

2016-2022年中国健康管理市场运行态势与盈利战略分析报告

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《2016-2022年中国健康管理市场运行态势与盈利战略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/237825237825.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国健康管理市场运行态势与盈利战略分析报告》首先介绍了健康管理行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 健康管理行业基本概述 18

第一节 健康管理概述 18

一、健康管理的简介 18

二、健康管理的定义 18

三、健康管理的科学基础 19

第二节 健康管理的实施步骤 20

一、客观、准确、无任何损伤的检测 20

二、检测说明 20

三、客观的健康状况评估及调理 21

四、定期进行跟踪和回访 22

五、开办健康大课堂 23

六、健康电子档案 23

七、健康促进 23

第二章 2012-2015年世界健康管理行业发展形势综述 25

第一节 2012-2015年世界健康管理行业发展概述 25

一、健康管理成为全球新兴产业 25

二、全球健康管理——挑战、应对和创新 25

三、国外健康管理对我国疾病管理的启示 26

第二节 2012-2015年世界健康管理主要国家动态分析 31

一、日本的健康管理 31

二、美国的健康管理 40

一、美国健康管理起源和发展 40

二、美国健康管理服务体系 41

三、美国健康管理服务内容 43

第三节 2016-2022年世界健康管理行业发展趋势分析 45

2、节约人力资源损失 48

3、这是一项激励员工的福利待遇和激励手段 49

4、减少企业医疗保健相关支出 49

第三章 2012-2015年中国健康管理行业市场发展环境分析 50

第一节 2012-2015年中国经济环境分析 50

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 50
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 51
- 三、全国居民收入情况（季度更新） 55
- 四、恩格尔系数（年度更新） 56
- 五、工业发展形势（季度更新） 57
- 六、固定资产投资情况（季度更新） 58
- 七、社会消费 60
- 八、对外贸易&进出口 62

第二节 2012-2015年中国健康管理行业政策环境分析 64

- 一、健康管理标准分析 64
- 二、健康管理行业政策解读 65
- 三、相关政策影响分析 67
 - 一、降低医疗费用的开支 71
 - 二、减少了住院的时间 72
 - 三、健康管理是一个慢性过程，但回报很快 72
- 四、减少了被管理者的健康危险因素 72

第三节 2012-2015年中国健康管理行业社会环境分析 78

- 一、人口环境分析 78
- 二、教育环境分析 79
- 三、文化环境分析 81
- 四、生态环境分析 81
- 五、中国城镇化率 83
- 六、居民的各种消费观念和习惯 83

第四节2012-2015年中国健康管理行业技术环境分析 84

第四章2012-2015年中国健康管理行业发展形势剖析 87

第一节2012-2015年中国健康管理心理领域分析 87

- 一、学习方面的心理健康 87
- 二、人际关系方面的心理健康 87
- 三、自我方面的心理健康 88

第二节2012-2015年中国健康管理行业特征分析 89

第三节2012-2015年中国健康管理发展存在问题分析 95

- 一、政府支持有待加强 95
- 二、公众认知度和接受度不高 96

三、运作机制不成熟 96

四、公司发展模式还有待探索 96

第五章 2012-2015年中国健康管理行业发展动态与应用分析 98

第一节 2012-2015年中国健康管理行业动态分析 98

一、健康管理走上发展“快车道” 98

二、东软打响数字化健康管理分析 101

三、慢性病健康管理临床基地落户沈阳 104

第二节 2012-2015年中国健康管理在卫生服务中的应用 105

一、针对不同疾病的应用 105

二、针对不同人群的应用 105

三、针对不同卫生服务的应用 106

四、特需医疗服务中的应用 113

五、社区健康管理应用 114

第六章 2012-2015年中国健康管理行业市场深度调研分析 115

第一节 健康管理调研背景资料介绍 115

一、城市结构 115

二、年龄结构 115

三、学历结构 116

四、收入结构 117

第二节 对健康概念理解程度的调查结果分析 118

第三节 对健康管理机构的调查结果分析 118

第四节 健康管理对生活重要性的调查结果分析 118

第五节 对受访者做健康管理体检频率的调查结果分析 119

第六节 对健康管理费用来源的调查结果分析 120

第七节 对受访者如何处理体检结果的调查结果分析 120

第八节 对受访者听说过的健康体检公司的调查结果分析 121

第九节 对受访者愿意购买的健康管理服务的调查结果分析 121

一、个人健康档案 121

二、医疗体检或体质检测 123

三、健康风险评估和疾病早期筛选与预防 124

四、健康保险 125

五、健康生活方式干预 126

1. 教育 传递知识，确立态度，改变行为； 126

六、专家健康咨询和健康常识讲座 127

七、私人医生 127

八、疾病（包括慢性疾病）管理与干预 129

九、康复护理和保健 131

1、康复 131

2、康复护理 131

3、康复医学 131

4、康复护士 132

十、就医绿色通道 134

十一、网络健康管理服务 135

十二、健身服务 135

十三、全套健康管理服务 136

第七章 2012-2015年中国健康服务行业运行态势分析 139

第一节 2012-2015年中国健康服务产业运行总况 139

一、健康产业运行特点分析 139

二、中西方健康产业差异比较 145

三、健康服务行业SWOT分析 147

四、2012-2015年中国健康服务市场动态分析 148

第二节 2012-2015年中国健康服务关联产业分析 149

一、医疗（医院）市场分析 149

二、健康保险市场分析 151

3. 根据保险合同的时效长短可以分为长期保险市场和短期保险市场 152

三、健康用品市场分析 153

四、健身娱乐市场分析 153

1.健身娱乐市场消费行为特点分析 生活方式：注重提高生存质量 153

2.消费方式：舍得花钱买健康 154

五、健康服务业配套产业分析 154

（一）大力发展医疗服务。 156

（二）加快发展健康养老服务。 157

（三）积极发展健康保险。 157

（四）全面发展中医药医疗保健服务。 158

（五）支持发展多样化健康服务。 158

（六）培育健康服务业相关支撑产业。 159

（七）健全人力资源保障机制。 160

（八）夯实健康服务业发展基础。 160

第八章 2012-2015年中国健康服务行业营销解析 164

第一节 2012-2015年中国健康服务行业营销模式研究 164

一、会员制营销将成趋势	164
二、全面健康管理将成为竞争力成因素	165
三、服务竞争成为竞争的重要因素	165
第九章 2012-2015年中国健康管理行业优势企业竞争力分析	167
第一节 中国健康管理集团	167
一、企业发展基本情况	167
二、企业财务指标	167
（一）企业偿债能力分析	167
（二）企业运营能力分析	170
三、企业发展优势	175
四、企业发展战略	175
第二节 北京博益美华健康管理有限公司	176
一、企业发展基本情况	176
二、企业财务指标	176
（一）企业偿债能力分析	176
（二）企业运营能力分析	179
三、企业发展优势	185
四、企业发展战略	185
第三节 上海泰福健康管理有限公司	186
一、企业发展基本情况	186
二、企业财务指标	186
（一）企业偿债能力分析	186
（二）企业运营能力分析	189
三、企业发展优势	195
四、企业发展战略	195
第四节 慈铭健康体检管理集团股份有限公司	196
一、企业发展基本情况	196
二、企业财务指标	197
（一）企业偿债能力分析	197
（二）企业运营能力分析	200
（三）企业盈利能力分析	204
三、企业发展优势	206
四、企业发展战略	207
第五节 三生（中国）健康产业有限公司	207
一、企业发展基本情况	207

二、企业财务指标 207

（一）企业偿债能力分析 207

（二）企业运营能力分析 210

（三）企业盈利能力分析 214

三、企业发展优势 216

四、企业发展战略 217

第十章 2012-2015年中国体检市场运行新格局透析 219

第一节 健康体检行业相关概述 219

一、健康体检概念 219

二、健康体检等级划分 219

第二节 健康体检行业运营模式分析 219

一、体验式健康体检模式 219

（1）目标客户群体 219

（2）体检模式特点 220

（一）体检产品营销策略 220

（二）体检价格营销策略 220

（三）体检促销策略 220

（四）体检渠道营销策略 220

（五）体检质量营销策略 220

（六）体检服务营销策略 220

（七）体检网络营销策略 220

（八）体检虚拟营销策略 220

（3）体检模式成效 220

（4）体检机构案例 221

二、管理式健康体检模式 221

（1）目标客户群体 221

（2）体检模式特点 222

（3）体检模式成效 222

（4）体检机构案例 222

三、自助式健康体检模式 223

（1）目标客户群体 223

（2）体检模式特点 223

（3）体检模式成效 223

（4）体检机构案例 224

四、一站式健康体检模式 224

(1) 目标客户群体 224

(2) 体检模式特点 225

(3) 体检模式成效 225

(4) 体检机构案例 225

五、未来式健康体检模式 225

(1) 目标客户群体 225

(2) 体检模式特点 226

(3) 体检模式成效 226

(4) 体检机构案例 226

三、健康体检市场定位 228

第三节 健康体检行业发展前景 229

一、健康产业发展空间巨大 229

二、健康体检消费理念形成 231

三、健康体检行业发展前景 232

第十一章 2016-2022年中国健康管理行业发展前景预测分析 233

一、我国生物产业发展 233

二、健康管理机构建设内涵与发展目标 237

三、健康管理与临床医学融合势在必行 237

第十二章 2016-2022年中国健康管理产业投资机会与风险研究 241

一、健康管理机构发展现状与存在的主要风险 241

二、我国健康管理机构发展面临的机遇 242

三、我国健康管理机构发展面临的挑战 242

图表目录

图表、2011年4季度—2015年4季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 50

图表、2015年12月居民消费价格主要数据 51

图表、2011年12月—2015年12月居民消费价格指数(上年同月=100) 53

图表、2011年12月—2015年12月工业增加值月度同比增长率(%) 57

图表、2011年1-12月—2015年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 58

图表、2011年12月—2015年12月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 60

图表、2011年12月—2015年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 62

图表、2015年年末人口数及其构成 78

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/237825237825.html>