

2023-2029年中国健康管理 行业发展趋势与投资前景预测报告

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年中国健康管理行业发展趋势与投资前景预测报告》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/202309/400126.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年中国健康管理行业发展趋势与投资前景预测报告》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 健康管理行业基本概述 20 第一节 健康管理概述 20 一、健康管理的简介 20 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。 二、健康管理的定义 20 三、健康管理的科学基础 21 第二节 健康管理的实施步骤 22 一、客观、准确、无任何损伤的检测 22 二、检测说明 22 三、客观的健康状况评估及调理 22 四、定期进行跟踪和回访 24 五、开办健康大课堂 24 六、健康电子档案 24 七、健康促进 24 第二章 世界健康管理行业发展形势综述 26 第一节 世界健康管理行业发展概述 26 一、健康管理成为中国新兴产业 26 二、中国健康管理——挑战、应对和创新 26 三、国外健康管理对我国疾病管理的启示 29 第二节 世界健康管理主要国家动态分析 29 一、美国的健康管理 29 二、日本的健康管理 32 第三节 世界健康管理行业发展趋势分析 34 第三章 中国健康管理行业市场发展环境分析 35 第一节 中国经济环境分析 35 第二节 中国健康管理行业政策环境分析 37 一、健康管理标准分析 37 二、健康管理行业政策解读 38 三、相关政策影响分析 38 第三节 中国健康管理行业社会环境分析 38 第四节 中国健康管理行业技术环境分析 43 第四章 中国健康管理行业发展形势剖析 44 第一节 中国健康管理心理领域分析 44 一、学习方面的心理健康 44 二、人际关系方面的心理健康 45 三、自我方面的心理健康 46 第二节 中国健康管理行业特征分析 47 第三节 中国健康管理发展存在问题分析 48 一、政府支持有待加强 48 二、公众认知度和接受度不高 48 三、运作机制不成熟 49 四、公司发展模式还有待探索 49 第五章 中国健康管理行业发展动态与应用分析 50 第一节 中国健康管理行业动态分析 50 一、互联网健康管理平台平安好医生获得5亿美元A轮融资 50 二、四川电信联手动心健康打造以“家庭”为单位的健康管理模式 51 三、以岭药业以健康管理“大数据”实现随时随地“治未病” 52 第二节 中国健康管理在卫生服务中的应用 53 一、针对不同疾病的应用 53 二、针对不同人群的应用 57 三、针对不同卫生服务的应用 59 四、特需医疗服务中的应用 59 五、社区健康管理应用 60 第六章 中国健康管理行业商业模式研究 61 第一节 不同领域的商业机会 61 一、健康档案的商业机会 61 二、健康教育的商业机会 62 三、健康体检的商业机会 63 四、慢病管理的商业机会 64 第二节 民营医疗健康机构两大经营模式代表

比较 65 一、国康网：轻资产模式 65 二、爱康国宾：“鼠标+水泥”模式 66 三、国康网与爱康国宾异同对照 72 第三节 健康管理公司的主要经营模式 72 一、体检主导型 72 二、中药调理型 73 三、资源整合型 73 四、自我服务型 73 五、技术服务型 74 六、私人医生型 74 第四节 健康管理公司的困惑 75 一、经营模式的困惑 75 二、创业团队的困惑 75 三、核心竞争力的困惑 75 四、打造服务核心竞争力 76 第七章 中国健康服务行业市场分析 77 第一节 健康管理行业运行的主要盈利模式分析 77 一、以健康体检为主的盈利模式 77 二、以网络服务为主的盈利模式 78 三、以健康评估为主的盈利模式 78 四、以健康咨询为主的盈利模式 79 五、以康复管理为主的盈利模式 80 六、以养老院为主的盈利模式 81 七、以保健品销售为主的盈利模式 81 八、以发展就医服务为主的盈利模式 81 九、以社区常见慢性病管理为主的盈利模式 82 第二节 中国健康服务行业目标客户细分市场分析 82 一、老年市场分析 82 二、儿童市场分析 84 三、女性市场分析 86 四、生殖健康服务市场分析 87 五、亚健康服务市场分析 88 六、高收入人群市场分析 90 七、职业白领市场分析 91 八、社区服务市场分析 92 第三节 中国高端健康服务未来发展趋势 92 第四节 中国健康服务产业前景分析 93 第八章 中国健康服务行业运行态势分析 94 第一节 中国健康服务产业运行总况 94 一、健康产业运行特点分析 94 二、中西方健康产业差异比较 96 三、健康服务行业SWOT分析 96 四、中国健康服务市场动态分析 97 第二节 中国健康服务关联产业分析 100 一、医疗（医院）市场分析 100 二、健康保险市场分析 104 三、健康用品市场分析 107 四、健身娱乐市场分析 108 五、健康服务业配套产业分析 108 第九章 中国健康服务行业营销解析 110 第一节 中国健康服务行业营销模式研究 110 一、会员制营销将成趋势 110 二、全面健康管理将成为竞争力成因素 111 三、服务竞争成为竞争的重要因素 111 第二节 公立和民营医院的尝试 112 一、公立医院 112 二、民营医院 114 第十章 中国健康服务产业园区发展分析 116 第一节 健康服务产业园区的发展定位 116 一、健康服务产业园区的功能定位 116 二、健康服务产业园区的产业定位 116 第二节 产业园区产业链搭建 117 一、健康服务产业园区产业结构 117 二、健康服务产业园区产业链条的设计 117 第三节 产业园区的规划布局 117 一、健康服务产业园区用地布局 117 二、健康服务产业园区产业布局 118 第四节 健康服务产业园区保障体系 119 一、健康服务产业政策支持体系 119 二、健康服务产业园区公共服务平台搭建 119 三、健康服务产业园区运营模式设计 120 第五节 健康服务产业园区发展趋势分析 121 一、优惠政策向产业集群转变 121 二、由加工型高新区向研发型高新区转型 121 三、从引进大型公司向科技型中小企业集群转变 121 四、由土地运营向综合的产业开发及氛围培育转变 121 五、由功能单一的产业区向现代化综合功能区转型 122 第十一章 中国健康体检服务行业发展概述 123 第一节 中国健康体检服务行业发展状况分析 123 一、中国健康体检服务行业发展阶段 123 二、中国健康体检服务行业发展总体概况 124 三、中国健康体检服务行业发展特点分析 124 第二节 健康体检服务行

| | |
|------------------------|-----|
| 业发展现状 | 125 |
| 一、中国健康体检服务行业市场容量 | 125 |
| 二、中国健康体检服务行业发展分析 | 125 |
| 三、中国健康体检服务企业发展分析 | 126 |
| 第三节 健康体检行业市场概况 | 126 |
| 一、健康体检行业市场特点 | 126 |
| 二、健康体检行业市场化意义 | 126 |
| 三、健康体检行业利润水平及变动趋势 | 128 |
| 第四节 进入健康体检行业的主要障碍 | 128 |
| 一、资金准入障碍 | 128 |
| 二、市场准入障碍 | 128 |
| 三、技术与人才障碍 | 129 |
| 四、其他障碍 | 129 |
| 第五节 健康体检行业的周期性、区域性 | 130 |
| 一、行业周期分析 | 130 |
| 二、健康体检行业的区域性 | 130 |
| 三、健康体检行业的季节性 | 130 |
| 第六节 健康体检行业与上下游行业的关联性 | 130 |
| 一、健康体检行业产业链概述 | 130 |
| 二、上游产业分布 | 131 |
| 三、下游产业分布 | 131 |
| 第七节 中国健康体检服务行业总体规模分析 | 131 |
| 第八节 中国健康体检服务行业运行形势分析 | 133 |
| 第九节 中国体检服务行业市场供需分析 | 133 |
| 一、中国健康体检服务行业供给分析 | 133 |
| 二、中国健康体检服务行业需求分析 | 134 |
| 三、中国健康体检服务行业供需平衡 | 134 |
| 第十节 中国健康体检服务行业财务指标总体分析 | 135 |
| 一、行业盈利能力分析 | 135 |
| 二、行业偿债能力分析 | 136 |
| 三、行业营运能力分析 | 136 |
| 四、行业发展能力分析 | 137 |
| 第十二章 中国健康管理行业优势企业竞争力分析 | 138 |
| 第一节 美年大健康产业（集团）有限公司 | 138 |
| 一、企业发展基本情况 | 138 |
| 二、企业主要产品分析 | 138 |
| 三、企业竞争优势分析 | 140 |
| 四、企业经营状况分析 | 143 |
| 五、企业最新发展动态 | 146 |
| 六、企业发展战略分析 | 146 |
| 第二节 西安普惠健康产业集团 | 147 |
| 一、企业发展基本情况 | 147 |
| 二、企业主要产品分析 | 147 |
| 三、企业竞争优势分析 | 147 |
| 四、企业经营状况分析 | 148 |
| 五、企业最新发展动态 | 148 |
| 六、企业发展战略分析 | 148 |
| 第三节 爱康国宾健康体检管理集团有限公司 | 148 |
| 一、企业发展基本情况 | 148 |
| 二、企业主要产品分析 | 149 |
| 三、企业竞争优势分析 | 150 |
| 四、企业经营状况分析 | 150 |
| 五、企业最新发展动态 | 151 |
| 六、企业发展战略分析 | 153 |
| 第四节 北京美兆健康体检中心有限公司 | 153 |
| 一、企业发展基本情况 | 153 |
| 二、企业主要产品分析 | 154 |
| 三、企业竞争优势分析 | 154 |
| 四、企业经营状况分析 | 154 |
| 五、企业最新发展动态 | 155 |
| 六、企业发展战略分析 | 155 |
| 第五节 上海华检健康体检管理有限公司 | 155 |
| 一、企业发展基本情况 | 155 |
| 二、企业主要产品分析 | 156 |
| 三、企业竞争优势分析 | 156 |
| 四、企业经营状况分析 | 157 |
| 五、企业最新发展动态 | 158 |
| 六、企业发展战略分析 | 158 |
| 第六节 青岛中康国际医疗健康产业股份有限公司 | 158 |
| 一、企业发展基本情况 | 158 |
| 二、企业主要产品分析 | 158 |
| 三、企业竞争优势分析 | 159 |
| 四、企业经营状况分析 | 159 |
| 五、企业最新发展动态 | 160 |
| 六、企业发展战略分析 | 161 |
| 第七节 瑞慈医疗服务控股有限公司 | 163 |
| 一、企业发展基本情况 | 163 |
| 二、企业主要产品分析 | 164 |
| 三、企业竞争优势分析 | 164 |
| 四、企业经营状况分析 | 164 |
| 五、企业最新发展动态 | 166 |
| 六、企业发展战略分析 | 166 |
| 第八节 杭州艾博健康科技股份有限公司 | 167 |
| 一、企业发展基本情况 | 167 |
| 二、企业主要产品分析 | 167 |
| 三、企业竞争优势分析 | 167 |
| 四、企业经营状况分析 | 168 |
| 五、企业最新发展动态 | 169 |
| 六、企业发展战略分析 | 170 |
| 第九节 上海华领健康管理咨询有限公司 | 171 |
| 一、企业发展基本情况 | 171 |
| 二、企业主要产品分析 | 171 |
| 三、企业竞争 | |

优势分析 171 四、企业经营状况分析 171 五、企业最新发展动态 171 六、企业发展战略分析 172 第十节 中信健康(深圳)投资管理有限公司 172 一、企业发展基本情况 172 二、企业主要产品分析 172 三、企业竞争优势分析 173 四、企业经营状况分析 173 五、企业最新发展动态 173 六、企业发展战略分析 174 第十三章 中国体检市场运行新格局透析 175 第一节 健康体检行业市场参与主体解析 175 一、主要市场参与主体分类 175 二、主要市场参与主体的优势劣势分析 176 第二节 中国体检消费分析 177 一、健康体检市场消费需求分析 177 二、健康体检的消费形式 178 三、健康体检的经济效益与社会效益 178 四、循证医学与新技术的应用 178 第三节 体检过度市场化的现象 179 一、过度的体检 179 二、体检项目的不明确 179 三、不必要的检查 180 四、草莽市场 180 五、吸金石 180 第四节 健康体检产业的发展趋势 181 一、体检业务由单一型向多元化发展 181 二、体检工作有服务型向质量控制发展 181 三、健康产业管理由松散型向电子信息化发展 181 四、体检市场定点向市场化发展 181 五、健康管理成为健康产业增长的核心要素 182 六、健康产业单一性向多行业互动发展 182 第十四章 中国健康管理行业发展前景预测分析 183 第一节 中国健康管理服务的发展趋势 183 一、人民的健康需求走向 183 二、健康信息采集及评估方式的升级和干预方式的调整 183 三、就医通道是客户的必要需求 184 四、健康产业链中上下游产业互相渗透 184 五、医疗机构介入 184 六、健康管理的外延的拓展 185 第二节 中国健康管理从业人员职业前景 185 一、健康管理师专业人才过度缺乏 185 二、业态仍处初级阶段 186 三、职业前景广阔 187 第三节 大数据健康管理模式 187 第四节 中国健康管理产业市场规模预测 188 一、中国健康管理产业市场规模分析 188 二、中国健康管理产业市场规模预测 189 第十五章 中国健康管理产业投资机会与风险研究 190 第一节 中国健康管理行业投融资案例 190 一、美年大健康有限公司 190 二、爱康国宾健康体检管理集团 190 第二节 中国健康管理服务产业热点投资领域 191 一、体检中心 191 二、中医养生 191 三、月子中心 192 四、康复中心 192 第三节 中国健康管理行业投资机会与风险分析 193 一、中国健康管理行业投资机会分析 193 二、中国健康管理行业投资风险分析 194 第十六章 中国健康服务行业发展趋势 195 第一节 健康服务行业发展趋势 195 一、大力发展医疗服务 195 二、加快发展健康养老服务 196 三、积极发展健康保险 197 四、全面发展中医药医疗保健服务 197 五、支持发展多样化健康服务 198 六、培育健康服务业相关支撑产业 198 七、健全人力资源保障机制 199 八、夯实健康服务业发展基础 200 第二节 健康服务行业的服务内容和形式转变 201 第三节 大健康产业将成中国未来服务业热门投资领域 202 健康服务业不同于以治疗为主的传统医疗产业，其更为注重预防前置、医养结合，覆盖全生命周期，从而大大延伸了产业链，进一步释放了消费需求。在郭家学看来，大健康产业会在未来10年成为继互联网之后投资最热的行业之一。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/400126.html>