

2023-2029年中国健康体检 市场评估与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国健康体检市场评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202309/400151.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国健康体检市场评估与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 健康体检行业发展综述 14 第一节 健康体检行业相关概念概述 14 一、健康体检业态界定 14 二、健康体检发展阶段 14 第二节 最近3-5年中国健康体检行业经济指标分析 14 一、赢利性 14 从国内领先公司美年健康来看，2014-2015年公司毛利率分别为47.95%、46.95%；2014-2015年公司净利润率分别为10.18%、13.55%。可见行业盈利能力较强。 二、成长速度 14 三、附加值的提升空间 15 四、进入壁垒/退出机制 15 五、风险性 16 行业进入的风险性主要是目前已存竞争主体正在快速扩张，市场竞争将更加激烈，有可能促使行业市场价格降低，使得行业盈利能力有所下降，经营压力加大。 六、行业经营特点 16 七、竞争激烈程度指标 17 八、行业及其主要子行业成熟度分析 18 第二章 健康体检行业市场环境及影响分析 19 第一节 健康体检行业政治法律环境 19 一、行业管理体制分析 19 二、行业主要法律法规 19 三、健康体检行业相关标准 21 四、行业相关发展规划 21 五、政策环境对行业的影响 21 第二节 行业经济环境分析 22 一、宏观经济形势分析 22 二、宏观经济环境对行业的影响分析 22 第三节 行业社会环境分析 22 一、健康体检产业社会环境 22 二、社会环境对行业的影响 23 三、健康体检产业发展对社会发展的影响 24 第三章 我国健康体检行业运行现状分析 25 第一节 我国健康体检行业发展状况分析 25 一、我国健康体检行业发展历程 25 二、我国健康体检行业发展总体概况 25 三、我国健康体检行业发展特点分析 25 第二节 2014-2016年健康体检行业发展现状 26 一、健康体检行业发展意义 26 二、健康体检行业基本运行情况 27 第三节 中国健康体检市场运作分析 29 一、健康体检市场运作方式分析 29 二、健康体检市场运作趋势 29 第四节 中国健康体检细分市场分析 29 一、老年健康体检市场分析 29 二、儿童健康体检市场分析 30 三、女性健康体检市场分析 31 四、职业白领健康体检市场分析 31 第四章 我国健康体检行业整体运行指标分析 34 第一节 2014-2016年中国健康体检行业总体规模分析 34 第二节 2014-2016年中国健康体检行业财务指标总体分析 34 一、行业盈利能力分析 34 二、行业偿债能力分析 34 三、行业营运能力分析 35 第三节 2014-2016年中国体检行业市场供给分析 35 一、中国体检行业市场供给分析 35 二、中国体检行业发展方向分析 35 第四节 2014-2016年中国体检行业细分市场需求分析 35 第五节 2014-2016年中国体检行业市场供需平衡分析 36 第五章 中国健康体检行业运营模式探究 37 第一节 健康体检机构运营模式分析 37 一、公立医院体检中心运营模式 37 二、专业体检中心运营模式 37 三、社区医疗服务中心运营模式 37 四、

第三方健康体检机构运营模式 37 第二节 健康体检行业产品运营模式分析 38 一、体验式健康体检模式 38 二、管理式健康体检模式 39 三、自助式健康体检模式 39 四、一站式健康体检模式 40 五、未来式健康体检模式 40 第六章 中国健康体检机构市场竞争分析 42 第一节 公立医院体检中心SWOT分析 42 一、公立医院体检中心比较优势 42 二、公立医院体检中心发展机遇 42 第二节 民营体检机构市场SWOT分析 42 一、民营体检机构市场发展 42 二、民营体检机构发展机遇 43 三、民营体检机构面临威胁 43 第三节 疗养院健康体检机构市场SWOT分析 43 一、疗养院健康体检机构比较优势 43 二、疗养院健康体检机构比较劣势 44 三、疗养院健康体检机构发展机遇 44 四、疗养院健康体检机构面临威胁 45 第七章 中国新型农村合作医疗健康体检的模式研究 46 第一节 新型农村合作医疗进展 46 一、中国新型农村合作医疗制度基本内容 46 二、新型农村合作医疗制度特征分析 46 三、新型农村合作医疗制度覆盖水平 48 第二节 新型农村合作医疗健康体检内涵 48 一、新型农村合作医疗健康体检内涵 48 二、新型农村合作医疗健康体检主体 48 第三节 新型农村合作医疗健康体检不同模式比较 50 一、新型农村合作医疗健康体检模式界定 50 二、不同健康体检模式的设计与内容 51 三、不同健康体检模式的实施效果 53 四、不同健康体检模式优缺点分析 54 第四节 新型农村合作医疗健康体检存在问题及建议 56 一、新型农村合作医疗健康体检存在问题 56 二、新型农村合作医疗健康体检发展建议 61 第八章 中国健康体检行业营销模式及策略分析 65 第一节 健康体检群体心理需求分析 65 一、健康体检群体平等心理 65 二、健康体检群体消费心理 65 三、健康体检群体便捷心理 65 四、健康体检群体疑病心理 65 五、健康体检群体恐惧心理 65 第二节 健康体检行业营销体系 66 一、健康体检行业营销组合 66 二、健康体检行业营销技巧 66 三、健康体检行业营销模式 66 第三节 健康体检行业产品策略 67 第四节 健康体检行业价格策略 67 第五节 健康体检行业渠道策略 68 第六节 健康体检行业促销策略 68 一、广告宣传 68 二、人员推销 68 第七节 健康体检行业质量策略 69 一、技术人员 69 二、设备性能 69 三、检诊质量 69 四、健康指导 70 第八节 健康体检行业管理策略 70 一、营销潜力 70 二、营销增长点 70 三、营销检查与考核 71 第九节 健康体检行业网络策略 71 一、网络推广 71 二、网络创新 73 三、网络营销 74 四、体检客户关系管理系统 75 第九章 中国健康体检行业重点省市投资潜力分析 76 第一节 上海健康体检行业投资潜力分析 76 一、上海健康体检行业需求分析 76 二、上海健康体检行业竞争趋势 77 三、上海健康体检行业SWOT分析 77 四、上海健康体检行业发展潜力 78 第二节 北京健康体检行业投资潜力分析 79 一、北京健康体检行业需求分析 79 二、北京健康体检行业发展潜力 80 第三节 河北健康体检行业投资潜力分析 80 一、河北健康体检行业需求分析 80 二、河北健康体检行业发展潜力分析 81 第四节 天津健康体检行业投资潜力分析 81 一、天津健康体检行业需求分析 81 二、天津健康体检行业发展潜力分析 81 第五节 浙江健康体检行业投资潜力分析 82 一、浙江健康体检行业需求分析 82 二、浙

江健康体检行业发展潜力分析 82 第六节 江苏健康体检行业投资潜力分析 82 一、江苏健康体检行业需求分析 82 二、江苏健康体检行业发展潜力分析 83 第七节 深圳健康体检行业投资潜力分析 83 一、深圳健康体检行业经营分析 83 二、深圳健康体检行业发展潜力分析 83 第十章 2016-2020年健康体检行业竞争形势及策略 85 第一节 行业总体市场竞争状况分析 85 一、健康体检行业竞争结构分析 85 二、健康体检行业企业间竞争格局分析 85 三、健康体检行业集中度分析 86 四、健康体检行业SWOT分析 87 第二节 中国健康体检行业竞争格局综述 88 一、健康体检行业竞争概况 88 二、中国健康体检行业竞争力分析 88 三、健康体检行业主要企业竞争力分析 88 第三节 健康体检市场竞争策略分析 89 第十一章 2016-2020年健康体检行业领先企业经营形势分析 90 第一节 美年大健康产业(集团)有限公司 90 一、企业发展简况分析 90 二、企业经营情况分析 90 三、企业业务范围分析 91 四、企业服务网点分布 94 五、企业竞争优劣势分析 94 第二节 爱康国宾健康管理集团 96 一、企业发展简况分析 96 二、企业经营情况分析 97 三、企业业务范围分析 97 四、企业服务网点分布 98 五、企业竞争优劣势分析 98 第三节 瑞慈医疗集团 98 一、企业发展简况分析 98 二、企业经营情况分析 98 三、企业业务范围分析 99 四、企业服务网点分布 99 五、企业竞争优劣势分析 99 第四节 上海华检健康体检管理有限公司 99 一、企业发展简况分析 99 二、企业经营情况分析 100 三、企业业务范围分析 100 四、企业服务网点分布 101 五、企业竞争优劣势分析 101 第五节 红鬃马医院投资管理(集团)股份有限公司 101 一、企业发展简况分析 101 二、企业经营情况分析 101 三、企业业务范围分析 102 四、企业服务网点分布 102 五、企业竞争优劣势分析 102 第六节 山西和谐健康体检医院有限公司 102 一、企业发展简况分析 102 二、企业经营情况分析 102 三、企业业务范围分析 102 四、企业服务网点分布 103 五、企业竞争优劣势分析 104 第七节 美兆健康管理集团 104 一、企业发展简况分析 104 二、企业经营情况分析 104 三、企业业务范围分析 105 四、企业服务网点分布 105 五、企业竞争优劣势分析 105 第八节 西安普惠健康产业集团 106 一、企业发展简况分析 106 二、企业经营情况分析 106 三、企业业务范围分析 106 四、企业服务网点分布 106 五、企业竞争优劣势分析 106 第九节 上海华领集团(中国)健康管理有限公司 107 一、企业发展简况分析 107 二、企业经营情况分析 107 三、企业业务范围分析 107 四、企业服务网点分布 107 五、企业竞争优劣势分析 107 第十节 中信健康(深圳)投资管理有限公司 107 一、企业发展简况分析 107 二、企业经营情况分析 108 三、企业业务范围分析 108 四、企业服务网点分布 108 五、企业竞争优劣势分析 108 第十二章 2016-2020年健康体检行业前景及趋势预测 109 第一节 2016-2020年发展环境展望 109 第二节 2016-2020年体检行业发展趋势分析 109 一、2016-2020年技术发展趋势分析 109 二、2016-2020年行业竞争格局展望 110 第三节 2016-2020年中国体检市场趋势分析 110 一、2014-2016年体检市场趋势总结 110 二、2016-2020年体检发展趋势分析 110 三、2016-2020年体检市场发展空间 110 四

、2016-2020年体检产业政策趋向 111 五、2016-2020年体检技术革新趋势 111 六、2016-2020年体检价格走势分析 111 第十三章 2016-2020年健康体检行业投资机会与风险防范 112 第一节 行业活力系数比较及分析 112 第二节 行业客户群体特征比较及分析 113 第三节 体检行业投资效益分析 113 一、2014-2016年体检行业投资状况分析 113 二、2016-2020年体检行业投资效益分析 113 三、2016-2020年体检行业投资趋势预测 113 四、2016-2020年体检行业的投资方向 114 五、2016-2020年体检行业投资的建议 114 六、新进入者应注意的障碍因素分析 114 第四节 影响体检行业发展的主要因素 115 一、2016-2020年影响体检行业运行的有利因素分析 115 二、2016-2020年影响体检行业运行的稳定因素分析 115 三、2016-2020年影响体检行业运行的不利因素分析 115 四、2016-2020年我国体检行业发展面临的机遇分析 115 第五节 体检行业投资风险及控制策略分析 116 一、2016-2020年体检行业市场风险及控制策略 116 二、2016-2020年体检行业政策风险及控制策略 116 三、2016-2020年体检行业经营风险及控制策略 116 四、2016-2020年体检行业技术风险及控制策略 116 五、2016-2020年体检同业竞争风险及控制策略 117 六、2016-2020年体检行业其他风险及控制策略 117 七、风险控制分析 117 第十四章 2016-2020年健康体检行业面临的困境及对策 118 第一节 2016年健康体检行业面临的困境 118 第二节 健康体检企业面临的困境及对策 118 一、重点健康体检企业面临的困境及对策 118 二、中小健康体检企业发展困境及策略分析 119 三、国内健康体检企业的出路分析 119 第三节 中国健康体检行业存在的问题及对策 120 一、中国健康体检行业存在的问题 120 二、健康体检行业发展的建议对策 121 三、市场的重点客户战略实施 121 第四节 中国健康体检市场发展面临的挑战与对策 124 一、中国健康体检市场发展面临的挑战 124 二、中国健康体检市场发展对策分析 125 第十五章 健康体检行业发展战略研究 126 第一节 健康体检行业发展战略研究 126 一、战略综合规划 126 二、技术开发战略 127 三、业务组合战略 128 四、区域战略规划 128 五、产业战略规划 128 六、营销品牌战略 128 七、竞争战略规划 129 第二节 对我国健康体检品牌的战略思考 130 一、企业品牌的重要性 130 二、健康体检实施品牌战略的意义 131 三、健康体检企业品牌的现状分析 131 四、我国健康体检企业的品牌战略 132 五、健康体检品牌战略管理的策略 134 第三节 健康体检经营策略分析 134 一、健康体检市场细分策略 134 二、健康体检市场创新策略 135 三、品牌定位与品类规划 135 四、健康体检新产品差异化战略 135 第四节 健康体检行业投资战略研究 136 一、2016年健康体检行业投资战略 136 二、2016-2020年健康体检行业投资战略 136 三、2016-2020年细分行业投资战略 136 第十六章 研究结论及发展建议 137 第一节 健康体检行业研究结论及建议 137 第二节 健康体检子行业研究结论及建议 139 第三节 健康体检行业发展建议 140 一、行业发展策略建议 140 二、行业投资方向建议 140 三、行业投资方式建议 141

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/400151.html>