

2017-2022年中国健康服务行业发展态势及盈利前景预测报告

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《2017-2022年中国健康服务行业发展态势及盈利前景预测报告》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/yiliaoqixie/283000283000.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着生活水平提高，广大群众对健康服务的需求持续增长。要认真履行政府职责，在切实保障人民群众基本医疗卫生服务需求的同时，加大改革力度，充分调动社会力量，加快发展内容丰富、层次多样的健康服务业，实现基本和非基本健康服务协调发展。这是满足群众迫切需要、提升全民健康素质、保障和改善民生的又一重大举措，也是提升服务业水平、有效扩大就业、形成新的增长点、促进经济转型升级的重要抓手。

2013年8月28日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，研究部署促进健康服务业发展。

会议认为，促进健康服务业发展，重点在增加供给，核心要确保质量，关键靠改革创新。一要多措并举发展健康服务业。放宽市场准入，鼓励社会资本、境外资本依法依规以多种形式投资健康服务业，加快落实对社会办医疗机构在社保定点、专科建设、职称评定、等级评审、技术准入等方面同等对待的政策，使社会力量成为健康服务业的“劲旅”。统筹城乡、区域健康服务业资源配置，促进均衡发展。二要加快发展健康养老服务。加强医疗卫生支撑，建立健全医疗机构和老年护理院、康复疗养等养老机构的转诊与合作机制。发展社区、农村健康养老服务。三要丰富商业健康保险产品。支持发展与基本医疗保险相衔接的商业健康保险，鼓励以政府购买方式，委托商业保险机构开展医疗保障经办服务，使面向全民的“健康网”更加牢固。四要培育相关支撑产业，加快医疗、药品、器械、中医药等重点产业发展。提升中医药医疗保健服务能力。壮大健康服务人才队伍，鼓励社会资本举办职业院校，规范并加快培养护士、养老护理员、康复治疗师、小儿推拿师等从业人员。会议要求，要加大价格、财税、用地等方面的政策引导和支持，简化对老年病、儿童、护理等紧缺型医疗机构的审批手续。要切实加强健康服务业市场监管，健全退出机制，提高服务质量和安全水平，努力实现人民群众对健康、长寿、幸福的美好期待。

国务院日前公布《关于促进健康服务业发展的若干意见》，提出到2020年，基本建立覆盖全生命周期的健康服务业体系，健康服务业总规模达到8万亿元以上。在资本市场看来，国内的医疗卫生行业有望迎来巨大的变革和全新的投资机会。

自2012年以来，包括药品、医疗器械等在内的涉及健康服务概念的股票在二级市场一直受到投资者的追捧。有基金经理表示，在未来的很长时间内，传统产能的收缩和与民生、健康相关产能的扩张，将是一个大的趋势。这些行业中，尤其是医疗器械、创新药等，在政策扶持和市场需求不断扩大的双重刺激之下，将可能产生具有巨大成长潜力的企业。

根据数据分析显示，2013年，我国健康服务业规模在1.65万亿元左右，而国务院明确提出至2020年健康服务业总规模达到8万亿元以上，这就意味着在2014-2020年中，我国医疗健康服务产业年均增速至少要达到25%。我国健康服务产业将迎来长期持续的高景气，市场扩容及民营医院份额提升为民营医院发展提供广阔发展空间。

2015年，我国国内生产总值达到676708亿元。2016年1—2季度，国内生产总值为340637

亿元。其中，1-6月城镇新增就业717万，就业形势总体平稳;上半年CPI同比上涨2.1%，处于全年3%左右的目标之内;上半年全社会用电量同比增长2.7%，增速较去年同期回升1.4个百分点;二季度进出口、出口值分别增长0.1%和1.2%，呈现正增长;进口值下降1.2%，降幅较一季度收窄7.2个百分点。中国经济长期向好的基本面没有变，新经济发展速度较快，预计二季度GDP增速与一季度增速持平，三四季度GDP增速可能会略微回升一些。经济增长对健康服务行业消费有重大的推动作用,我国的健康服务行业必然随着经济的进步不断增长。

2013年，我国健康服务产业试产规模为1.65万亿元，根据《关于促进健康服务业发展的若干意见》的发展规划，预计2020年将超过8万亿元，平均复合增长率约为20%。

2013-2020健康服务产业市场规模

从2009年到2014年，社会办医疗卫生机构数变化不大且略有降低，但其中医院所占比重则从30.8%增长到48.5%，说明社会力量举办的医疗卫生机构正向更高层次、更大规模的医院发展;社会办医疗卫生机构的床位数、人员数、诊疗人次数、入院人数都有较大增长，其所占医疗卫生机构总体人数、床位、诊疗和入院人数的比例也都有一定程度的增加。

健康管理及促进服务是健康服务业增量的重点之一，有利于促进以疾病治疗为中心向以健康为中心的转变，并由此衍生出健康服务的多种新兴业态。经过十余年的探索与实践，我国健康管理学科体系基本形成、健康管理服务市场初具规模、相关产业链逐步建立，尤其是以健康体检为主的健康管理医学服务机构数量快速增长，发展规模不断攀升，2013

年健康管理行业规模已接近900亿元，拥有体检主导型、中医保健型、HMO型、POS计划或医疗经纪型、信息技术服务型、私人医生型等多种服务模式。一些地方政府进一步引导健康管理服务向专业化、规模化方向发展，如上海市、杭州市引进专业性健康体检机构，发展连锁医疗体检，提供第三方健康管理评价以及健康市场调查和咨询服务;

建立以商业保险机制为支撑，健康风险管理为核心的健康管理新型组织;

青岛市、深圳市则更加注重将互联网技术与健康管理相融合。

从消费者身体状况自我感觉数据来看，认为自己免疫力低，容易生病的占14%;有慢性病的占10%;仅有17%认为很健康。消费者身体状况存在的各种不佳造就了健康服务产业的巨大需求。

2016年消费者身体状况自我感觉

健康服务业以医疗服务机构为核心，以保健用品/药品、医疗器械、诊断试剂/检测服务为支撑产业，以商业医保/商业养老保险、药事服务、医疗信息、移动医疗、在线教育等为支撑服务系统。

医疗服务机构不再只是医院一个体系，而是按照生命周期、涵盖保健、治疗、康复、养老四大贯穿起来的体系，服务机构为健康管理机构、医院(综合、专科)、康复中心、养老机构(老年病医院、护理院、临终关怀医院)四大机构。

健康服务业产业链

2013年我国健康服务产业市场规模约3.74万亿元，到2014年我国健康服务产业达到了4.5万亿元，近几年我国健康服务产业市场规模情况如下图所示：

2009-2014年中国健康服务产业市场规模

中国报告网发布的《2017-2022年中国健康服务行业发展态势及盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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：健康服务行业发展综述

1.1 健康服务行业概述

1.1.1 行业定义与研究范围界定

1.1.2 健康服务行业分类

1.1.3 健康服务行业特点分析

1.1.4 发展健康服务行业的重要性

1.2 健康服务行业发展环境

1.2.1 行业发展政策环境分析

(1) 行业管理体制

(2) 行业发展相关政策及解析

(3) 行业发展规划及解析

1.2.2 行业发展经济环境分析

(1) 中国GDP增长情况分析

(2) 中国CPI波动情况分析

(3) 居民人均收入增长分析

(4) 经济环境影响分析

1.2.3 行业社会环境分析

(1) 中国人口规模

(2) 中国人口年龄结构

- (3) 中国人口老龄化进程
- (4) 中国人口健康状况
- (5) 社会环境影响分析
- 1.2.4 行业发展环境综述
- 第二章：国际健康服务行业发展分析
- 2.1 国际健康服务行业发展环境
- 2.1.1 国际人口健康状况
- 2.1.2 国际宏观经济环境
- (1) 国际宏观经济发展现状
- (2) 国际宏观经济发展预测
- (3) 国际宏观经济发展对行业的影响
- 2.2 国际健康服务行业发展分析
- 2.2.1 国际健康服务行业发展概况
- 2.2.2 国际健康管理模式分析
- (1) 三级健康管理体系
- (2) 专项健康管理
- (3) 健康管理目标人群
- 2.2.3 国际健康服务行业发展趋势
- 2.3 主要国家健康服务行业发展分析
- 2.3.1 美国健康服务行业发展分析
- 2.3.2 日本健康服务行业发展分析
- 2.3.3 英国健康服务行业发展分析
- 2.3.4 澳大利亚健康服务行业发展分析
- 第三章：中国健康服务行业发展分析
- 3.1 中国健康服务行业发展状况
- 3.1.1 中国健康服务行业发展总体概况
- 3.1.2 中国健康服务行业市场规模
- 3.1.3 国内健康服务机构经营模式
- 3.1.4 国内健康服务行业区域分布
- 3.2 中西方健康服务行业差异比较
- 3.2.1 健康服务内容的差异
- 3.2.2 健康服务机构数量的差异
- 3.2.3 健康服务机构服务层次的差异
- 3.3 中国健康服务行业供需分析
- 3.3.1 中国健康服务行业需求分析

- (1) 全国卫生费用支出分析
- (2) 城乡居民医疗保健支出
- 3.3.2 中国健康服务行业供给分析
 - (1) 健康服务机构
 - (2) 健康服务专用设备
 - (3) 健康服务管理软件
 - (4) 健康管理经营人才

3.4 中国健康服务行业竞争分析

- 3.4.1 行业上游议价能力分析
- 3.4.2 行业下游议价能力分析
- 3.4.3 行业替代品威胁分析
- 3.4.4 行业潜在进入者威胁分析
- 3.4.5 现有企业的竞争

第四章：中国健康服务行业细分市场分析

4.1 中国健康服务行业目标客户细分市场分析

- 4.1.1 老年市场分析
 - (1) 老年健康服务市场分析
 - (2) 老年健康服务的主要产品方向
- 4.1.2 儿童市场分析
 - (1) 儿童健康服务市场分析
 - (2) 儿童健康服务市场机会分析
- 4.1.3 女性市场分析
 - (1) 女性健康服务市场容量
 - (2) 女性健康服务细分市场
- 4.1.4 职业白领健康服务市场分析
 - (1) 职业白领健康状况
 - (2) 职业白领健康服务市场建议

4.2 中国健康服务行业消费细分市场分析

- 4.2.1 生殖健康服务市场分析
 - (1) 生殖健康服务市场容量
 - (2) 生殖健康服务目标市场
 - (3) 生殖健康服务重点区域
 - (4) 生殖健康服务的新模式
- 4.2.2 亚健康服务市场分析
 - (1) 亚健康群体分析

(2) 亚健康人群需求分析

(3) 亚健康服务市场空间分析

第五章：中国健康服务业细分业务分析

5.1 中国健康体检市场分析

5.1.1 健康体检市场消费需求分析

(1) 人口规模持续增长，体检消费需求市场巨大

(2) 居民健康意识变化，健康体检需求增长

5.1.2 健康体检的消费形式

5.1.3 健康体检市场规模

(1) 健康体检机构

(2) 健康体检人群

5.1.4 健康体检的经济效益与社会效益

5.1.5 健康体检市场发展趋势

(1) 健康体检市场模式发展趋势

(2) 健康体检机构发展趋势

(3) 健康体检行业需求趋势

5.2 中国休闲保健服务市场分析

5.2.1 休闲保健服务消费群体

5.2.2 休闲保健服务市场规模

5.2.3 休闲保健服务消费需求分析

5.2.4 休闲保健服务细分市场分析

(1) 足疗保健服务市场

(2) 桑拿洗浴市场

5.2.5 休闲保健市场发展前景

5.3 中国妇幼保健服务市场分析

5.3.1 中国妇幼保健市场规模

(1) 妇幼保健院数量统计

(2) 妇幼保健院床位统计

(3) 妇幼保健院人员统计

5.3.2 中国妇幼保健服务需求分析

(1) 儿童与孕产妇死亡率

(2) 儿童保健现状

(3) 孕产妇保健现状

(4) 妇女疾病查治情况

(5) 计划生育手术状况

(6) 婚前检查保健情况

5.3.3 中国妇幼保健服务供给分析

(1) 门诊治疗人次

(2) 实际开放总床日数

(3) 病床使用率

(4) 医师日均负担门诊人次

(5) 医师负担住院床日

5.3.4 中国妇幼保健服务市场发展前景

第六章：中国健康服务行业营销分析

6.1 消费者健康服务消费行为分析

6.1.1 健康服务消费心理分析

6.1.2 健康服务消费决策分析

6.1.3 健康服务消费趋势分析

(1) 综合消费趋势

(2) 场所消费趋势

(3) 电子化平台消费趋势

(4) “预警”与“预防”消费成为热点

(5) 互动服务趋势

6.2 中国健康服务行业营销模式

6.2.1 会员制营销模式

6.2.2 数据库营销模式

6.2.3 知识营销模式

6.3 中国健康服务行业产品策略

6.3.1 服务实体设计

6.3.2 衍生服务设计

6.3.3 品牌定位设计

6.3.4 服务特点营造

6.3.5 个性服务设计

6.4 中国健康服务行业价格策略

6.4.1 健康服务产品基本价格

6.4.2 健康服务产品促销价格

6.4.3 健康服务产品付款方式

6.4.4 健康服务条件

6.5 中国健康服务行业渠道策略

6.5.1 服务网点设计

6.5.2 服务时间设计

6.5.3 服务配套设备

6.6 中国健康服务行业促销策略

6.6.1 广告宣传

6.6.2 人员推销

6.6.3 营业推广

6.6.4 公共关系

6.6.5 客户挖掘

第七章：中国健康服务行业重点企业分析

7.1 中国健康服务行业企业总体状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.1 慈铭健康体检管理集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.2.2 爱康国宾健康管理集团经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.2.3 39健康网经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.2.4 美兆集团国际健康管理机构经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.2.5 国康健康管理服务有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.2.6 瑞慈健康体检全国连锁机构经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.2.7 九华健康体检中心经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.2.8 北京民众健康管理（体检）连锁机构经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第八章：中国健康服务行业发展趋势及投资前景

8.1 中国健康服务行业发展前景

- 8.1.1 健康产业发展空间巨大
- 8.1.2 健康管理消费理念形成
- 8.1.3 健康服务行业发展前景
- 8.1.4 健康服务行业发展趋势

8.2 中国健康服务行业投资特性分析

- 8.2.1 行业发展生命周期
- 8.2.2 行业进入壁垒
- 8.2.3 行业盈利模式
- 8.2.4 行业盈利因素

8.3 中国健康服务行业投资机会分析

8.3.1 健康服务行业投资风险

- (1) 政策风险
- (2) 技术风险
- (3) 人力资源风险
- (4) 供求风险

(5) 竞争风险

(6) 其他风险

8.3.2 健康服务行业投资机会分析

图表目录：

图表1：健康服务行业类型

图表2：健康服务行业特点

图表3：健康服务行业地域性特征

图表4：2009年以来我国健康服务行业发展相关政策分析

图表5：2009年以来健康服务行业发展相关规划及解析

图表6：2005年以来中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）

图表7：2009年以来中国国内生产总值与医药行业销售收入对比图（单位：%）

图表8：2013年以来中国医疗保健服务CPI变化（当月同比）（单位：%）

图表9：2008年以来中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）

图表10：中国城镇居民人均可支配收入与医疗保健消费支出变化比较（单位：元）

图表11：中国农村居民人均收入与医疗保健消费支出变化比较（单位：元）

图表12：2006年以来中国人口数量及增长情况（单位：万人，‰）

图表13：1982年以来中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）

图表14：中国人口抚养结构比例（单位：%）

图表15：2007年以来中国65岁以上老年人口数量及占比（单位：亿人次，%）

图表16：常见疾病发生状况（单位：%）

图表17：主要城市疾病状况（单位：%）

图表18：城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%）

图表19：“看病难、看病贵”问题和养老问题带来健康服务业巨大需求

图表20：全球人类健康状况（单位：%）

（GYZX）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/283000283000.html>