

2011-2015年中国体检服务行业深度调研与未来发展趋势研究报告

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《2011-2015年中国体检服务行业深度调研与未来发展趋势研究报告》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/qitafuwu/113674113674.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/113674113674.html>