

2019年中国健康管理市场分析报告- 行业运营现状与发展前景研究

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《2019年中国健康管理市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》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/baojianpin/387024387024.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

一、健康管理概述 1、健康管理的简介

健康管理是20世纪50年代末最先在美国提出的概念（Managed Care），其核心内容医疗保险机构通过对其医疗保险客户（包括疾病患者或高危人群）开展系统的健康管理，达到有效控制疾病的发生或发展，显著降低出险概率和实际医疗支出，从而减少医疗保险赔付损失的目的。美国最初的健康管理（Managed Care）概念还包括医疗保险机构和医疗机构之间签订最经济适用处方协议，以保证医疗保险客户可以享受到较低的医疗费用，从而减轻医疗保险公司的赔付负担。

随着实际业务内容的不断充实和发展，健康管理逐步发展成为一套专门的系统方案和营运业务，并开始出现区别于医院等传统医疗机构的专业健康管理公司，并作为第三方服务机构与医疗保险机构或直接面向个体需求，提供系统专业的健康管理服务。

2、健康管理产业基本特征

健康管理是对一个人的健康进行全面监测、分析和评估，提供健康咨询和指导，以及对健康危险因素进行干预的全过程。

健康管理服务包括以下内容：个人健康档案、医疗体检或体质监测、健康风险评估和疾病早期筛选与预防，健康保险，健康生活方式干预，专家健康咨询和健康常识讲座，私人医生，疾病（包括慢性病）管理与干预，康复护理和保健，网络健康管理服务，健身服务等。

个人健康档案：包括个人基本资料外，还包括就医和疾病历史、既往家庭史、药物过敏史、预防检查、免疫史等。

医疗体检或体质检测：体质检测不是为人们检查和诊断疾病，其目的在于帮助人们了解自己的身体素质状况，并为受试者提供科学健身的原则和方法。体质检测既能反映人体最基本的体质状况，还可以发现人体某些潜在的亚健康状态。医疗体检侧重检测出人体确已或怀疑的疾病，通过筛查，为疾病治疗做好准备。

健康风险评估和疾病早期筛选与预防：健康风险评估是评估某人未来发生某种特定疾病或因为某种疾病导致死亡的可能性。包括对健康状态、未来患病和死亡危险进行量化评估

。

健康保险：是以被保险人的身体为保险标的，使被保险人在疾病或意外事故所致伤害时发生的费用或损失获得补偿的一种保险。

私人医生：私人医生一般以家庭为单位，维护与促进个人整体健康。注重提供私密、细致、耐心的服务是私人医生与公立医院医生的最大区别。

疾病（包括慢性病）管理与干预：疾病管理通过改善医生和患者之间的关系，建立详细的医疗保健计划，对于疾病相关服务（含诊疗）提出各种针对性的建议、策略来改善病情或预防病情加重，达到不断改善目标人群健康的目的。

网络健康管理服务：指用户在相关平台进行注册登录可享受健康评估、健康咨询和健康指导等服务。

3、产业构成

目前我国各类健康管理（主要是健康体检）企业大约有1万多家，大致分为三大类：一是公立医院开办的健康体检机构，如上海瑞金医院体检中心，此类机构大约占整个健康体检市场的90%；二是民营的专业连锁体检机构，如慈铭体检、爱康国宾等，此类机构建有独立的健康体检中心，并且有专业的体检人员；三是众多的健康服务机构，此类机构往往没有独立的体检中心实体，通过与全国的三级医院建立紧密的联系，为体检者提供从体检到诊疗、康复、家庭医生等一系列服务，如国康网。

这三类机构各有优势与劣势，公立医院体检机构优势在于，垄断的医疗资源和良好的硬件设施，医院体检认同度高，而劣势在于机制不灵活，服务水平一般。民营专业体检机构的优势在于经营机制灵活，服务态度好，硬件设施一流，网络覆盖广，而劣势在于政策受限，跨地区审批耗时费力，并且体检结果经常不能被主流医院所认同。

健康管理行业生命周期 资料来源：公开资料整理

二、健康服务关联产业

1、健康保险市场分析

根据银保监会发布的数据显示，2018年上半年，保险业共实现原保险保费收入22369.

40亿元，同比下降3.33%。其中，产险公司原保险保费收入6024.18亿元，同比增长14.18%；人身险公司原保险保费收入16345.19亿元，同比下降8.50%。

值得注意的是，2018年上半年，寿险业务下滑明显。在人身险三大险种中，2018年上半年，寿险、健康险、意外伤害分别实现原保险保费收入13361.43亿元、3019.45亿元、546.69亿元，与2017年相比，寿险业务同比下降12.15%，健康险与意外伤害险则同比分别上升15.44%、18.23%。

值得注意的是，2018年上半年，寿险业务下滑明显。在人身险三大险种中，2018年上半年，寿险、健康险、意外伤害分别实现原保险保费收入13361.43亿元、3019.45亿元、546.69亿元，与2017年相比，寿险业务同比下降12.15%，健康险与意外伤害险则同比分别上升15.44%、18.23%。

2、健康用品市场分析

目前我国保健品规模已超过2000亿元，是仅次于美国的第二大保健品市场，但对比国际水平仍有较大空间。对比全球：人均年消费金额相比美国214美元和日本148美元，中国人均消费金额2017年仅为26美元，远低于国际水平；相比美国60%粘性用户和50%渗透率，中国仅有10%粘性用户和20%渗透率。对标美国：中国目前城镇居民人均可支配收入处于美国70年代水平，而70年代是美国保健品行业高速成长的起始期，70年代至今美国保健品行业规模扩张了数十倍。按照美国经验，中国保健品行业尚在高速成长期。

2016年中国膳食补充剂类市场规模达1346亿。综合国内经济政策环境和国际发展经验，假设运动营养类、体重管理类和维生素及膳食营养补充剂类2016-2020年CAGR分别为25%、15%和13%，则2020年市场规模将达2218亿元，2017-2020CAGR约为14%。

2012-2020E中国膳食补充剂类市场规模及增速

资料来源：公开资料整理 目前我国保健食品销售以直销渠道为主，但近年来增速趋缓，预计未来市场份额将下降；药店作为传统渠道主体，近年来占比不断下降，专业化与服务力是未来保持竞争优势关键；线上电商渠道最近几年快速发展，预计未来市场份额还将继续扩张。

从20世纪90年代发展至今，直销行业经历了初期的“无法规”阶段、“一刀切”禁止阶段、“两个条例”后的整顿阶段，逐渐走向规范。目前，进入直销行业须获得商务部批准的直销牌照。截至2018年6月，中国共有91家企业获得直销牌照，其中外商投资企业33家。2017

年直销企业CR10为63%，销售额排名前三的企业分别为无限极、安利和完美。从集中度变化趋势看，CR10由2013年79%下降至2017年63%，中小企业不断抢占市场份额；从TOP10品牌分布看，除前三名外前十强企业排名每年都会变化，行业竞争激烈，近几年一些内资企业如权健、尚赫等增长势头较好；从行业整体增速看，2015年前行业保持较快增长，近两年行业增长率下滑明显，龙头企业业绩均出现负增长，2017年行业同比增长率仅为1.27%。

3、医疗（医院）市场分析

2017年，全国卫生计生系统贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极推进健康中国建设，深化医改取得重大阶段性成效，公共卫生、疾病防控、医疗卫生服务能力逐步提升，生育服务管理、中医药等工作得到加强，综合监督水平不断提升，城乡居民健康水平持续提高。从2016年到2017年，居民人均预期寿命由76.5岁提高到76.7岁，孕产妇死亡率从19.9/10万下降到19.6/10万，婴儿死亡率从7.5‰下降到6.8‰。

2017年末，全国医疗卫生机构总数达986649个，比上年增加3255个。其中：医院31056个，基层医疗卫生机构933024个，专业公共卫生机构19896个。与上年相比，医院增加1916个，基层医疗卫生机构增加6506个，专业公共卫生机构减少4970个（由于机构职能调整和资源整合，计划生育技术服务机构减少4965个）。

2013-2017年全国医疗卫生机构数

资料来源：卫生部

全国医疗卫生机构及床位数

机构数(个)

床位数(张)

2016

2017

2016

2017

总计

983394

986649

7410453

7940252

医院

29140

31056

5688875

6120484

公立医院

12708

12297

4455238

4631146

民营医院

16432

18759

1233637

1489338

医院中:三级医院

2232

2340

2213718

2359911

二级医院

7944

8422

2302887

2450707

一级医院

9282

10050

517837

584911

基层医疗卫生机构

926518

933024

1441940

1528528

#社区卫生服务中心(站)

34327

34652

202689

218358

#政府办

18031

18014

144837

156855

乡镇卫生院

36795

36551

1223891

1292076

#政府办

36348

36083

1210942

1277665

村卫生室

638763

632057

-

-

诊所(医务室)

201408

211572

154

167

专业公共卫生机构

24866

19896

247228

262570

#疾病预防控制中心

3481

3457

-

-

专科疾病防治机构

1213

1200

40048

40833

妇幼保健机构

3063

3077

206538

221136

卫生计生监督机构

2986

2992

-

-

其他机构

2870

2673

32410

28670

资料来源：卫生部

三、产业趋势

提升存量资源效率与增量需求持续旺盛，健康管理面临大发展良机。

(1) 针对存量的效率提升：资金端，截至目前，覆盖全民的基本医疗保障体系基本建立，医保资金的压力也与日俱增；服务端，对健康服务质量的追求及缺乏引导的就医机制导致了高等级公立医院的不堪重负；

(2) 增量需求的引导：随着居民生活水平提升及对健康管理需求的日益旺盛，存量

的以治疗为主、忽略预防及康复的体制显然不能不满足需求，针对差异化需求产生的商业健康保险、高端医疗等也逐步发展。

国内健康管理模式发展路径预判：健康管理模式的核心是要打造以人为核心的覆盖“保险+医院+互联网医疗”、“预防+治疗+康复”的闭环生态圈，打造完备的医疗产业链不可或缺。

（1）大型保险公司的推动，如平安、泰康等。对于此类公司，医院、医生渠道是短板，预期在15年能够看到其对医疗资源的大规模整合；

（2）切入点多样，看好具备区域化优势的公司。从美国来看，由大型的医疗保险公司来推动的可能性最大，但结合国内的现状，具备区域优势的公司也能通过上下游资源整合走出自己的发展路径；

（3）慢病管理、亚健康管理等。通过在某一疾病或者某些人群中的粘性，打造针对慢性病或者亚健康人群的健康管理闭环。

近年来，我国经济发展稳步增长，但在物质生活空前发达的当下，不合理的饮食习惯及不良的生活方式却对人们的健康产生了巨大的负面影响。相关数据表明，中国亚健康人群已经超过75%，与营养相关的慢性病，如脂肪肝、糖尿病、高血压病、心脑血管病、肿瘤等已占死亡原因的80%，人们的健康需求已由传统、单一的医疗治疗型，向疾病预防型、保健型和健康促进型转变。社会各阶层的健康需求持续不断提升，健康管理师这一职业也由此应运而生。具体而言，私人健康管理师主要从事的工作包括采集和管理个人健康信息、评估个人健康和疾病危险性、进行个人健康咨询与指导、制订个人健康促进计划、对个人进行健康维护，是融合营养师、保健师、中医师、心理师等多职业特点于一身的综合性职业。

未来趋势：根据日本卫生部公布的相关数据，在日本，每300人就拥有一名健康管理师或营养师，健康管理师的数量相当于临床医师的2.4倍。而目前我国专业健康管理方面的从业人员仅有10万人左右，如果按照日本健康管理师所占全国人口比例的一半计算，我国未来所需的健康管理师保守估计也需200万人，人才缺口非常巨大。而随着我国“全民健康管理工程”的推进、人口老龄化的进程加快以及期望寿命的延长，这一数字预计还将继续增长。另一方面，我国的高端人群聘请私人营养师的热潮也在逐步显现，寻找专属的私人健康顾问，让他们为自己的形体及健康保驾护航，已经成为越来越多高端人群进行长期健康投资的趋势之选。（ww）

观研天下发布的《2019年中国健康管理市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国健康管理行业发展概述

第一节 健康管理行业发展情况概述

一、健康管理行业相关定义

二、健康管理行业基本情况介绍

三、健康管理行业发展特点分析

第二节 中国健康管理行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、健康管理行业产业链条分析

三、中国健康管理行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国健康管理行业生命周期分析

- 一、健康管理行业生命周期理论概述
- 二、健康管理行业所属的生命周期分析
- 第四节 健康管理行业经济指标分析
 - 一、健康管理行业的赢利性分析
 - 二、健康管理行业的经济周期分析
 - 三、健康管理行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国健康管理行业进入壁垒分析
 - 一、健康管理行业资金壁垒分析
 - 二、健康管理行业技术壁垒分析
 - 三、健康管理行业人才壁垒分析
 - 四、健康管理行业品牌壁垒分析
 - 五、健康管理行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球健康管理行业市场发展现状分析

- 第一节 全球健康管理行业发展历程回顾
- 第二节 全球健康管理行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲健康管理行业地区市场分析
 - 一、亚洲健康管理行业市场现状分析
 - 二、亚洲健康管理行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲健康管理行业市场前景分析
- 第四节 北美健康管理行业地区市场分析
 - 一、北美健康管理行业市场现状分析
 - 二、北美健康管理行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美健康管理行业市场前景分析
- 第五节 欧盟健康管理行业地区市场分析
 - 一、欧盟健康管理行业市场现状分析
 - 二、欧盟健康管理行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟健康管理行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界健康管理行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球健康管理行业市场规模预测

第三章 中国健康管理产业发展环境分析

- 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、全社会消费品健康管理总额

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 中国健康管理行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国健康管理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 中国健康管理行业运行情况

第一节 中国健康管理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

三、行业发展特点分析

第二节 中国健康管理行业市场规模分析

第三节 中国健康管理行业供应情况分析

第四节 中国健康管理行业需求情况分析

第五节 中国健康管理行业供需平衡分析

第六节 中国健康管理行业发展趋势分析

第五章 中国健康管理所属行业运行数据监测

第一节 中国健康管理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 中国健康管理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 中国健康管理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 2016-2018年中国健康管理市场格局分析

第一节 中国健康管理行业竞争现状分析

一、中国健康管理行业竞争情况分析

二、中国健康管理行业主要品牌分析

第二节 中国健康管理行业集中度分析

一、中国健康管理行业市场集中度分析

二、中国健康管理行业企业集中度分析

第三节 中国健康管理行业存在的问题

第四节 中国健康管理行业解决问题的策略分析

第五节 中国健康管理行业竞争力分析

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 2016-2018年中国健康管理行业需求特点与动态分析

第一节 中国健康管理行业消费市场动态情况

第二节 中国健康管理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 健康管理行业成本分析

第四节 健康管理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 中国健康管理行业价格现状分析

第六节 中国健康管理行业平均价格走势预测

一、中国健康管理行业价格影响因素

二、中国健康管理行业平均价格走势预测

三、中国健康管理行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国健康管理行业区域市场现状分析

第一节 中国健康管理行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地健康管理市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区健康管理市场规模分析

四、华东地区健康管理市场规模预测

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、华中地区健康管理市场规模分析

四、华中地区健康管理市场规模预测

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、华南地区健康管理市场规模分析

第九章 2016-2018年中国健康管理行业竞争情况

第一节 中国健康管理行业竞争结构分析（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 中国健康管理行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国健康管理行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 健康管理行业企业分析（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 2019-2025年中国健康管理行业发展前景分析与预测

第一节 中国健康管理行业未来发展前景分析

- 一、健康管理行业国内投资环境分析
- 二、中国健康管理行业市场机会分析
- 三、中国健康管理行业投资增速预测

第二节 中国健康管理行业未来发展趋势预测

第三节 中国健康管理行业市场发展预测

- 一、中国健康管理行业市场规模预测
- 二、中国健康管理行业市场规模增速预测
- 三、中国健康管理行业产值规模预测
- 四、中国健康管理行业产值增速预测
- 五、中国健康管理行业供需情况预测

第四节 中国健康管理行业盈利走势预测

- 一、中国健康管理行业毛利润同比增速预测
- 二、中国健康管理行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国健康管理行业投资风险与营销分析

第一节 健康管理行业投资风险分析

- 一、健康管理行业政策风险分析
- 二、健康管理行业技术风险分析
- 三、健康管理行业竞争风险分析
- 四、健康管理行业其他风险分析

第二节 健康管理行业企业经营发展分析及建议

- 一、健康管理行业经营模式
- 二、健康管理行业销售模式
- 三、健康管理行业创新方向

第三节 健康管理行业应对策略

- 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 2019-2025年中国健康管理行业发展策略及投资建议

第一节 中国健康管理行业品牌战略分析

- 一、健康管理企业品牌的重要性
- 二、健康管理企业实施品牌战略的意义
- 三、健康管理企业品牌的现状分析
- 四、健康管理企业的品牌战略
- 五、健康管理品牌战略管理的策略

第二节 中国健康管理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 中国健康管理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 2019-2025年中国健康管理行业发展策略及投资建议

第一节 中国健康管理行业产品策略分析

- 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 中国健康管理行业定价策略分析

第三节 中国健康管理行业营销渠道策略

- 一、健康管理行业渠道选择策略
- 二、健康管理行业营销策略

第四节 中国健康管理行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国健康管理行业重点投资区域分析
- 二、中国健康管理行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/387024387024.html>