2017-2022年中国健康体检市场运行态势及运营管理深度分析报告

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《2017-2022年中国健康体检市场运行态势及运营管理深度分析报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/291015291015.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

随着社会进步和人民生活水平的提高，人们对自身健康越来越关注，健康体检的需求不断增长，接受健康体检的人群越来越大。通过健康体检可以早期发现疾病及其危险因素，进行早期干预，达到推迟、阻断疾病发生发展和早期治疗的目的，规律的健康查体可明显降低全因、癌症和心血管病的死亡率。

1我国健康体检现状

2000年前，中国的健康体检没有市场，无正规的体检中心，仅局限于强制性体检，如入学、入伍、出入境及婚检等。2000年后，随着经济的发展和生活水平的提高，广大民众对健康体检的需求日益强烈，单位和个人也将体检纳入了福利关怀和健康消费的日程。人们在花钱买健康的同时也促进了体检行业的进步，使得各地的体检中心崛然而起，国有和民营的体检中心数量激增，呈“火山爆发”之势。中国有13亿人口，全国城镇人口将近5亿，为体检产业第一大市场资源，若有10%的人要求体检，则体检消费者就是5000万人，市场巨大。故因健康体检需求高、服务人群广、投资风险低而被称之为“朝阳产业”，与医院诊疗服务相比，体检服务市场具有市场潜力大、利润高、低投入、高回报的特点，而成为一个新的黄金投资区，吸引着众多投资者的关注。据不完全统计，我国目前有各类体检中心5000多家，其形式是专业体检机构和医院体检中心并存，后者占90%以上。

健康体检分类：体检机构分类：①医院门诊体检：传统体检方式，由医生应体检者要求和身体状况确定相关项目的体检。②医院体检中心：医院专职体检科室，人员相对固定，有体检套餐、专用设备和评估指标。③专业体检机构；完全独立的体检机构，专门从事体检业务，完全的医检分离。

体检方式分类：按体检性质分为：①医疗性体检：对患者进行的门诊或住院体检；②社会性体检：依国家规定预先设定的体检(入托、入学、入伍、入职、婚检和出入境等)；③预防性体检：为防病和健身进行的体检，属保健体检。

按体检者愿望分为：①被动性体检：临床体检、职业体检、商业体检等；②强制性体检：入托、入学、入伍、入职和出入境体检等；③主动性体检：预防性保健体检。

图：2010-2016年中国体检行业市场规模 资料来源：公开资料，中国报告网整理
图：中国三大健康体检机构对比 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2健康体检的发展趋势

随着社会发展和人们生活水平的提高，健康体检的总需求潜力巨大，发展前景广阔，符合国家正积极推进的健康产业。

2.1创建健康体检的中国模式目前健康体检有欧美模式、日本模式等，但缺少中国模式。未来的中国要做到健康管理全覆盖，必须有自己的模式，利用现有的大量资料，开展前瞻性研究，建立个人健康信息管理系统、个人疾病行为评价系统、个人健康改善和指导系统等;通过健康体检—收集数据—找出引起这些异常数据的原因—对个体进行量化数据管理。为决策部门提供参考，严格健康体检的准入制度、制定行业标准。

2.2健康体检与医疗服务结合强化后续服务，将体检机构与其他医疗机构相结合，形成纵向一体化，以体检为突破口，开展健康体检－健康管理－医疗服务。健康体检成为解决看病难的有效手段之一。

2.3健康体检与保险结合医疗保险未将健康体检纳入医保范畴，体检费用还是由单位或个人买单，从某种程度上来讲，制约了健康体检机构整体推进的速度，如果有第三方商业健康保险为部分客人买单，将极大推进健康体检与健康保险双方的市场规模。

2.4健康管理全覆盖健康体检后，积极主动进行健康跟踪、健康教育和干预，利用现代先进的科技手段如电话、邮件、短信、微信、网络等方式进行检后服务。

2.5健康体检智能化现已有健康体检机器人应用软件的开发，能够对受检者的身高、体质量、血压、血糖、心电图、血氧饱和度、运动耗能等人体生物医学信号进行准确测量和记录。

健康管理学科是新兴有待发展的学科，有着巨大的发展前景。随着社会的进步，经济的发展，相信离健康查体全覆盖的目标不会太远。

中国报告网发布的《2017-2022年中国健康体检市场运行态势及运营管理深度分析报告》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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

第一章：中国健康体检行业发展环境分析
1.1健康体检行业概念及产业链分析
1.1.1健康体检行业定义
1.1.2健康体检行业产业链简介
1.1.3健康体检行业上游分析
（1）健康体检行业上游分析
（2）健康体检行业下游分析
1.2健康体检行业政策环境分析
1.2.1健康体检行业管理体制
1.2.2健康体检行业政策法规
（1）《健康体检管理暂行规定》
（2）《健康体检基本项目目录》
（3）《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的意见》
1.2.3健康体检行业发展规划
（1）《“健康中国2030”规划纲要》
（2）《全国医疗卫生服务体系规划纲要（2015—）》
（3）《关于促进健康服务业发展的若干意见》
（4）《成都市健康产业发布规划（2017）》
1.2.4健康体检行业政策环境影响分析
1.3健康体检行业需求环境分析
1.3.1居民健康意识变化情况
1.3.2居民健康状况分析
（1）中国居民健康状况不容乐观
（2）慢性病成主要健康威胁因素
（3）健康体检对于预防慢性病具有重要意义
1.3.3居民支付能力分析
（1）城乡居民人均收入情况
（2）城乡居民人均医疗保健支出情况
（3）城乡居民人均医疗保健支出地区结构

1.3.4健康体检行业需求环境影响分析

第二章：健康体检行业发展分析
2.1国际健康体检行业发展现状
2.1.1国际健康体检行业发展现状
2.1.2国际健康体检模式分析
（1）日本健康体检模式
（2）英美健康体检模式
（3）KYN健康体检模式
2.1.3国际健康体检模式经验借鉴
2.1.4国际健康体检机构发展分析
（1）英国BUPA健检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（2）英国Nuffield医疗集团
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（3）美国KaiserPermanente
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（4）美国SwedishCovenantHospitak
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（5）日本PL东京健康管理中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析
（6）日本圣路加医院预防医疗中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（7）日本赤十字社熊本健康管理中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
（8）台湾美兆MJ诊所
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
2.1.5国际健康体检行业发展趋势分析
2.2中国健康体检行业发展现状
2.2.1健康体检发展历程
2.2.2健康体检行业发展意义
（1）健康体检可以有效预防多种疾病
（2）健康体检可以有效节省医疗费用支出
（3）健康体检具有较好的社会效益
2.2.3健康体检行业存在问题及解决对策
2.2.4健康体检行业基本运行情况
（1）健康体检市场容量
（2）健康体检机构分类
（3）健康体检服务形式
（4）健康体检费用分析
2.3中国健康体检市场运作分析
2.3.1健康体检市场运作方式分析
（1）与医院的合作
（2）与中介机构的合作
（3）保险公司的介入
2.3.2健康体检市场运作趋势

2.4中国健康体检细分市场分析
2.4.1老年健康体检市场分析
（1）老年人健康产业需求市场规模
（2）老年人健康体检市场需求
2.4.2儿童健康体检市场分析
（1）儿童数量及健康情况
（2）市场机会分析
（3）儿童健康体检市场需求
2.4.3女性健康体检市场分析
2.4.4职业白领健康体检市场分析
（1）职业白领健康状况
（2）职业白领健康体检市场建议
2.4.5高端客户群健康体检市场分析
2.4.6社区卫生服务健康体检市场分析
（1）我国社区卫生健康服务现状
（2）社区健康服务的定位分析
（3）社区健康服务的发展路径
2.5中国健康体检行业面临机遇与挑战
2.5.1健康体检行业发展机遇
2.5.2健康体检行业面临威胁

第三章：中国健康体检行业运营模式探究
3.1健康体检机构运营模式分析
3.1.1公立医院体检中心运营模式
3.1.2专业体检中心运营模式
3.1.3社区医疗服务中心运营模式
3.1.4第三方健康体检机构运营模式
3.2健康体检行业产品运营模式分析
3.2.1体验式健康体检模式
3.2.2管理式健康体检模式
3.2.3自助式健康体检模式
3.2.4站式健康体检模式
3.2.5未来式健康体检模式

第四章：中国健康体检机构市场竞争分析

4.1公立医院体检中心SWOT分析
4.1.1公立医院体检中心比较优势
4.1.2公立医院体检中心比较劣势
4.1.3公立医院体检中心发展机遇
4.1.4公立医院体检中心面临威胁
4.2民营体检机构市场SWOT分析
4.2.1民营体检机构市场发展历程与特点
（1）发展历程
（2）发展特点
4.2.2民营体检机构比较优势
4.2.3民营体检机构比较劣势
4.2.4民营体检机构发展机遇
4.2.5民营体检机构面临威胁
4.3疗养院健康体检机构市场SWOT分析
4.3.1疗养院健康体检机构比较优势
4.3.2疗养院健康体检机构比较劣势
4.3.3疗养院健康体检机构发展机遇
4.3.4疗养院健康体检机构面临威胁
4.4门诊部健康体检机构市场SWOT分析
4.4.1门诊部健康体检机构比较优势
4.4.2门诊部健康体检机构比较劣势
4.4.3门诊部健康体检机构发展机遇
4.4.4门诊部健康体检机构面临威胁

第五章：中国新型农村合作医疗健康体检的模式研究
5.1新型农村合作医疗进展
5.1.1中国新型农村合作医疗制度基本内容
（1）新型农村合作医疗制度发展目标
（2）新型农村合作医疗制度实施原则
（3）新型农村合作医疗制度筹资标准
5.1.2新型农村合作医疗制度特征分析
5.1.3新型农村合作医疗制度覆盖水平
5.2新型农村合作医疗健康体检内涵
5.2.1新型农村合作医疗健康体检内涵
5.2.2新型农村合作医疗健康体检主体

（1）医疗机构——健康体检的经办者
（2）地方政府——健康体检的组织和管理者
（3）参合农民——健康体检的直接参与者和受益者
5.3新型农村合作医疗健康体检不同模式比较
5.3.1新型农村合作医疗健康体检模式界定
5.3.2不同健康体检模式的设计与内容
5.3.3不同健康体检模式的实施效果
5.3.4不同健康体检模式优缺点分析
5.4新型农村合作医疗健康体检存在问题及建议
5.4.1新型农村合作医疗健康体检存在问题
5.4.2新型农村合作医疗健康体检发展建议
（1）政策建议
（2）建设建议
（3）组织建议
（4）实施建议
（5）管理建议

第六章：中国健康体检行业营销模式及策略分析
6.1健康体检群体心理需求分析
6.1.1健康体检群体平等心理
6.1.2健康体检群体消费心理
6.1.3健康体检群体便捷心理
6.1.4健康体检群体疑病心理
6.1.5健康体检群体恐惧心理
6.2健康体检行业营销体系
6.2.1健康体检行业营销组合
（1）目标市场细分与定位
（2）如何满足顾客的需求
6.2.2健康体检行业营销技巧
（1）广告营销
（2）非广告营销
（3）整合营销技巧
6.2.3健康体检行业营销模式
（1）数据库营销
（2）交易营销

（3）关系营销
（4）知识营销
6.3健康体检行业产品策略
6.3.1服务实体设计
6.3.2衍生服务设计
6.3.3品牌定位设计
6.3.4服务特点营造
6.3.5个性服务设计
6.4健康体检行业价格策略
6.4.1产品基本价格
6.4.2产品促销价格
6.4.3产品付款方式
6.4.4产品条件设计
6.5健康体检行业渠道策略
6.5.1网点设计
6.5.2时间设计
6.5.3配套设备
6.6健康体检行业促销策略
6.6.1广告宣传
6.6.2人员推销
6.6.3营业推广
6.6.4公共关系
6.6.5客户挖掘
6.7健康体检行业质量策略
6.7.1技术人员
6.7.2设备性能
6.7.3检诊质量
6.7.4健康指导
6.7.5医院感染
6.8健康体检行业管理策略
6.8.1营销潜力
6.8.2营销增长点
6.8.3营销检查与考核
6.9健康体检行业网络策略
6.9.1网络推广

6.9.2网络咨询
6.9.3网络预约
6.9.4体检客户关系管理系统

第七章：中国健康体检行业发展趋势分析
7.1健康体检行业总体发展趋势分析
7.1.1健康体检市场发展趋势
（1）健康体检与健康管理相结合
（2）健康体检与医疗服务相结合
（3）健康体检与健康保险相结合
（4）健康体检连锁化与规模化经营
（5）专业体检机构市场集中度上升
7.1.2健康体检机构发展趋势
（1）医检分离是趋势
（2）资质认证是前提
（3）行业整合是保证
7.1.3健康体检行业需求趋势
（1）体检增速趋势
7.2健康管理行业发展现状与趋势分析
7.2.1健康管理必要性
7.2.2健康管理服务形式
（1）健康体检
（2）健康咨询
（3）健康研究
（4）健康科技
（5）健康教育
（6）健康管理
（7）健康服务
7.2.3健康管理盈利模式
（1）以健康体检为主的盈利模式
（2）以网络服务为主的盈利模式
（3）以健康评估为主的盈利模式
（4）以健康咨询为主的盈利模式
（5）以康复管理为主的盈利模式
（6）以养老院为主的盈利模式

（7）以保健品销售为主的盈利模式
（8）以发展就医服务为主的盈利模式
（9）以社区常见慢性病管理为主的盈利模式
7.2.4健康管理公司分类
（1）体检主导型
（2）中药调理型
（3）资源整合型
（4）自我服务型
（5）技术服务型
（6）私人医生型
7.2.5健康管理应用现状
（1）健康管理在企业中的应用
（2）健康管理在健康保险中的应用
（3）健康管理在社区卫生服务中的应用
7.2.6健康管理存在问题
7.2.7健康管理延伸服务模式
7.2.8健康管理与健康体检关系
7.2.9健康管理发展前景展望
7.2.10健康管理发展趋势及挑战
（1）健康管理发展趋势
（2）健康管理面临挑战
7.3健康保险行业发展现状与趋势分析
7.3.1健康保险行业发展历程
7.3.2健康保险发展模式比较
（1）商业医疗保险模式
（2）国家医疗保险模式
（3）社会医疗保险模式
（4）储蓄医疗保险模式
7.3.3健康保险行业经济运行
（1）保费收入
（2）赔付支出
（3）市场格局
7.3.4健康保险行业发展趋势
7.4数字化健康体检行业发展现状与趋势分析
7.4.1数字化健康体检行业发展背景

（1）医疗信息化行业发展意义
（2）医疗信息化行业发展历程
（3）医疗信息化行业市场规模
1）总体市场规模
2）硬件市场规模
3）软件和服务市场规模
（4）医疗信息化解决方案细分市场规模
（5）医疗信息化行业前景展望
7.4.2数字化健康体检相关概述
（1）数字化与健康体检
（2）不同机构数字化系统区别
7.4.3数字化健康体检机构区域分布
7.4.4慈铭数字化健康体检探索成果
（1）慈铭数字化信息系统三大组成部分
（2）慈铭数字化健康体检软件四大特点
（3）慈铭数字化信息系统十二大管理软件
7.4.5数字化健康体检行业发展趋势
（1）数字化健康体检标准研究
（2）电子病历XML应用体系研究
（3）数字化健康体检机构与数字化医院对接研究

第八章：中国健康体检行业重点省市投资潜力分析
8.1上海健康体检行业投资潜力分析
8.1.1上海健康体检行业需求分析
（1）上海人口规模
（2）上海卫生机构数量
（3）上海城乡居民医疗保健支出水平
8.1.2上海健康体检行业竞争趋势
（1）上海健康体检市场竞争格局
1）品牌阵营
2）竞争区域
3）市场份额
（2）上海健康体检市场竞争要素
1）品牌力分析
2）品牌价格策略

3）品牌服务质量
4）品牌定位与形象
5）品牌广告与推广
（3）上海健康体检市场竞争趋势
8.1.3上海健康体检行业SWOT分析
（1）上海健康体检行业优势分析
（2）上海健康体检行业劣势分析
（3）上海健康体检行业机遇分析
（4）上海健康体检行业威胁分析
（5）上海健康体检行业发展对策
8.1.4上海健康体检行业发展潜力
（1）上海健康体检机构及数量
（2）上海健康体检市场容量分析
（3）上海健康体检市场潜力分析
8.2北京健康体检行业投资潜力分析
8.2.1北京健康体检行业需求分析
（1）北京人口规模
（2）北京卫生机构数量
（3）北京城乡居民医疗保健支出水平
8.2.2北京健康体检行业发展潜力
（1）北京健康体检机构及数量
（2）北京健康体检市场容量分析
（3）北京健康体检市场潜力分析
8.3河北健康体检行业投资潜力分析
8.3.1河北健康体检行业需求分析
（1）河北人口规模
（2）河北卫生机构数量
（3）河北城乡居民医疗保健支出水平
8.3.2河北健康体检行业发展潜力分析
（1）河北健康体检机构及数量
（2）河北健康体检市场容量分析
（3）河北健康体检市场潜力分析
8.4天津健康体检行业投资潜力分析
8.4.1天津健康体检行业需求分析
（1）天津人口规模

（2）天津卫生机构数量
（3）天津医疗保险参保人数
（4）天津城乡居民医疗保健支出水平
8.4.2天津健康体检行业发展潜力分析
（1）天津健康体检机构及数量
（2）天津健康体检市场容量分析
（3）天津健康体检市场潜力分析
8.5浙江健康体检行业投资潜力分析
8.5.1浙江健康体检行业需求分析
（1）浙江人口规模
（2）浙江卫生机构数量
（3）浙江城乡居民医疗保健支出水平
8.5.2浙江健康体检行业发展潜力分析
（1）浙江健康体检机构及数量
（2）浙江健康体检市场容量分析
（3）浙江健康体检市场潜力分析
8.6江苏健康体检行业投资潜力分析
8.6.1江苏健康体检行业需求分析
（1）江苏人口规模
（2）江苏卫生机构数量
（3）江苏城乡居民医疗保健支出水平
8.6.2江苏健康体检行业发展潜力分析
（1）江苏健康体检机构及数量
（2）江苏健康体检市场容量分析
（3）江苏健康体检市场潜力分析
8.7深圳健康体检行业投资潜力分析
8.7.1深圳从业人员健康体检质量分析
（1）检出率总体情况
（2）检出率地区比较
（3）检出率病种比较
（4）检出率机构比较
8.7.2深圳健康体检行业发展潜力分析
（1）深圳健康体检机构及数量
（2）深圳健康体检市场容量分析
（3）深圳健康体检市场潜力分析

第九章：中国健康体检行业领先机构综合竞争力分析
9.1健康体检机构总体发展分析
9.2健康体检领先机构竞争力分析
9.2.1慈铭健康体检管理集团股份有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.2爱康国宾健康体检管理集团
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.3美年大健康产业（集团）有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.4北京美兆健康体检中心有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.5国药阳光健康科技有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.6红鬃马医院投资管理（集团）股份有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.7瑞慈健康体检全国连锁机构

一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.8西安普惠健康体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.9山西尚宁健康体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.10北京民众体检门诊部
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.11华健康体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.12北京华兆益生门诊部有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.13北京圣康达健康科技发展有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.14武警安徽总队医院数字化体检中心

一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.15泰济生医院国际健康管理中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.16北京市体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.17安徽省立医院健康体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.18郑州仁人健康体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.19山西和谐健康体检医院有限公司
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析
9.2.20温州市体检中心
一、企业概况
二、主营业务情况分析
三、公司运营情况分析
四、公司优劣势分析

第十章：中国健康体检行业投融资与并购案例分析
10.1健康体检行业投融资现状分析
10.1.1健康体检行业投资壁垒
10.1.2医疗健康行业投融资规模
10.1.3健康体检行业投资趋势
10.2健康体检行业投融资案例分析
10.2.1鼎辉国际投资慈铭体检
（1）案例背景分析
（2）投资主体分析
（3）产生动因分析
（4）过程与成果分析
（5）案例启示分析
10.2.2中经合等六家投资爱康国宾
（1）案例背景分析
（2）投资主体分析
（3）产生动因分析
（4）过程与成果分析
（5）案例启示分析
10.2.3浙江迪升投资北京现代阳光
（1）案例背景分析
（2）投资主体分析
（3）产生动因分析
（4）过程与成果分析
（5）案例启示分析
10.2.4爱康国宾赴美上市融资1.53亿美元
（1）案例背景分析
（2）投资主体分析
（3）产生动因分析
（4）过程与成果分析
（5）案例启示分析
10.2.5美年大健康借壳上市
（1）案例背景分析
（2）投资主体分析
（3）产生动因分析
（4）过程与成果分析

（5）案例启示分析
10.3健康体检行业并购案例分析
10.3.1健康体检行业并购情况
（1）并购现状
（2）并购趋势
10.3.2慈铭体检并购我佳健康体检
（1）案例背景分析
（2）并购主体分析
（3）过程与成果分析
（4）案例启示分析
10.3.3美年大健康并购康成和德立普
（1）案例背景分析
（2）并购主体分析
（3）过程与成果分析
（4）案例启示分析
10.3.4爱康国宾并购北京正清源健康体检中心
（1）案例背景分析
（2）并购主体分析
（3）过程与成果分析
（4）案例启示分析
10.3.5美年大健康并购慈铭体检
（1）案例背景分析
（2）并购主体分析
（3）过程与成果分析
（4）案例启示分析

第十一章：中国健康体检行业投资前景分析
11.1健康体检行业发展前景
11.1.1健康产业发展空间巨大
11.1.2健康体检消费理念形成
11.1.3健康体检行业发展前景
11.2健康体检行业投资机会
11.2.1健康体检行业投资风险预警
（1）政策风险
（2）技术风险

（3）供求风险
（4）竞争风险
（5）人力风险
（6）管理风险
（7）社会认知风险
11.2.2健康体检行业投资机会与建议
（1）投资机会分析
（2）投资建议

图表目录

图表1：健康体检行业产业链
图表2：中国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业销售规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表3：中国口腔科用设备及器具制造行业销售规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表4：我国体外诊断试剂市场规模（单位：亿元）
图表5：上游对健康体检行业的影响分析
图表6：近年来对公立医院改革影响较大的主要政策
图表7：全国医疗卫生服务体系资源要素配置主要指标（单位：张，人）
图表8：国人健康意识变化
图表9：以来四次居民慢性病患病率情况（单位：‰）
图表10：中国城乡居民人均收入增长情况（单位：元）
图表11：城乡居民人均医疗保健支出及预测（单位：元，%）
图表12：中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例（单位：%）
图表13：中国城乡居民人均医疗保健支出地区结构（单位：元）
图表14：中国城镇居民人均医疗保健支出超过1500元的省市（单位：元）
图表15：中国农村居民人均医疗保健支出超过1000元的省市（单位：元）
图表16：日本健康体检种类

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/291015291015.html