

中国健康服务产业市场运营态势与盈利空间预测报告（2012-2016）

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《中国健康服务产业市场运营态势与盈利空间预测报告（2012-2016）》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/qitayiyao/136820136820.html>

报告价格：电子版: 7000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

中国报告网发布的《中国健康服务产业市场运营态势与盈利空间预测报告（2012-2016）》共十六章。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、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研究分析。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。

目录

第一章 健康服务行业相关概述 1

第一节 健康服务基础概述 1

一、健康服务类别与特性 1

二、健康服务业务范围 2

第二节 健康服务行业发展成熟度 2

一、行业发展周期分析 2

二、行业中外市场成熟度对比 3

三、行业及其主要子行业成熟度分析 5

第三节 健康服务市场特征分析 7

一、市场规模 7

二、产业关联度 7

三、影响需求的关键因素 8

四、国内和国际市场 8

五、主要竞争因素 9

六、生命周期 9

第二章 2011-2012年世界健康服务产业运行状况分析 11

第一节 2011-2012年世界健康服务产业运行环境 11

一、世界人口健康状况 11

二、世界经济环境对健康产业的冲击 11

三、世界健康服务市场监管分析 14

第二节 2011-2012年国际健康管理模式分析 14

一、建立三级健康管理体系 14

二、健康管理的三个循环环节 15

三、健康干预 16

三、	专项健康管理	16
四、	健康管理的适应人群	17
第三节	2011-2012年世界主要国家健康服务市场分析	17
一、	美国健康服务业	17
二、	日本健康服务产业	17
三、	英国健康服务产业	17
四、	澳大利亚健康服务业	18
第四节	2012-2016年世界健康服务新趋势探析	18
第三章	2011-2012年中国医疗事业发展概述	19
第一节	2011-2012年中国医疗卫生事业的发展	19
一、	我国卫生事业发展回顾	19
二、	“十一五”卫生事业发展规划	37
第二节	2011-2012年我国卫生事业发展情况分析	51
二、	医疗服务	55
三、	农村卫生	57
四、	社区卫生	59
五、	病人医药费用	60
六、	疾病控制与公共卫生	62
七、	妇幼卫生	64
八、	卫生监督	65
第三节	2011-2012年中国医疗市场概况分析	66
一、	医疗服务市场的基本特征	66
二、	医疗机构设置规划指导原则（2009版）	68
三、	2020年中国医疗市场预测	79
第四章	2011-2012年中国健康服务行业运行态势分析	80
第一节	2011-2012年中国健康服务产业运行总况	80
一、	健康产业运行特点分析	80
二、	中西方健康产业差异比较	80
三、	健康服务行业SWOT分析	83
四、	2011-2012年中国健康服务市场动态分析	87
第二节	2011-2012年中国健康服务关联产业分析	89
一、	医疗（医院）市场分析	89
二、	健康保险市场分析	91
三、	健康用品市场分析	91
四、	健身娱乐市场分析	92

五、健康服务业配套产业分析 93

第五章 2011-2012年中国健康服务产业细分市场分析 94

第一节 区域细分市场分析 94

一、北京市场分析 94

二、上海健康服务市场分析 94

三、广州地区健康服务市场分析 98

三、二线城乡市场分析 101

第二节 目标客户细分市场分析 102

一、儿童市场分析 102

二、老年市场分析 102

三、女性市场分析 106

四、生殖健康服务市场分析 107

五、亚健康服务市场分析 109

六、高收入人群众市场分析 109

七、职业白领（外企员工）市场分析 110

八、社区市场分析 110

第六章 2011-2012年中国健康服务行业营销解析 111

第一节 2011-2012年中国健康服务行业营销模式研究 111

一、会员制营销将成趋势 111

二、全面健康管理将成为竞争力成因素 112

三、服务竞争成为竞争的重要因素 112

第二节 2011-2012年中国健康服务行业产品策略分析 113

一、设备智能化 113

二、体检个性化 113

三、指导专家化 113

第三节 健康服务行业价格策略分析 114

第四节 健康服务行业渠道策略分析 118

一、对高收入者及企业高管的健康管理 118

二、对老年人的健康管理 118

三、对妇女儿童的健康管理 118

四、对基层社区人群的健康管理 119

第五节 促销策略分析 119

第七章 2011-2012年中国健康服务行业消费市场分析 121

第一节 2011-2012年中国健康服务消费者心理分析 121

第二节 2011-2012年中国健康服务消费决策分析 121

第三节 2011-2012年中国健康服务消费市场状况分析	122
一、健康服务行业消费特点	122
二、健康服务消费者分析	123
三、健康服务消费结构分析	124
四、健康服务消费的市场变化	124
五、健康服务市场的消费方向	125
第四节 2011-2012年中国健康服务消费发展趋势分析	127
一、个性化趋势	127
二、突出家庭消费	128
三、消费数额差异化	128
第五节 2011-2012年中国健康服务市场消费需求分析	128
一、健康服务市场的消费需求变化	128
二、健康服务行业的需求情况分析	129
三、2011-2012年健康服务品牌市场消费需求分析	130
第八章 2011-2012年中国体检市场运行格局透析	132
第一节 2011-2012年中国体检行业发展模式	132
一、体检行业转变服务理念分析	132
二、民营体检商业模式分析	133
三、管理式健康体检模式	135
第二节 2011-2012年中国体检行业发展综述	136
一、“政府购买服务”促进健康体检发展	136
二、我国体检市场规模分析	136
三、民众体检中心健康管理引领医疗行业新趋势	137
四、中国健康管理的实践现状	139
五、健康体检与健康管理服务市场分析	142
六、健康体检的消费形式	144
第三节 2011-2012年中国体检行业市场存在的问题分析	144
第四节 2012-2016年中国体检市场趋势分析	150
一、健康体检市场模式发展趋势	150
二、心理体检成为趋势	152
三、2011年国家将为1.1亿老人体检计划	153
四、中国健康体检产业网络营销新趋势	153
五、自费体检的流行化趋势	154
第九章 2011-2012年中国健康保险市场运行动态分析	155
第一节 2011-2012年中国健康保险发展综述	155

- 一、我国健康保险业发展的四个阶段 155
- 二、我国健康保险市场格局发生转变 156
- 三、经济危机下我国健康保险业发展形态 157
- 四、借医改契机健康险企业积极推广新产品 157
- 五、2011-2012年中美健康保险税收体制的比较研究 159
- 第二节 近三年中国健康保险保费运行情况 164
 - 一、中国健康保险保费收入情况 164
 - 二、中国健康保险支付各类赔款及给付情况 165
 - 三、同比分析 165
- 第三节 2012-2016年中国健康保险业的发展趋势分析 167
- 第十章 2011-2012年中国医院运营状况分析 171
 - 第一节 2011-2012年医院行业发展基本情况 171
 - 一、我国医院的资源情况 171
 - 二、我国医院的诊疗及住院数量 172
 - 三、我国医院病床使用情况 172
 - 四、我国医院工作量情况 173
 - 五、我国医院收支情况 173
 - 六、我国医院住院病人前十位疾病构成 173
 - 第二节 2011-2012年中国医院的经营效益探讨 174
 - 一、医院经营效益的定义及内涵综述 174
 - 二、医院经营效益探讨必须坚持三项原则 175
 - 三、医院经营效益探讨必须达到的目的要求 176
 - 四、医院经营效益的表示法与分析法探讨 177
 - 五、影响医院经营效益的重点因素 183
 - 第三节 2011-2012年中国医院的竞争状况分析 184
 - 一、医院竞争的主要手段 184
 - 二、医院竞争新亮点—中小医院争亮“拳头产品” 185
 - 三、医院竞争环境的改善相当重要 186
 - 四、中国大医院直面竞争 187
 - 第四节 2012-2016年中国医院的发展趋势分析 189
- 第十一章 2011-2012年中国健康服务产业市场竞争格局透析 193
 - 第一节 2011-2012年中国健康服务产业竞争分析 193
 - 一、健康服务竞争力分析 193
 - 二、健康服务产业技术竞争分析 193
 - 三、市场尚处在初期阶段 194

第二节 2011-2012年中国健康服务产业重点地区分析	195
一、北京	195
二、上海	196
三、天津	196
第三节 2011-2012年中国健康服务企业提升竞争力策略分析	196
第十二章 2011-2012年中国健康服务部分企业与经营模式分析	198
第一节 北京慈济生物医药技术有限公司	198
第二节 三九集团	201
第三节 北京同仁医院体检科	203
第四节 北京九华体检中心	204
第五节 北京五洲女子医院	205
第六节 北京华兆益生体检机构	206
第七节 北京美兆健康体检中心有限公司	210
第八节 北京爱康在线科技有限公司	213
第九节 科瑞集团	213
第十节 北京佰众体检中心	215
第十一节 北京爱康医院	215
第十二节 北京环球医疗救援有限公司	218
第十三节 和睦家医院	220
第十四节 重点企业影响分析	221
一、北京九华体检中心	221
二、北京美兆健康体检中心有限公司	222
三、和睦家医院	222
四、三九健康网	225
五、北京五洲女子医院	226
第十三章 2012-2016年中国健康服务产业发展趋势预测分析	228
第一节 2012-2016年中国健康服务产业前景分析	228
一、极具潜力的市场空间	228
二、消费趋成熟健康服务商机初显	229
三、健康服务产业前景展望分析	229
第二节 2012-2016年中国健康服务产业市场预测分析	232
第三节 2012-2016年中国健康服务产业盈利预测分析	233
第十四章 2012-2016年中国健康服务产业发展战略分析	236
第一节 市场定位	236
一、市场定位概念	236

二、健康服务发展分析	236
第二节 合作价值判断	237
第三节 第三方健康服务分析	239
第四节 客户关系管理与信息支撑体系建设	241
一、客户关系管理系统定义	241
二、《健康体检客户关系管理系统V2.5》	242
第五节 客群管理与健康检查服务	243
一、社会老龄化	243
二、顾客关系管理	244
三、顾客关系管理之特色与价值	244
四、健检部门执行顾客关系管理之架构	245
五、顾客关系管理之运用	246
六、结论	248
第六节 健康管理服务的投资分析	248
一、健康管理服务的发展趋势	248
二、投资建设健康管理服务该重视的几个问题	250
三、对中国健康服务管理的六项建议	263
第十五章 2011-2012年中国健康服务行业投资环境解析	265
第一节 2011年中国宏观经济环境分析	265
一、GDP历史变动轨迹分析	265
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	272
三、2012年中国经济发展预测分析	274
第二节 2011-2012年中国健康服务产业政策环境分析	277
一、新医改要点解析	277
二、健康服务产业政策分析	278
三、相关产业政策分析	282
第三节 2011-2012年中国健康服务产业社会环境分析	287
第十六章 2012-2016年中国健康服务行业投资机会与风险分析	292
第一节 2011-2012年中国健康服务行业投资概况	292
一、中国健康服务行业投资特性分析	292
二、健康产业投资之医疗篇—医疗器械成主角	292
三、健康产业投资之非医疗篇	293
四、跨行业合作及行业监管有待改善	294
五、外资对中国健康管理行业的投资热情很高	295
第二节 2012-2016年中国健康服务行业投资机会分析	295

一、健康服务行业投资潜力分析 295

二、投资吸引力分析 295

第三节 2012-2016年中国健康服务行业投资风险分析 296

一、市场风险 296

二、政策风险 296

三、经营风险 296

四、技术风险 296

五、竞争风险 297

第四节 专家投资建议 297

特别说明：本公司报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/136820136820.html>