

2021年中国体检行业分析报告- 市场调研与发展商机研究

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年中国体检行业分析报告-市场调研与发展商机研究》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/yiliaoxie/543917543917.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

体检是本着早发现、早诊断、早治疗的原则，是一项利己，利家，利国，利民的一项事业。体检报告私密性强，一对一体检报告讲解，阳性及时上报，全国就医绿色通道，远程会诊等，而且是全程导检礼仪服务。

体检项目：一般包括女性体检项目和男性体检项目，具体要做的检查要根据个人的具体情况而定。另外体检项目还按照公务员体检，出国体检，入职体检等不同的需求有不同的体检项目。体检项目一般有肝功，血糖，血脂，肾功，腹部B超，男性B超，女性B超，血尿常规，肝炎筛查，胸透，心电图，内科，外科，耳鼻喉科检查。

随着食品安全问题的日益突显，人们越来越多地把注意力放在了自身健康情况的提前判断上，“有病早治、无病预防”的健康理念逐渐深入人心，从“患病求医”向“健康管理”的转变也已经成为21世纪世界医疗卫生体系的重要思想。因此，我国各地医疗卫生机构相继推出以“健康为中心”的体检服务以满足人们的需求。这些健康体检机构主要为健康人群提供体检服务，并且发展迅速，成为全国健康管理的重要组成部分，对我国医疗卫生事业的发展做出了重要贡献。

国内的体检市场主要四分天下，为医院、疗养院、门诊部和健康体检中心所占领。很多医院认识到，健康体检中心是医院创收和新的经济增长点。甚至已经有人提出在不久的将来，医疗、器械和健康体检将成为医院三足鼎立的收入来源。

全国每年有近亿人进行体检，而高端体检市场大约占整个体检市场的近三分之一。体检市场规模正以每年2位数的速度增长，其中高端消费市场以每年30%的速度递增，市场潜力巨大。随着人们生活水平及保健意识的提高，人们越来越认识到日常保健、定期检查对于健康的重要性，作为健康产业中当前的热点，体检业务正在各地兴起，健康体检市场前景十分看好。

数据显示，随着国民健康意识的提高，中国人均医疗保健支出规模逐年增加，至2020年，人均医疗保健支出为1843元。

2016-2020年中国人均医疗保健支出 数据来源：国家卫生健康委员会、观研天下整理

近几年，国民生活水平提高、健康观念深入人心，以及消费升级，国民健康体检行业的市场需求旺盛，呈现井喷发展的趋势。2016年我国体检市场容量超过1200亿元，2020年市场规模突破1700亿元

2016-2020年中国体检行业市场规模 数据来源：观研天下整理

虽然中国近些年来体检行业发展和完善，但是相比与发达国家，中国的体检覆盖率远低于发达国家的体检覆盖率。根据数据显示,2020年,中国体检覆盖率仅为32.7%,相对于发达国家而言相对较低。德国体检覆盖率已达96.9%,美国体检覆盖率74.2%,日本体检覆盖率73.4%,均远远高于中国体检覆盖率。

2020年各国体检覆盖率 数据来源：观研天下整理

健康管理体系存在问题：

随着我国医疗服务水平的不断提升，卫生健康管理行业的制度体系也在不断调整与完善，有效的推动了我国医疗行业的快速发展。但是整个医疗行业，都忽视了健康管理的价值与作用，导致健康管理体系还存在着很多问题，主要表现在以下几个方面：第一，医疗管理的相关制度体系，与现阶段的社会发展严重脱节，缺乏统一、标准的健康管理体系，导致执行力度薄弱。第二，大中型的医疗机构，其体检中心的任务繁重，很难参与到健康管理的工作中。第三，大多数医疗机构的健康管理模式，虽然引用了优秀的模式与方法，但是忽视了我国的实际情况。第四，过于重视治疗，忽视疾病预防，导致健康管理流于形式与表面。因此就要促使健康体检与健康管理，朝着“互联网+”模式发展，才能满足我国的实际需求。

中国体检行业发展趋势：

1.体检行业分级管理体系建设有待加强

目前健康体检准入资格在国内各地并没有充分贯彻,而具备健康体检准 资格的体检机构规范化程度亦不乐观,行业乱象频发。健康体检行业分级管理体系建设有待加强,如对高等级健康体检机构服务项目类别、服务收费定价等方面实施更多的差别化政策。现今公立医疗机构基本服务项目价格已实施“更高等级,更高收费”政策,如广东省珠海市二级立医疗机构基本服务项目价格按不高于三级公立医疗机构基本服务项目价格的90%确定,可减少体检机构乱收费现象。

2.健康管理服务种类增加或成未来体检行业发展关键

大部分体检机构健康管理服务提供单一,以体检为主,而检前咨询服务、检后健康评估与干预跟踪服务稀少。以美年大健康为例,美年大健康的健康管理措施集中于制定诊后健康管理方案、提供膳食指导等非医学手段,而的功能医学研究疾病早期预警跟踪信号包括免疫功能失衡、肠道功能下降、荷尔蒙失调、代谢失衡、自由基过多等尚未普及,操作规范性、检后诊疗服务等方面有待加强。未来健康管理服务种类增加或成体检行业发展关键。

3.健康体检差异化服务或成体检机构业绩增长重要突破口之一

中国体检服务内容同质化较为严重,体检机构的多样化和差异化服务(如家庭医生服务、VIP会员服务)的发展,有利于推动体检机构的业绩增长。公立医院体检机构具有较高的健康管理和诊断治疗水平,但用户等候时间过长、医师服务态度意识不足、科室转诊机制不顺畅,并不适应中产阶层日益提高的体检服务需求。而民营专业体检机构服务环境较好,服务人员较多,有利于争夺高端客源人群。未来健康体检差异化服务或成体检机构业绩增长重要突破口之一。

4.体检报告数据指标解读成改善体检服务重要内容

国内的体检报告大多关注体检者体检期横截面数据指标,未结合调查问卷和医师咨询考查体检者的长期和全面的身体状况,容易出现假阳性和假阴性的情况。另一方面,体检机构部分数据指标应用不严谨,这类指标在健康人中可能会出现不准确性,其数值的正常或异常会造成体检者错误的放心或过度的紧张。最后,后续的体检指标监测有待改进,体检者的时变

健康状况难以得到全面的观测。(lyz)

观研报告网发布的《2021年中国体检行业分析报告-市场调研与发展商机研究》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 2017-2021年中国体检行业发展概述

第一节 体检行业发展情况概述

- 一、体检行业相关定义
- 二、体检行业基本情况介绍
- 三、体检行业发展特点分析
- 四、体检行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、体检行业需求主体分析

第二节 中国体检行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、体检行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国体检行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国体检行业生命周期分析

一、体检行业生命周期理论概述

二、体检行业所属的生命周期分析

第四节 体检行业经济指标分析

一、体检行业的赢利性分析

二、体检行业的经济周期分析

三、体检行业附加值的提升空间分析

第五节 中国体检行业进入壁垒分析

一、体检行业资金壁垒分析

二、体检行业技术壁垒分析

三、体检行业人才壁垒分析

四、体检行业品牌壁垒分析

五、体检行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球体检行业市场发展现状分析

第一节 全球体检行业发展历程回顾

第二节 全球体检行业市场区域分布情况

第三节 亚洲体检行业地区市场分析

一、亚洲体检行业市场现状分析

二、亚洲体检行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲体检行业市场前景分析

第四节 北美体检行业地区市场分析

一、北美体检行业市场现状分析

二、北美体检行业市场规模与市场需求分析

三、北美体检行业市场前景分析

第五节 欧洲体检行业地区市场分析

- 一、欧洲体检行业市场现状分析
- 二、欧洲体检行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲体检行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界体检行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球体检行业市场规模预测

第三章 中国体检产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品体检总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国体检行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国体检产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国体检行业运行情况

第一节 中国体检行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国体检行业市场规模分析

第三节 中国体检行业供应情况分析

第四节 中国体检行业需求情况分析

第五节 我国体检行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国体检行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国体检行业供需平衡分析

第八节 中国体检行业发展趋势分析

第五章 中国体检所属行业运行数据监测

第一节 中国体检所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体检所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体检所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国体检市场格局分析

第一节 中国体检行业竞争现状分析

一、中国体检行业竞争情况分析

二、中国体检行业主要品牌分析

第二节 中国体检行业集中度分析

一、中国体检行业市场集中度影响因素分析

二、中国体检行业市场集中度分析

第三节 中国体检行业存在的问题

第四节 中国体检行业解决问题的策略分析

第五节 中国体检行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国体检行业需求特点与动态分析

第一节 中国体检行业消费市场动态情况

第二节 中国体检行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 体检行业成本结构分析

第四节 体检行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国体检行业价格现状分析

第六节 中国体检行业平均价格走势预测

一、中国体检行业价格影响因素

二、中国体检行业平均价格走势预测

三、中国体检行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国体检行业区域市场现状分析

第一节 中国体检行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体检市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区体检市场规模分析

四、华东地区体检市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区体检市场规模分析
- 四、华中地区体检市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区体检市场规模分析
- 四、华南地区体检市场规模预测

第九章 2017-2021年中国体检行业竞争情况

第一节 中国体检行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国体检行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国体检行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 体检行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国体检行业发展前景分析与预测

第一节 中国体检行业未来发展前景分析

一、体检行业国内投资环境分析

二、中国体检行业市场机会分析

三、中国体检行业投资增速预测

第二节 中国体检行业未来发展趋势预测

第三节 中国体检行业市场发展预测

一、中国体检行业市场规模预测

二、中国体检行业市场规模增速预测

三、中国体检行业产值规模预测

四、中国体检行业产值增速预测

五、中国体检行业供需情况预测

第四节 中国体检行业盈利走势预测

一、中国体检行业毛利润同比增速预测

二、中国体检行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国体检行业投资风险与营销分析

第一节 体检行业投资风险分析

一、体检行业政策风险分析

二、体检行业技术风险分析

三、体检行业竞争风险分析

四、体检行业其他风险分析

第二节 体检行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国体检行业发展战略及规划建议

第一节 中国体检行业品牌战略分析

一、体检企业品牌的重要性

二、体检企业实施品牌战略的意义

三、体检企业品牌的现状分析

四、体检企业的品牌战略

五、体检品牌战略管理的策略

第二节 中国体检行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国体检行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国体检行业发展策略及投资建议

第一节 中国体检行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国体检行业营销渠道策略

- 一、体检行业渠道选择策略
- 二、体检行业营销策略

第三节 中国体检行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国体检行业重点投资区域分析
- 二、中国体检行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/543917543917.html>