

2024-2030年中国健康管理行业市场专项调研及投资前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国健康管理行业市场专项调研及投资前景研究报告》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://www.chyxx.com/research/202110/977352.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解健康管理行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国健康管理行业市场专项调研及投资前景研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国健康管理市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保健康管理行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年健康管理行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能健康管理从业者抢跑转型赛道。

健康管理，是指一种对个人或人群的健康危险因素进行全面管理的过程。其定义涵盖了健康危险因素的检测、分析、评估和干预，宗旨是调动个人及集体的积极性，有效地利用有限的资源来达到最大的健康效果。健康管理服务体系主要由健康监测、健康评估、健康干预三个主要环节构成，是一个是连续的、长期的、循环往复、始终贯穿的循环。

从健康管理行业产业链来看，上游涉及药品、保健品、设备及耗材的供应；中游为健康管理相关机构，包括院内的各级医院与院外机构（体检机构、检测机构、保险机构、互联网医疗等）；下游的消费人群，主要分为个人和团体用户。

具体从健康管理市场分布来看，目前健康保险在健康管理市场占比最大，其次为健康体检和其他业务。据数据显示，2023年中国健康管理市场中，健康保险市场收入为9035亿元，占比达到76.1%，其次健康体检市场收入为2356亿元，占比19.8%。

从全球范围来看，健康服务业已经初具雏形，形成了以医疗服务机构为核心，以医药、保健品、医疗器械、诊断试剂、检测服务等为支撑产业，以商业医疗保险与养老保险、药事服务、医疗信息、移动医疗、在线教育等为支撑服务系统。医疗服务机构不再只是医院一个体系，而是按照生命周期，贯穿保健、治疗、康复、养老而形成的体系，服务机构涵盖医院（综合、专科）、健康管理机构、康复中心、养老机构（老年病医院、护理院、临终关怀医院）等。据统计，2023年全球健康管理行业市场规模达到10130.7亿美元，同比增长5.3%。

就国内市场而言，随着人们对健康问题的关注度日益提高，健康管理行业的需求将持续增长，尤其是老龄化趋势的加剧，老年人口健康问题成为社会关注的焦点，这将为健康管理行业提供巨大的市场空间。同时，中青年人群也面临着生活压力增大、饮食不规律等问题，亚健康状态普遍存在，这也将进一步推动健康管理行业的发展。据数据显示，2023年中国健康管理行业市场规模达到11879.0亿元，同比增长6.2%。

随着国家对健康产业的支持和政策引导，越来越多的企业开始进入健康管理行业，加剧了市

市场竞争。目前，行业市场竞争格局呈现出多元化的特点，既有传统健康管理服务提供商，也有互联网医疗企业和新兴的创新型企业。行业的主要企业包括一些知名的健康管理服务提供商，主要是民营医疗企业和健康体检服务提供商，同时，一些互联网医疗企业也在健康管理领域积极布局，通过线上平台提供健康管理服务，进一步拓宽了健康管理行业的市场边界。

《2024-2030年中国健康管理行业市场专项调研及投资前景研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是健康管理领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一部分 健康管理行业发展环境

第一章 健康管理行业基本概述

第一节 健康管理概述

- 一、健康管理的简介
- 二、健康管理的定义
- 三、健康管理的科学基础

第二节 健康管理的实施步骤

- 一、客观、准确、无任何损伤的检测
- 二、检测说明
- 三、客观的健康状况评估及调理
- 四、定期进行跟踪和回访
- 五、开办健康大课堂
- 六、健康电子档案
- 七、健康促进

第二章 2019-2023年世界健康管理行业发展形势综述

第一节 2019-2023年世界健康管理行业发展概述

- 一、健康管理成为全球新兴产业
- 二、全球健康管理——挑战、应对和创新
- 三、国外健康管理对我国疾病管理的启示

第二节 2019-2023年世界健康管理主要国家动态分析

- 一、日本的健康管理
- 二、美国的健康管理

第三节 2024-2030年世界健康管理行业发展趋势分析

第三章 2019-2023年中国健康管理行业市场发展环境分析

第一节 2019-2023年中国经济环境分析

第二节 2019-2023年中国健康管理行业政策环境分析

一、健康管理标准分析

二、健康管理行业政策解读

三、相关政策影响分析

第三节 2019-2023年中国健康管理行业社会环境分析

第四节 2019-2023年中国健康管理行业技术环境分析

第二部分 健康管理行业运行分析

第四章 2019-2023年中国健康管理行业发展形势剖析

第一节 2019-2023年中国健康管理心理领域分析

一、学习方面的心理健康

二、人际关系方面的心理健康

三、自我方面的心理健康

第二节 2019-2023年中国健康管理行业特征分析

第三节 2019-2023年中国健康管理发展存在问题分析

一、政府支持有待加强

二、公众认知度和接受度不高

三、运作机制不成熟

四、公司发展模式还有待探索

第五章 2019-2023年中国健康管理行业发展动态与应用分析

第一节 2019-2023年中国健康管理行业动态分析

第二节 2019-2023年中国健康管理在卫生服务中的应用

一、针对不同疾病的应用

1、定义

2、实践研究

3、效果评价

二、针对不同人群的应用

三、针对不同卫生服务的应用

四、特需医疗服务中的应用

五、社区健康管理应用

第六章 中国健康管理行业商业模式研究

第一节 不同领域的商业机会

- 一、健康档案的商业机会
- 二、健康教育的商业机会
- 三、健康体检的商业机会
- 四、慢病管理的商业机会

第二节 民营医疗健康机构两大经营模式代表比较

一、国康网：轻资产模式

- 1、吃准“健康服务”
- 2、锁定集团用户
- 3、做医院和病人的牵线者

二、爱康国宾：“鼠标+水泥”模式

- 1、不掌控资源的隐忧
- 2、风投青睐“重资产”模式
- 3、盈利模式研究
- 4、复制e龙
- 5、“硬”着陆
- 6、打通“寿险”盈利渠道

三、国康网与爱康国宾异同对照

第三节 健康管理公司的主要经营模式

- 一、体检主导型
- 二、中药调理型
- 三、资源整合型
- 四、自我服务型
- 五、技术服务型
- 六、私人医生型

第四节 健康管理公司的困惑

- 一、经营模式的困惑
- 二、创业团队的困惑
- 三、核心竞争力的困惑
- 四、打造服务核心竞争力

第七章 中国健康服务行业市场分析

第一节 健康管理行业运行的主要盈利模式分析

- 一、以健康体检为主的盈利模式
- 二、以网络服务为主的盈利模式
- 三、以健康评估为主的盈利模式
- 四、以健康咨询为主的盈利模式
- 五、以康复管理为主的盈利模式
- 六、以养老院为主的盈利模式
- 七、以保健品销售为主的盈利模式
- 八、以发展就医服务为主的盈利模式
- 九、以社区常见慢性病管理为主的盈利模式

第二节 中国健康服务行业目标客户细分市场分析

- 一、老年市场分析
- 二、儿童市场分析
- 三、女性市场分析
- 四、生殖健康服务市场分析
- 五、亚健康服务市场分析
- 六、高收入人群市场分析
- 七、职业白领市场分析
- 八、社区服务市场分析

第三节 中国高端健康服务未来发展趋势

第四节 中国健康服务产业前景分析

第八章 2019-2023年中国健康服务行业运行态势分析

第一节 2019-2023年中国健康服务产业运行总况

- 一、健康产业运行特点分析
- 二、全球大健康产业发展分析
- 三、健康服务行业SWOT分析
- 四、2019-2023年中国健康服务市场动态分析

第二节 2019-2023年中国健康服务关联产业分析

- 一、医疗（医院）市场分析
- 二、健康保险市场分析
- 三、健康用品市场分析
- 四、健身娱乐市场分析
- 五、健康服务业配套产业分析

第九章 2019-2023年中国健康服务行业营销解析

第一节 2019-2023年中国健康服务行业营销模式研究

- 一、会员制营销将成趋势
- 二、全面健康管理将成为竞争力成因素
- 三、服务竞争成为竞争的重要因素

第二节 公立和民营医院的尝试

- 一、公立医院
- 二、民营医院

第十章 中国健康服务产业园区发展分析

第一节 健康服务产业园区的发展定位

- 一、健康服务产业园区的功能定位
- 二、健康服务产业园区的产业定位

第二节 产业园区产业链搭建

- 一、健康服务产业园区产业结构
- 二、健康服务产业园区产业链条的设计

第三节 产业园区的规划布局

- 一、健康服务产业园区用地布局
- 二、健康服务产业园区产业布局

第四节 健康服务产业园区保障体系

- 一、健康服务产业政策支持体系
- 二、健康服务产业园区公共服务平台搭建
- 三、健康服务产业园区运营模式设计

第五节 健康服务产业园区发展趋势分析

- 一、建设高质量的健康产业园区
- 二、依靠网络借势发展产业园区
- 三、增强健康产业园区的源动力
- 四、借助政府支持与鼓励

第十一章 中国健康体检服务行业发展概述

第一节 中国健康体检服务行业发展状况分析

- 一、中国健康体检服务行业发展阶段
- 二、中国健康体检服务行业发展总体概况
- 三、中国健康体检服务行业发展特点分析

第二节 2019-2023年健康体检服务行业发展现状

- 一、2019-2023年中国健康体检服务行业市场容量

二、2019-2023年中国健康体检服务行业发展分析

三、2019-2023年中国健康体检服务企业发展分析

第三节 健康体检行业市场概况

一、健康体检行业市场特点

二、健康体检行业市场化意义

三、健康体检行业利润水平及变动趋势

第四节 进入健康体检行业的主要障碍

一、资金准入障碍

二、市场准入障碍

三、技术与人才障碍

四、其他障碍

第五节 健康体检行业的周期性、区域性

一、行业周期分析

二、健康体检行业的区域性

三、健康体检行业的季节性

第六节 健康体检行业与上下游行业的关联性

一、健康体检行业产业链概述

二、上游产业分布

三、下游产业分布

第七节 2019-2023年中国健康体检服务所属行业总体规模分析

第八节 2019-2023年中国健康体检服务所属行业运行形势分析

第九节 2019-2023年中国体检服务行业市场供需分析

一、中国健康体检服务行业供给分析

二、中国健康体检服务行业需求分析

三、中国健康体检服务行业供需平衡

第十节 2019-2023年中国健康体检服务所属行业财务指标总体分析

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

第三部分 健康管理行业竞争格局

第十二章 中国健康管理行业优势企业竞争力分析

第一节 美年大健康产业控股股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第二节 西安普惠健康体检有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业发展战略分析

第三节 爱康国宾健康体检管理集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第四节 北京美兆健康体检中心有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业发展战略分析

第五节 上海华检健康体检管理有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第六节 青岛中康国际医疗健康产业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第七节 瑞慈医疗服务控股有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第八节 湖北优唐健康管理有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第九节 麦肯锡国际健康管理（北京）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业发展战略分析

第十节 爱乐仕（杭州）健康产业发展有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、企业最新发展动态

六、企业发展战略分析

第十三章 2019-2023年中国体检市场运行新格局透析

第一节 健康体检行业市场参与主体解析

一、主要市场参与主体分类

二、主要市场参与主体的优劣势分析

第二节 中国体检消费分析

- 一、健康体检市场消费需求分析
- 二、健康体检的消费形式
- 三、健康体检的经济效益与社会效益
- 四、循证医学与新技术的应用

第三节 体检过度市场化的现象

- 一、过度的体检
- 二、体检项目的不明确
- 三、不必要的检查
- 四、草莽市场
- 五、吸金石

第四节 健康体检产业的发展趋势

- 一、体检业务由单一型向多元化发展
- 二、体检工作有服务型向质量控制发展
- 三、健康产业管理由松散型向电子信息化发展
- 四、体检市场定点向市场化发展
- 五、健康管理成为健康产业增长的核心要素
- 六、健康产业单一性向多行业互动发展

第四部分 健康管理行业发展趋势

第十四章 2024-2030年中国健康管理行业发展前景预测分析

第一节 中国健康管理服务的发展趋势

- 一、人民的健康需求走向
- 二、健康信息采集及评估方式的升级和干预方式的调整
- 三、就医通道是客户的必要需求
- 四、健康产业链中上下游产业互相渗透
- 五、医疗机构介入
- 六、健康管理的外延的拓展

第二节 中国健康管理从业人员职业前景

- 一、健康管理师专业人才过度缺乏
- 二、业态仍处初级阶段
- 三、职业前景广阔

第三节 大数据健康管理模式

第四节 中国健康管理产业市场规模预测

- 一、2019-2023年中国健康管理产业市场规模分析

二、2024-2030年中国健康管理产业市场规模预测

第十五章 2024-2030年中国健康管理产业投资机会与风险研究

第一节 中国健康管理行业投融资案例

一、美年大健康有限公司

二、爱康国宾健康体检管理集团

第二节 中国健康管理服务产业热点投资领域

一、体检中心

二、中医养生

三、月子中心

四、康复中心

第三节 中国健康管理行业投资机会与风险分析

一、中国健康管理行业投资机会分析

二、中国健康管理行业投资风险分析

第十六章 中国健康服务行业发展趋势

第一节 2024-2030年健康服务行业发展趋势

一、大力发展医疗服务

二、加快发展健康养老服务

三、积极发展健康保险

四、全面发展中医药医疗保健服务

五、支持发展多样化健康服务

六、培育健康服务业相关支撑产业

七、健全人力资源保障机制

八、夯实健康服务业发展基础

第二节 健康服务行业的服务内容和形式转变

第三节 大健康产业将成中国未来服务业热门投资领域

图表目录：部分

图表1：健康服务业结构图

图表2：2019-2023年全球健康管理市场规模走势

图表3：2024-2030年全球健康管理市场规模预测

图表4：健康管理的技术模式

图表5：中国健康管理客户市场分析

图表6：2019-2023中国健康管理行业市场规模情况

图表7：行业适用的主要产业政策

图表8：2019-2023年我国健康保险保费收入走势图

图表9：2019-2023年我国健康体检行业规模

图表10：中国健康管理行业主要企业

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977352.html>