些指标有时没法反应体检者的身体真实情况，出现假阳性和假阴性的情况。还有部分数据指标应用不严谨，如肿瘤

标志物。

4

体检后的健康管理缺乏持续性

体检只是一个手段，通过体检发现问题，及时解决，提高健康水平才是目的，体检后的健康管理才是实现这一目的途径。虽然现在很多的体检报告首页中加入了各个指标的解释和针对异常指标提出的生活上的建议，但是这些都仅仅只是针对本次体检数据提出的，缺乏持续性。资料来源：观研天下整理

四、健康体检行业竞争格局

1.公立体检市场增速回落，民营体检机构发展迅速，市场份额稳步提升 当前，我国健康体检市场形成了以公立医疗机构为主，民营专业体检机构为辅的行业竞争格局。公立医院体检中心医师诊疗经验相对于民营专业体检机构更为专业丰富，如B超等影像学检查结果更多依赖于医师的主观判断，因而公信度较高，我国国民传统思想上较为依赖、信任公立医院。数据显示，2018年，公立医院体检部门市场份额占比81.4%，民营专业体检机构市场份额仅占比18.6%。但在医保控费的大趋势之下，加之公立医疗资源相对有限、资源使用趋于饱和，无法进一步满足当前持续释放的健康体检需求。近年来，公立体检市场增速有较大的回落，从2013年的69.5%下降至2018年内的14%。

相比于公立医院，民营专业体检机构的优点在于专业化、市场化运作，经营机制灵活，市场服务意识强，而大型连锁体检机构更具有资本设备等方面的规模经济优势。民营专业体检机构在整体市场规模增长的同时，不断抢占市场份额。数据显示，2018年，民营专业体检机构市场规模为275亿元，同比增长14.6%，规模增速略高于14.1%的公立医院体检市场增速水平。此外，相比公立医院，民营机构体检套餐多样化，精准获客能力较强，服务性价比更高，在长期来看民营机构有望持续扩大市场份额。

医院、专业体检机构优劣势对比

类别

公立医院

专业体检机构

优势

医生资质较高

设备资源、客流量较为宽松，节省等待时间

体检设备齐全

机构组织灵活、易于连锁扩张

检出报告质量高

具备体检环境优势，避免交叉感染

-

服务态度好、服务内容多、价格优惠

劣势

客流量较多，体检资源紧张

医生资质较弱

组织结构单一，不易连锁经营

设备力量相对不足

医检不分离，易交叉感染

体检报告专业性相对不足

服务内容简单，价格较高

-资料来源：观研天下整理

2012-2021年我国公立和民营体检机构市场规模占比及预测

数据来源：观研天下数据中心整理

2. 民营体检机构竞争格局由三足鼎立改成两强争霸

2004年，原解放军总医院肿瘤内科主治医师韩小红创立了慈铭体检，张黎刚创立了爱康网，俞熔创立了上海天亿(后更名为美年大健康产业);2007年，爱康网与上海国宾健检合并为爱康国宾;2011年，美年大健康产业与沈阳大健康合并，成为美年大健康，与爱康国宾、慈铭体检形成民营体检“三巨头”的竞争格局。2014年，慈铭IPO失败后，美年与慈铭签订收购协议，分两批收购慈铭股份。随着美年大健康收购慈铭体检，我国民营体检机构竞争变为了“二元对立”格局。

我国头部民营体检机构基本情况及优势分析

企业名称

基本情况

优势分析

美年大健康

公司成立于2004年，其前身为北方首家专业体检机构美年大健康，目前是中国领先的健康体检连锁集团。公司于2015年8月在深圳交易所上市，2016、2017年先后收购知名健康体检品牌“美兆”、“慈铭”，并于2018年正式完成中国内地版图的全覆盖。

发展战略优势

公司通过并购+自建实现横向扩张。2012年以来，公司采取“重点城市与全国布局”的发展战略、“自建与并购”相结合的发展模式，迅速实现全国布局、网点快速扩张，成为行业绝对龙头。截止2019年，公司已在全国294个核心城市布局703家体检中心，在营632家（美年499家、慈铭88家、美兆及奥亚45家），其中一二线、三四五线城市分别占52.7%、47.3%。体检门店的快速扩张带动公司体检业务量稳步增长，2019年公司总接待2602万人次（含参股体检中心），2014-2019年复合增速达38%，体量远高于其他竞争对手，稳居行业绝对龙头。

先参后控助力渠道下沉，低线城市布局日臻完善。2017来公司依托自有资金及股东投资设

立多只医疗产业基金，通过先参后控的方式增加线下门店、实现渠道快速下沉，尤其在人口众多、消费升级潜力更大的低线城市抢先布局，并远远领先其他竞争对手。截止2020H1，公司三四五线城市体检中心数量占比47%，占据近半数。我们认为公司凭借强大资本优势向低线市场下沉将带动市场份额持续提升，未来有望充分享受行业高景气度。

服务优势

产业链不断延伸，打造协同生态圈。公司在深耕体检业务的基础上，还通过资源整合将产业链积极向上下游延伸，已形成健康数据管理、慢病管理、远程医疗、基因检测在内的健康产业闭环。通过参股朗润医疗等设备公司涉足上游器械；通过建立大数据分析平台和移动终端平台，加强慢病管理；后端服务方面，公司推出“美年好医生”等健康管理平台，探索“体检+保险”的健康服务模式，同时设立医学影像中心和专科门诊。我们认为体检行业是健康管理的最佳入口，公司在上下游领域的深度布局构筑起完善的健康管理产业生态圈，可实现协同效应、进一步增厚品牌价值。

持续优化增值服务、加强产品创新。公司以体检业务为核心，着力打造高附加值服务：通过优健康等建立健康大数据平台，完善疾病预警机制；掌中宝专注于提供中医诊疗、慢病管理方案；控股大象医生、美因基因实现远程诊疗和精准医疗。产品创新方面，美年不断推出具有创新性的优质体检项目，如“3650套餐”、胶囊胃镜检查、“1+x专项健康管理”等高端体检产品，同时联合平安好医生、中国人保共同推出“美年好医生”新产品，从体检服务迈向“检、存、管、医、保”全程保障，开创3.0健康管理时代，满足用户更多方位的健康服务需求。

高、中、低端品牌全覆盖，服务多元化需求。除自有品牌之外，公司先后收购慈铭体检、美兆体检、奥亚健康等著名体检品牌，实现了从大众体检到高端体检、从个检到团检的全方位服务。美年大健康 and 慈铭体检定位大众体检，服务于大众群体、民企个检及团检需求；奥亚健康定位中高端体检及医疗服务，美兆体检则聚焦高端化体检，满足高净值人士多元化的个检需求。公司多品牌运作有望充分发挥协同作用，增强认知度和客户粘性。

流量优势

2019年10月公司宣布引入阿里巴巴作为重要战略股东和合作伙伴，正式融入其大健康产业“双H”战略（即healthy、happiness），两者将在提升数字化、智能化方面开展深度合作。阿里入股后公司将在两个方面把握优势：一是整合阿里庞大的线上流量和自身产业链优势，实现线上线下协同发展；二是数字化赋能，阿里将从组织形态、业务流程、内部建设方面对公司完成数字化转型和精细化管理。

阿里拥有淘宝、支付宝等高流量平台，仅支付宝活跃用户便已超7亿。目前公司已与支付宝开展合作，通过“美年大健康”小程序即可完成线上体检预约、查阅体检报告等一站式服务。在阿里强大导流能力加持下，公司有望在C端宣传上占据流量优势，提升品牌认知度、增强客户粘性。此外，公司还在淘宝等电商平台举办“618体检狂欢节”等活动促进营销升级，以更低成本、更准确定位、更高转化的方式将营销渠道向线上转移，拓展C端客户。

爱康国宾

爱康国宾是中国领先的提供体检和就医服务的健康管理机构，是由爱康网和国宾健检组建成立的联合服务机构。依托旗下健康医疗服务中心、覆盖全国主要城市的合作医院网络和强大的客户服务体系，爱康国宾为个人及团体提供从健检、医疗、家庭医生、慢病管理、健康保险等全方位个性化服务。

市场优势

爱康国宾分别在华北（北京）、华东（上海、南京、苏州、杭州）、华南（广州、深圳、佛山、惠州）、西南（成都、重庆）、华中（武汉）等省市设立了分支机构，在北京、上海、广州、深圳、南京等城市设有健检与医疗中心，并与几百家医疗机构建立合作网络，为上百家著名企业、保险公司、医疗机构、政府机关和100多万会员提供优质的全方位健康管理服务。

管理模式优势

爱康国宾的健康管理模式不但为中国带来革命性的健康管理理念，而且还将改变中国传统落后的“医”-“患”服务模式，在中国医疗资源稀缺的现状下为个人、企事业单位以及政府机构提供了另外一种有效的疾病预防与控制的解决方案和更好的就医体验。

人才优势

爱康国宾有国际化、专业化的体检专家，医护团队；医疗、护士、医学研发学习和工作背景的职员接近1000人，具备丰富医疗经验的医师260名，60%具备高级以上职称。第3方合作医院医生3万余名，门诊和特需门诊预约就医服务。

设施优势

爱康国宾依据世界卫生组织制定的国际健康标准，引进世界一流的数控体检测试系统和完备的医疗服务设施，全数字X光、B超和CT等设备方便影像结果长期保存和远程传输。

研发优势

爱康国宾有60人以上的IT技术研发，技术运维团队。其人才结构8%为计算机信息技术硕士、10%为信息技术高级工程师、12%高级架构师;70%为软件工程本科以上。

服务优势

爱康国宾客户服务中心成立于2004年4月，于2008年获得全国呼叫中心ISO9001质量管理体系认证并获得认证证书，通过运用ISO质量管理体系、COPC-2000高绩效呼叫中心管理模式，从人力资源、品质监控、流程控制、投诉处理、团队建设等多个方面确保了客户服务中心的整体运营质量和品质。技术平台采用支持2000个座席的AVAYA呼叫中心系统，网络结构采用集中分布式布局，专用数据网采用中国电信的2M-DDN专线。资料来源：观研天下整理

五、健康体检行业前景分析

2011-2018年，以占全部人口的比例测算，我国国民健康体检覆盖率从2011年的25.5%稳步提升至2018年的31.2%。但相比于欧美发达国家，我国国民健康体检覆盖率仍处于较低水平。2016年美国便已经达到74.2%，德国更是超过95%。健康追求是人们生活品质提升的

永恒主题，随着经济水平不断提高，人们的疾病治疗理念逐渐升级预防治疗，未来我国健康体检行业前景增长潜力巨大。预计2025年我国国民健康体检覆盖率将超40%，健康体检行业市场规模将突破3000亿元。

2011-2025年我国国民健康体检覆盖率及预测

数据来源：观研天下数据中心整理

2019年-2025年我国健康体检行业市场规模预测

数据来源：观研天下数据中心整理

分地区来看，浙江、西藏、新疆、北京、上海、江苏体检渗透率增速位居全国前列，渗透率达到40%以上。除西藏、新疆的高渗透率与当地的全民免费健康体检政策有关之外，其余均为经济发达省份。此外，贵州、安徽、湖南、内蒙古等11个省份体检渗透率不足25%，大部分为中西部地区省份，以东部发达省份为参照来看还具有很大的市场潜力。

我国部分省份体检覆盖率及预测

2016年

2017年

2018年

2019年E

2020年E

2021年E

2022年E

2023-2028 年均增速

浙江

45.51%

48.96%

53.05%

57.22%

61.34%

65.49%

69.63%

4.14%

西藏

42.96%

52.70%

51.70%

56.08%

57.76%

60.79%

63.15%

2.59%

新疆

44.83%

48.43%

47.53%

48.87%

49.09%

49.88%

50.38%

0.60%

北京

38.13%

38.35%

44.22%

47.26%

51.72%

55.47%

59.57%

3.98%

广东

38.55%

39.66%

42.95%

45.15%

47.89%

50.36%

52.97%

2.56%

上海

36.38%

39.69%

41.29%

43.75%

45.77%

48.02%

50.15%

2.17%

江苏

34.83%

38.11%

40.82%

43.82%

46.67%

49.60%

52.49%

2.90%

四川

34.18%

36.80%

36.69%

37.94%

38.51%

39.43%

40.17%

0.80%

宁夏

28.00%

28.99%

33.95%

36.93%

40.90%

44.38%

48.10%

3.63%

江西

27.95%

32.47%

33.53%

36.31%

38.23%

40.58%

42.72%

2.21%

河南

27.65%

31.28%

32.80%

35.38%

37.43%

39.74%

41.92%

2.23%

山东

28.70%

31.51%

31.95%

33.58%

34.61%

35.94%

37.13%

1.23%

广西

29.00%

28.76%

31.04%

32.07%

33.72%

35.06%

36.56%

1.44%

天津

27.74%

35.30%

31.04%

34.69%

34.39%

36.07%

36.75%

1.03%

甘肃

35.83%

30.21%

29.40%

29.90%

29.75%

29.92%

29.93%

0.07%

湖北

30.22%

28.55%

28.98%

30.36%

31.26%

32.40%

33.42%

1.06%

福建

23.79%

26.00%

27.29%

31.05%

33.57%

36.71%

39.54%

2.94%

青海

24.89%

30.78%

27.14%

30.27%

30.01%

31.45%

32.04%

0.89%

陕西

23.31%

25.98%

26.64%

30.30%

32.47%

35.38%

37.91%

2.67%

重庆

24.67%

25.69%

26.43%

29.32%

31.13%

33.47%

35.55%

2.17%

贵州

22.05%

23.62%

23.78%

26.65%

28.16%

30.35%

32.20%

1.97%

安徽

22.44%

24.06%

23.37%

25.84%

26.73%

28.41%

29.69%

1.42%

湖南

24.22%

23.73%

23.12%

24.57%

25.00%

25.93%

26.61%

0.77%

辽宁

21.31%

21.88%

22.33%

24.84%

26.32%

28.31%

30.05%

1.83%

海南

23.87%

24.64%

22.30%

23.51%

22.95%

23.28%

23.16%

0.04%

内蒙古

21.09%

20.46%

21.83%

24.20%

26.08%

28.20%

30.20%

2.04%

山西

21.81%

23.32%

21.77%

23.76%

23.97%

25.07%

25.73%

0.81%

云南

20.56%

20.94%

21.32%

23.71%

25.09%

26.97%

28.60%

1.72%

河北

19.86%

19.98%

21.22%

23.90%

25.86%

28.19%

30.33%

2.20%

吉林

16.38%

16.82%

18.78%

21.98%

24.56%

27.45%

30.18%

2.79%

黑龙江

15.15%

16.30%

15.86%

18.22%

19.17%

20.83%

22.14%

1.43%

全国

28.51%

30.15%

31.17%

33.54%

35.25%

37.29%

39.16%

1.94%数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国健康体检市场分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》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。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 健康体检行业发展综述

第一节 健康体检行业定义及分类

- 一、健康体检概念
- 二、健康体检项目
- 三、健康体检分类
- 四、健康体检等级

第二节 健康体检行业意义分析

- 一、健康体检作用
- 二、健康体检必要性

第三节 健康体检行业效益分析

- 一、健康体检经济效益
- 二、健康体检社会效益

第四节 健康体检行业相关概述

- 一、健康体检行业发展背景
- 二、健康体检的任务分析
- 三、健康体检和医疗体检比较

第五节 健康体检行业产业链分析

- 一、健康体检行业产业链简介
- 二、健康体检行业上游分析
- 三、健康体检行业下游分析

第二章 健康体检行业市场环境及影响分析

第一节 行业政治法律环境

- 一、《健康体检管理暂行规定》
- 二、《健康体检基本项目目录》
- 三、《关于促进健康服务业发展的若干意见》
- 四、健康体检行业发展规划

第二节 行业经济环境分析

- 一、国内宏观经济运行情况
- 二、国内宏观经济运行分析
- 三、宏观经济对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、人口发展环境分析
- 二、医疗卫生发展分析
- 三、居民教育环境分析
- 四、居民收入水平分析
- 五、健康服务产业分析

第四节 行业需求环境分析

- 一、疾病谱变化情况
- 二、居民慢性病患者率
- 三、城市市民健康状况调查
- 四、城乡居民医疗保健支出

第五节 行业技术环境分析

- 一、健康体检管理系统设计分析
 - 1、健康体检管理系统需求分析
 - 2、健康体检管理系统设计分析
 - 3、健康体检管理系统实现分析
- 二、数字化健康体检系统设计分析
 - 1、数字化健康体检系统需求分析
 - 2、数字化健康体检系统设计分析
 - 3、数字化健康体检系统实现分析

第三章 国际健康体检行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球健康体检市场总体情况分析

- 一、全球健康体检行业发展现状

二、全球健康体检行业进展分析

三、全球健康体检行业发展特点

四、全球健康体检行业经验借鉴

第二节 全球健康体检行业模式及经验借鉴

一、美英健康体检模式

二、日本健康体检模式

三、kyn健康体检模式

四、对中国健康体检模式的启示

第三节 全球健康体检行业主要机构分析

一、美国kaiser permanente

二、美国swedish covenant hospiTak

三、英国bupa健检中心

四、英国nuffield医疗集团

五、日本pl东京健康管理中心

六、日本圣路加医院预防医疗中心

七、日本赤十字社熊本健康管理中心

八、台湾美兆mj诊所

第四节 国内外健康体检项目比较分析

一、基础体检比较分析

二、非传染病筛查项目比较分析

三、恶性肿瘤筛查比较分析

四、实验室项目比较分析

五、影像检查比较分析

六、比较结论比较分析

第五节 2021-2026年全球健康体检行业发展趋势

一、精准体检

二、健康管理

第四章 中国健康体检行业运行现状分析

第一节 中国健康体检行业发展状况

一、中国健康体检行业发展阶段

二、中国健康体检行业发展总体概况

三、中国健康体检行业发展特点分析

四、中国健康体检行业商业模式分析

1、整合线上线下资源

2、定位高端，会员制

3、体检+诊断

第二节 中国健康体检市场运行分析

一、健康体检机构分类

二、健康体检从业人员

三、健康体检服务形式

四、健康体检执业行为

五、健康体检服务项目和费用

六、健康体检市场规模

七、健康体检收入结构

第三节 中国健康体检市场发展现状

一、健康体检消费形势分析

二、健康体检消费需求分析

三、健康体检增长动力分析

四、健康体检产业化兴起原因

第四节 中国健康体检行业企业分析

一、民营健康体检发展瓶颈分析

二、健康体检企业融资扩张分析

三、风投注资健康体检企业分析

四、健康体检企业进军高端体检市场

第五节 中国健康体检市场运作分析

一、与医院的合作

二、与中介机构的合作

三、保险公司的介入

第六节 中国健康体检市场价格分析

一、健康体检市场价格现状

二、健康体检市场价格结构

三、健康体检市场价格问题

第七节 健康体检机构地位及作用分析

一、健康体检机构地位和作用

二、健康体检机构竞争格局

三、健康体检机构存在问题

四、健康体检机构解决对策

第八节 数字化健康体检市场分析

一、数字化健康体检发展背景

- 二、数字化健康体检相关概述
- 三、数字化健康体检机构区域分布
- 四、慈铭数字化健康体检探索成果
 - 1、慈铭数字化信息系统三大组成部分
 - 2、慈铭数字化健康体检软件四大特点
 - 3、慈铭数字化信息系统十二大管理软件
- 五、数字化健康体检行业发展趋势
 - 1、数字化健康体检标准研究
 - 2、电子病历xml应用体系研究
 - 3、数字化健康体检机构与数字化医院对接研究

第五章 中国健康体检行业运营模式分析

第一节 健康体检行业运营模式分析

- 一、体验式健康体检模式
- 二、管理式健康体检模式
- 三、中国式健康体检模式
- 四、未来式健康体检模式

第二节 健康体检机构运营模式分析

- 一、公立医院运营模式
- 二、专业体检中心运营模式
- 三、社区医疗服务中心运营模式
- 四、第三方健康体检机构运营模式

第三节 健康体检行业服务模式分析

- 一、实现“医检分离”
- 二、完善检查检测系统
- 三、体检套餐和检测项目
- 四、完善信息网络平台
- 五、构建服务平台

第六章 新型农村合作医疗健康体检模式分析

第一节 新型农村合作医疗健康体检相关概述

- 一、新型农村合作医疗制度分析
- 二、新型农村合作医疗健康体检内涵
- 三、新型农村合作医疗健康体检主体

第二节 新型农村合作医疗健康体检不同模式分析

一、新型农村合作医疗健康体检模式界定

二、不同健康体检模式的设计与内容

三、不同健康体检模式的实施效果

四、不同健康体检模式优缺点分析

第三节 新型农村合作医疗健康体检问题分析

一、健康体检的设计理念

二、健康体检基金来源与拨付方式

三、健康体检对象的确定方式与监管力度

四、健康体检项目设置与农民期望值

五、健康体检的宣传力度和组织方式

六、体检机构服务能力和医生水平

七、健康体检的质量和應用

第四节 新型农村合作医疗健康体检模式建议

一、农民健康体检工作的有效载体模式

二、新型农村合作健康体检模式建立原则

三、新型农村合作医疗健康体检模式的政策和建设建议

四、新型农村合作医疗健康体检模式的组织和管理建议

第七章 中国健康体检行业细分市场分析及预测

第一节 健康体检群体心理需求分析

一、健康体检群体平等心理

二、健康体检群体消费心理

三、健康体检群体便捷心理

四、健康体检群体疑病心理

五、健康体检群体恐惧心理

第二节 健康体检主要群体细分市场分析

一、老年健康体检市场分析预测

二、儿童健康体检市场分析预测

三、女性健康体检市场分析预测

四、职业白领健康体检市场分析预测

五、高端客户群健康体检市场分析预测

第三节 健康体检主要形式细分市场分析

一、入职体检市场分析预测

二、个人体检市场分析预测

三、婚检市场分析预测

四、入伍体检市场分析预测

五、社区卫生服务健康体检市场分析预测

第八章 中国健康体检机构细分市场分析预测

第一节 公立医院健康体检市场分析

一、公立医院健康体检发展环境

- 1、公立医院数量统计情况
- 2、公立医院卫生人员统计
- 3、公立医院床位数量统计
- 4、公立医院收入增长情况
- 5、公立医院业务支出规模

二、公立医院健康体检市场分析

- 1、公立医院体检中心比较优势
- 2、公立医院体检中心比较劣势
- 3、公立医院体检中心发展机遇
- 4、公立医院体检中心面临威胁

第二节 民营医院健康体检市场分析

一、民营医院健康体检发展环境

- 1、民营医院数量统计情况
- 2、民营医院卫生人员统计
- 3、民营医院床位数量统计
- 4、民营医院资产负债情况
- 5、民营医院收入规模分析

二、民营医院健康体检市场分析

- 1、民营医院体检中心比较优势
- 2、民营医院体检中心比较劣势
- 3、民营医院体检中心发展机遇
- 4、民营医院体检中心面临威胁

第三节 疗养院健康体检市场分析

一、疗养院健康体检发展环境

- 1、疗养院数量统计情况
- 2、疗养院卫生人员统计
- 3、疗养院床位数量统计
- 4、疗养院资产负债情况
- 5、疗养院收入规模分析

二、疗养院健康体检市场分析

- 1、疗养院体检中心比较优势
- 2、疗养院体检中心比较劣势
- 3、疗养院体检中心发展机遇
- 4、疗养院体检中心面临威胁

第四节 门诊部健康体检市场分析

一、门诊部健康体检发展环境

- 1、门诊部业务总量情况
- 2、门诊部资产规模情况
- 3、门诊部收入规模分析

二、门诊部健康体检市场分析

- 1、门诊部体检中心比较优势
- 2、门诊部体检中心比较劣势
- 3、门诊部体检中心发展机遇
- 4、门诊部体检中心面临威胁

第九章 中国健康体检行业营销体系及策略分析

第一节 健康体检行业营销体系

- 一、健康体检行业营销目的
- 二、健康体检行业营销体系
- 三、健康体检行业营销观念
- 四、健康体检行业营销组合
- 五、医院品牌效应建设分析
- 六、健康体检行业营销技巧

第二节 健康体检行业产品策略

- 一、服务实体设计
- 二、产品竞争策略具体实施

第三节 健康体检行业价格策略

- 一、产品基本价格
- 二、产品促销价格
- 三、产品付款方式
- 四、产品条件设计

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、品牌需求差异化战略

二、品牌品质为王策略

三、占有与忠诚度比例策略

四、品牌系统运营策略

五、品牌运营竞合策略

第八节 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

第十章 健康体检行业区域市场分析

第一节 上海市健康体检行业市场分析

一、上海市健康体检行业需求环境分析

二、上海市健康体检行业市场发展现状

三、上海市健康体检行业市场的需求分析

四、上海市健康体检行业投资潜力分析

第二节 北京市健康体检行业市场分析

一、北京市健康体检行业需求环境分析

二、北京市健康体检行业市场发展现状

三、北京市健康体检行业市场的需求分析

四、北京市健康体检行业投资潜力分析

第三节 天津市健康体检行业市场分析

一、天津市健康体检行业需求环境分析

二、天津市健康体检行业市场发展现状

三、天津市健康体检行业市场的需求分析

四、天津市健康体检行业投资潜力分析

第四节 广州市健康体检行业市场分析

一、广州市健康体检行业需求环境分析

二、广州市健康体检行业市场发展现状

三、广州市健康体检行业市场的需求分析

四、广州市健康体检行业投资潜力分析

第五节 河北省健康体检行业市场分析

一、河北省健康体检行业需求环境分析

二、河北省健康体检行业市场发展现状

三、河北省健康体检行业市场的需求分析

四、河北省健康体检行业投资潜力分析

第六节 江苏省健康体检行业市场分析

一、江苏省健康体检行业需求环境分析

二、江苏省健康体检行业市场发展现状

三、江苏省健康体检行业市场的需求分析

四、江苏省健康体检行业投资潜力分析

第十一章 2021-2026年健康体检行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、健康体检行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、健康体检行业swot分析

1、健康体检行业优势分析

2、健康体检行业劣势分析

3、健康体检行业机会分析

4、健康体检行业威胁分析

第二节 健康体检行业竞争格局分析

一、服务竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

第三节 健康体检行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 专业体检行业竞争特点

一、竞争业态变化

二、竞争模式变化

三、收入结构变化

四、竞争对手变化

第五节 健康体检行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十二章 健康体检行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 慈铭健康体检管理集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第一节 爱康国宾健康体检管理集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第二节 美年大健康产业(集团)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第十三章 2021-2026年健康体检行业前景及趋势

第一节 2021-2026年健康体检市场发展前景

- 一、2021-2026年健康体检市场发展潜力分析
- 二、2021-2026年健康体检市场发展前景展望
- 三、2021-2026年健康体检细分行业发展前景分析

第二节 2021-2026年健康体检市场发展趋势预测

一、2021-2026年健康体检市场发展趋势

- 1、健康体检与健康管理相结合
- 2、健康体检与医疗服务相结合
- 3、健康体检与健康保险相结合
- 4、健康体检连锁化与规模化经营
- 5、专业体检机构市场集中度上升

二、2021-2026年健康体检机构发展趋势

- 1、医检分离是趋势
- 2、行业整合是保证
- 3、健康体检横纵发展方向
- 4、健康体检与医疗保险合二为一

三、健康体检行业互联网化趋势分析

- 1、营销互联网化
- 2、渠道互联网化
- 3、运营互联网化
- 4、产品互联网化

第三节 2021-2026年中国健康体检行业供需预测

- 一、2021-2026年中国健康体检行业机构数量预测
- 二、2021-2026年中国健康体检行业市场规模预测
- 三、2021-2026年中国健康体检行业总人次预测
- 四、2021-2026年中国健康体检行业供需平衡预测

第十四章 2021-2026年健康体检行业投资价值评估

第一节 健康体检行业投资特性分析

一、健康体检行业进入壁垒分析

- 1、医疗执业资质壁垒
- 2、人才壁垒
- 3、管理壁垒
- 4、资金壁垒

二、健康体检行业盈利因素分析

三、健康体检行业盈利模式分析

第二节 2021-2026年健康体检行业发展的影响因素

一、有利因素

- 1、健康体检市场需求进一步扩大
- 2、互联网+助力健康体检行业
- 3、产业链发展

二、不利因素

- 1、健康体检硬件设施参差不齐
- 2、体检机构医务人员专业化水平参差不齐
- 3、低价竞争恶性循环
- 4、健康体检检后管理不到位

第三节 健康体检行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、健康体检行业投资现状分析

第十五章 2021-2026年健康体检行业投资机会与风险防范

第一节 健康体检行业投资分析

- 一、健康体检行业投资壁垒
- 二、医疗健康行业投资规模
- 三、健康体检行业投资趋势

第二节 2021-2026年健康体检行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、健康体检行业投资机遇

第三节 2021-2026年健康体检行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、市场风险及防范
- 四、竞争风险及防范
- 五、人力风险及防范
- 六、管理风险及防范

第四节 中国健康体检行业投资建议

- 一、健康体检行业未来发展方向
- 二、健康体检行业主要投资建议
- 三、中国健康体检机构融资分析

第十六章 2021-2026年健康体检行业面临的困境及对策

第一节 健康体检行业面临的困境

- 一、各类健康体检机构缺乏运行标准
- 二、健康体检套餐缺乏个体差异性
- 三、健康体检普及率低

第二节 健康体检行业存在的问题

- 一、行业准入标准相对偏低
- 二、医生业务水平相对较低
- 三、急救设施配备相对较少
- 四、体检的后续服务不到位
- 五、体检对象筛选相对偏松

第三节 健康体检行业发展对策分析

- 一、建立严格的管理制度
- 二、提升医护人员的服务水平
- 三、树立人性化服务理念
- 四、优化体检流程
- 五、加强体检过程中的健康教育
- 六、建立家庭健康档案

第四节 健康保险发展模式策略

- 一、商业医疗保险模式
- 二、国家医疗保险模式
- 三、社会医疗保险模式
- 四、储蓄医疗保险模式

第十七章 健康体检行业案例分析研究

第一节 健康体检行业投融资案例分析

- 一、云锋基金成功入局爱康国宾
 - 1、案例背景分析
 - 2、投资主体分析
 - 3、产生动因分析
 - 4、过程与成果分析

5、案例启示分析

二、美年健康投资泰安市凯尔健康体检

- 1、案例背景分析
- 2、投资主体分析
- 3、产生动因分析
- 4、过程与成果分析
- 5、案例启示分析

第二节 健康体检行业并购案例分析

一、美年健康并购慈铭体检

- 1、案例背景分析
- 2、并购主体分析
- 3、过程与成果分析
- 4、案例启示分析

二、美年健康收购深圳鸿康杰

- 1、案例背景分析
- 2、并购主体分析
- 3、过程与成果分析
- 4、案例启示分析

第三节 健康体检行业营销策略案例分析

一、青岛健康体检中心营销环境分析

- 1、国内体检中心现况分析
 - 2、青岛康诺体检中心swto分析
- ### 二、青岛康诺健康体检中心营销现状与存在问题
- 1、青岛康诺体检中心营销现状
 - 2、青岛康诺体检中心营销问题
 - 3、青岛康诺体检中心营销问题的原因分析
 - 4、研究总结

三、青岛康诺健康体检中心营销方案优化

- 1、体检中心内部营销理念
- 2、目标市场决策
- 3、营销方案的再设计
- 4、研究总结

四、青岛康诺健康体检中心营销方案优化的实施措施

- 1、转换观念，推进健康管理
- 2、强化员工培训，提升健康服务水平

3、建立信息化系统，优化体检流程

第十八章 健康体检行业发展战略研究

第一节 健康体检品牌战略分析

- 一、健康体检品牌的重要性
- 二、健康体检实施品牌战略的意义
- 三、健康体检企业品牌的现状分析
- 四、中国健康体检企业的品牌战略
- 五、健康体检品牌战略管理的策略

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 健康体检行业投资战略研究

- 一、2017-2021年健康体检企业投资战略
- 二、2021-2026年健康体检行业投资战略
- 三、2021-2026年细分行业投资战略

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/551615551615.html>