

2019年中国健康服务市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

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《2019年中国健康服务市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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/baojianpin/430957430957.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

健康服务是以个性化健康检测评估、咨询服务、调理康复、保障促进等为主体的第三方服务产业，它独立于健康产业其它三大基础产业（医疗、医药、保健品），有自己的运行规律，但却与其它三大基础产业相互依存、相互影响，共同为民众的健康服务。健康服务行业分类信息来源：观研天下整理

由于中国城市经济发展的特点，“四、二、一” 葎 蕨 构十分明显，传统的家庭照料功能不断弱化。据了解，中国有老人家庭中“空巢家庭”已占25%以上，上海、北京等地更高达30%以上。近年来，大批独生子女的父母将持续进入老年阶段，老年人的家庭代际结构将由现在的“多子少孙”转变为“少子多孙”，老年人口的“空巢家庭”比重将达到65%，因此老年健康服务市场将成为巨大的新兴市场。老年健康服务的主要产品方向信息来源：前瞻研究院

健康服务业市场主体的基本功能是营造组织环境，通过提供安全、有效、方便、价廉的基本医疗服务和公共卫生服务，满足居民明确和隐含的健康需求。中国健康服务领域的巨大空间以及抗经济下行周期的特点，吸引了大量参与者。近年来，我国健康服务行业以20%-30%的速度增长，2017年健康服务行业规模已近1900亿元。2013-2017年中国健康服务行业市场规模情况数据来源：药监局

随着中国经济的发展，人民生活水平显著提高，恩格尔系数会越来越小。我国健康产业这几年发展得很快，人们生活水平提高后，保健意识也随之增强，更加注重健康，并且有了购买健康产品的消费能力，加之国际健康服务行业发展得比较快，健康产业出现了国际化的发展趋势。以保健品为例，近来每年的销售额达到2000亿元人民币以上。随着我国城乡居民收入水平的上升，其对健康服务方面的投入也逐渐增加。2010-2017年中国保健品行业市场规模情况数据来源：药监局

改革开放以来，中国儿童少年营养和健康状况发生了较大变化。从2005-2017年我国儿童保健情况来看，出生体重<2500克婴儿比重有上升趋势，从2005年的2.34%上升至2017年的2.88%，这可能和大气污染、产妇营养不良、产妇精神压力有关；而不同于出生体重<2500克婴儿比重，5岁以下儿童中重度营养不良比重整体呈下降趋势，由2005年的2.34%下降至2017年的1.40%，不过农村儿童的生长发育水平仍低于城市儿童，在中西部地区的部分农村，营养不良仍是影响儿童生长发育和健康的主要原因。2005-2017年我国婴儿出生体重小于2500克比重情况数据来源：药监局

2005-2017年我国婴儿出生5岁以下中度营养不良比重情况数据来源：药监局

随着社会发展和人们生活水平的普遍提高，以及人类生活方式的改变，健康产品的总需求急剧增加。以生物技术和生命科学为先导，涵盖医疗卫生、营养保健、健身休闲等健康服务功能的健康产业成为21世纪引导全球经济发展和社会进步的重要产业。近年来，随着健康服务行业各项促进政策的出台和行业标准的不断完善，同时也因为行业自我发展能力的不断增强，使得中国健康服务业发展迅速，呈现出规模持续扩大、结构不断优化、新产品层出不穷的局面。

在美国，健康服务是整个体系，政府、学术界、企业、医疗保险、居民和健康服务组织共同干预。借鉴国外经验，以人均健康服务消费500元/年的标准计算，我国健康服务行业市场容量已达到6950亿元。未来，我国健康服务市场

按照15%的年均复合增长率计算，2018年中国健康服务市场预期将达2123亿元，2023年将达到4270亿元，发展潜力非常大。2018-2023年健康服务行业规模预测数据来源：药监局（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国健康服务市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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。

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 2016-2019年中国健康服务行业发展概述

第一节 健康服务行业发展情况概述

- 一、健康服务行业相关定义
- 二、健康服务行业基本情况介绍
- 三、健康服务行业发展特点分析

第二节 中国健康服务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、健康服务行业产业链条分析

三、中国健康服务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国健康服务行业生命周期分析

一、健康服务行业生命周期理论概述

二、健康服务行业所属的生命周期分析

第四节 健康服务行业经济指标分析

一、健康服务行业的赢利性分析

二、健康服务行业的经济周期分析

三、健康服务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国健康服务行业进入壁垒分析

一、健康服务行业资金壁垒分析

二、健康服务行业技术壁垒分析

三、健康服务行业人才壁垒分析

四、健康服务行业品牌壁垒分析

五、健康服务行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球健康服务行业市场发展现状分析

第一节 全球健康服务行业发展历程回顾

第二节 全球健康服务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲健康服务行业地区市场分析

一、亚洲健康服务行业市场现状分析

二、亚洲健康服务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲健康服务行业市场前景分析

第四节 北美健康服务行业地区市场分析

一、北美健康服务行业市场现状分析

二、北美健康服务行业市场规模与市场需求分析

三、北美健康服务行业市场前景分析

第五节 欧盟健康服务行业地区市场分析

一、欧盟健康服务行业市场现状分析

二、欧盟健康服务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟健康服务行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界健康服务行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球健康服务行业市场规模预测

第三章 中国健康服务产业发展环境分析

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、全社会消费品健康服务总额
- 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 中国健康服务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国健康服务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 中国健康服务行业运行情况

第一节 中国健康服务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 中国健康服务行业市场规模分析

第三节 中国健康服务行业供应情况分析

第四节 中国健康服务行业需求情况分析

第五节 中国健康服务行业供需平衡分析

第六节 中国健康服务行业发展趋势分析

第五章 中国健康服务所属行业运行数据监测

第一节 中国健康服务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 中国健康服务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 中国健康服务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 2016-2019年中国健康服务市场格局分析

第一节 中国健康服务行业竞争现状分析

- 一、中国健康服务行业竞争情况分析
- 二、中国健康服务行业主要品牌分析

第二节 中国健康服务行业集中度分析

- 一、中国健康服务行业市场集中度分析
- 二、中国健康服务行业企业集中度分析

第三节 中国健康服务行业存在的问题

第四节 中国健康服务行业解决问题的策略分析

第五节 中国健康服务行业竞争力分析

- 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 2016-2019年中国健康服务行业需求特点与动态分析

第一节 中国健康服务行业消费市场动态情况

第二节 中国健康服务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 健康服务行业成本分析

第四节 健康服务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 中国健康服务行业价格现状分析

第六节 中国健康服务行业平均价格走势预测

- 一、中国健康服务行业价格影响因素
- 二、中国健康服务行业平均价格走势预测
- 三、中国健康服务行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国健康服务行业区域市场现状分析

第一节 中国健康服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区健康服务市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区健康服务市场规模分析
- 四、华东地区健康服务市场规模预测

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、华中地区健康服务市场规模分析
- 四、华中地区健康服务市场规模预测

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、华南地区健康服务市场规模分析
- 四、华南地区健康服务市场规模预测

第九章 2016-2019年中国健康服务行业竞争情况

第一节 中国健康服务行业竞争结构分析（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 中国健康服务行业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 中国健康服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 健康服务行业企业分析（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年中国健康服务行业发展前景分析与预测

第一节 中国健康服务行业未来发展前景分析

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

第二节 中国健康服务行业未来发展趋势预测

第三节 中国健康服务行业市场发展预测

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

第四节 中国健康服务行业盈利走势预测

- 一、中国健康服务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国健康服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国健康服务行业投资风险与营销分析

第一节 健康服务行业投资风险分析

- 一、健康服务行业政策风险分析
- 二、健康服务行业技术风险分析
- 三、健康服务行业竞争风险
- 四、健康服务行业其他风险分析

第二节 健康服务行业企业经营发展分析及建议

- 一、健康服务行业经营模式
- 二、健康服务行业销售模式

三、健康服务行业创新方向

第三节 健康服务行业应对策略

- 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年中国健康服务行业发展战略及规划建议

第一节 中国健康服务行业品牌战略分析

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

第二节 中国健康服务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 中国健康服务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年中国健康服务行业发展策略及投资建议

第一节 中国健康服务行业产品策略分析

- 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 中国健康服务行业定价策略分析

第三节 中国健康服务行业营销渠道策略

一、健康服务行业渠道选择策略

二、健康服务行业营销策略

第四节 中国健康服务行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国健康服务行业重点投资区域分析

二、中国健康服务行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/430957430957.html>