

中国综合健康管理服务 产业趋势洞察白皮书

2021年12月

白皮书摘要

中国诚信信用管理股份有限公司、弗若斯特沙利文咨询（中国）和中国医药卫生文化协会医疗健康信用分会谨此发布《中国综合健康管理服务产业趋势洞察白皮书》。本报告旨在分析中国大健康产业服务、体检服务行业、综合健康管理服务行业的发展现状、行业特点、驱动因素及未来发展趋势。

本报告从中国大健康产业出发，具体分析了当前中国居民的健康现状，阐述了体检服务等对我国居民健康水平提升的重要作用，以及公立、私立体检服务机构的未来发展模式。

此外，本报告立足宏观角度，对世界领先的综合健康管理服务体系进行了案例分析，通过对比国际先进案例，实现对中国综合健康管理服务市场的进一步探讨与未来模式的展望。

本报告所有图、表、文字中的数据均源自中国诚信信用管理股份有限公司、弗若斯特沙利文咨询（中国）研究以及中国医药卫生文化协会医疗健康信用分会，数据均采用四舍五入，小数计一位。

大健康市场蓬勃发展

关键词：综合性健康服务、自我健康管理

居民健康是社会稳定与繁荣发展的基础条件，是实现居民幸福生活的根本保证。“大健康”产业是应对社会发展，居民对疾病管理、健康管理观念的转变，而产生的综合性健康服务。随着健康服务供给端和需求端的双重驱动，2020年中国大健康市场规模达到9.0万亿人民币，预计2025年将增加到14.8万亿人民币，年复合增长率为10.5%。

居民健康水平不断提升，但痛点犹在

关键词：“亚健康”、健康意识

从平均寿命看，中国居民的平均寿命已经从2016年的76.5岁进一步提高到2020年的77.3岁。但另一方面，当前中国有接近三分之二的人处于“亚健康”状态，约18%的居民处于疾病状态，处于“健康”状态的居民人数仅占15%。定期体检与保健能够大大降低疾病恶化的可能，在早期阶段对潜在的疾病因素进行干预与提前治疗，大大提高了居民的健康水平。随着体检服务纳入更多疾病早期筛查等功能，中国居民健康水平将不断提升。

体检服务市场将持续保持稳健增长

关键词：专业型私立体检服务机构、体检覆盖率

当前中国的公立医疗、诊疗机构仍然以严肃医疗服务作为业务重心，并对体检科室的建设和升级越来越重视。私立体检服务机构将作为重要的补充力量，为中国的体检服务体系发展有着重要意义。2020年中国体检服务总人次达到4.8亿人次，预计到2025年中国的总体体检人次将达到5.1亿人次。从金额角度，2020年中国体检服务市场达到2,544亿元，预计2025年达到3,943亿元。

中国综合健康管理服务的展望

关键词：凯撒医疗、联合健康

综合健康管理服务市场包括检前、检中、检后三大场景，从具体服务范围看，综合健康管理服务覆盖严肃医疗、消费医疗、健康咨询、健康生活服务、金融&支付服务和健康知识管理&其他六大服务板块。

当前欧美等发达国家的综合健康管理服务市场已经相对成熟，中国仍然处于关注医疗保健需求的阶段，未来中国的综合健康管理服务将得到不断发展与成熟。



名词解释

- ◆ **大健康：**与传统健康管理概念不同，“大健康”概念强调自我健康管理，注重疾病前的健康关注，包括一系列满足潜在健康需求的产业服务。
- ◆ **亚健康：**“亚健康”是指人体处于健康和疾病之间的一种状态。
- ◆ **人均预期寿命：**平均预期寿命是指已经活到一定岁数的人平均还能再活的年数。它是反映人类健康水平、死亡水平的综合指标。
- ◆ **慢性病：**世界卫生组织称之为非传染性疾病 (Noncommunicable Disease, NCD)，在中国称之为慢性非传染性疾病，它是以生活方式和环境危险因素为主引起的一组疾病。
- ◆ **健康体检：**健康体检是指通过医学手段和方法对受检者进行检查，了解受检者健康状况、早期发现疾病和健康隐患的诊疗行为。
- ◆ **专项体检：**专项体检则是由相关主管单位和卫生行政部门共同制定并管理的特殊类型体检，通常是为了完成学业或岗位的身体条件适应性考察而特殊设定的体检服务，例如征兵体检、机动车驾驶员体检等。
- ◆ **医用耗材：**医用耗材是用于诊断、治疗、保健、康复等的消耗性器件设备。
- ◆ **专业型体检服务机构：**即专业型私立体检服务机构，以体检为主业，专门提供健康体检服务的机构。
- ◆ **HMO：**Health Maintenance Organization，健康维护组织，美国四大管控型医疗保险公司类别之一。
- ◆ **POS：**Point-of-Service，定点服务组织，美国四大管控型医疗保险公司类别之一。
- ◆ **PPO：**Preferred Provider Organization，优选医疗机构，美国四大管控型医疗保险公司类别之一。
- ◆ **综合健康管理服务：**综合健康管理服务是指对健康人群/患者健康进行监测、分析和评估，对健康危险因素进行干预，控制疾病发生、发展，保持健康状态的服务，包括健康体检、健康咨询、健康促进、疾病预防、慢病管理等。
- ◆ **严肃医疗：**严肃医疗泛指以治疗病患为主要目标的医疗项目。
- ◆ **消费医疗：**消费医疗泛指非公费、非治疗性的、消费者主动选择实施的市场化医疗项目。
- ◆ **大数据：**“大数据”指的是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。

目录

◆ 名词解释	-----	3
◆ 第一章——中国大健康市场综述	-----	10
◆ 市场概览与市场规模	-----	11
• 市场概念	-----	12
• 市场细分	-----	12
• 市场规模	-----	13
◆ 中国大健康市场驱动因素	-----	14
◆ 中国大健康市场的政策解读	-----	17
• 政策梳理	-----	18
• 《“健康中国2030”规划纲要》案例解读	-----	20
◆ 第二章——中国居民健康现状	-----	21
◆ 中国居民健康现状分析	-----	22
• 中国居民健康现状概览	-----	23
• “亚健康”现象显著	-----	23
• 人均预期寿命分析	-----	24
◆ 当前影响中国居民健康的痛点	-----	25
◆ 未来中国居民健康水平的发展趋势	-----	27
◆ 第三章——中国体检服务市场分析	-----	29
◆ 中国体检服务市场概览与主要服务机构类型	-----	30
• 市场概览	-----	31
• 主要服务机构类型	-----	31
• 中国公立、私立体检服务机构的对比	-----	32
• 中国体检服务的价格	-----	33
• 头部公立三甲医院的体检套餐及定价举例	-----	34
• 头部私立体检服务机构的体检套餐及定价举例	-----	36
• 中国体检服务的对象分析	-----	37
• 中国私立体检服务机构的现状	-----	38

目录

◆ 中国体检服务市场产业链分析	39
• 体检服务产业链上游	40
• 体检服务产业链中游	41
• 体检服务产业链下游	42
◆ 中国体检服务市场规模分析	43
• 服务总人次	44
• 市场总规模	45
• 中国私立体检服务的发展痛点	48
• 中国私立体检服务的发展机会	49
◆ 中国体检服务市场与发达国家的对比	50
• 覆盖率	51
• 服务质量	51
• 服务供给	52
◆ 中国体检服务市场的未来趋势分析	53
◆ 第四章——中国大健康服务市场的未来发展趋势	56
◆ 综合健康管理服务的发展与成熟	57
• 综合健康管理服务的定义	58
• 中国综合健康管理服务的发展历程	59
◆ 发达国家综合健康管理体的案例分析	60
• 美国凯撒医疗案例分析	61
• 美国联合健康案例分析	63
◆ 中国综合健康管理服务市场的未来发展趋势	66
◆ 方法论	68
◆ 法律声明	69

CONTENTS

◆ Terms	-----	3
◆ Chapter I: Overview of China's Healthcare Market	-----	10
◆ Market Overview and Market Size	-----	11
• Definition	-----	12
• Market Segmentation	-----	12
• Market Sizing	-----	13
◆ Market Drivers	-----	14
◆ Policy Analysis	-----	17
• Policy Compendium	-----	18
• Case Study: <i>Healthy China 2030 Planning Outline</i>	-----	20
◆ Chapter II: Current Health Status of Chinese citizens	-----	21
◆ Analysis of Current Health Status of Chinese Citizens	-----	22
• Overview	-----	23
• The “Sub-health” Phenomenon	-----	23
• Analysis of Average Life Expectancy	-----	24
◆ Pain Points in Health Status of Chinese Citizens	-----	25
◆ Future Trends	-----	27
◆ Chapter III: Analysis of Medical Examination Services Market in China	-----	29
◆ Market Overview and Main Types of Service Providers	-----	30
• Market Overview	-----	31
• Main Types of Service Providers	-----	31
• Comparison of Public and Private Medical Examination Services in China	-----	32

CONTENTS

• The Pricings of Medical Examination Services in China	-----	33
• Examples of Medical Examination Packages and Pricing at the Top Public Tertiary Hospitals	-----	34
• Examples of Medical Examination Packages and Pricing at the Top Private Institutions	-----	36
• Analysis of the Target Group for Medical Examination Services in China	-----	37
• Current situation of Private Medical Examination Services Providers in China	-----	38
◆ Value Chain Analysis	-----	39
• Upstream of Medical Examination Services Value Chain	-----	40
• Midstream of Medical Examination Services Value Chain	-----	41
• Downstream of Medical Examination Services Value Chain	-----	42
◆ Market Size Analysis of Medical Examination Services in China	-----	43
• Total Number of People Served	-----	44
• Market Sizing	-----	45
• Pain Points in the Development of Private Medical Examination Services in China	-----	48
• Development Opportunities of Private Medical Examination Services in China	-----	49
◆ Comparative Study of Medical Examination Services Market in China and Developed Countries	-----	50
• Coverage	-----	51
• Quality of Service	-----	51
• Supply of Service	-----	52
◆ Future Trends of Medical Examination Services Market in China	-----	53

CONTENTS

◆ Chapter IV: Future Trends of China's Healthcare Services Market	-----	56
◆ Development and Maturity of Health Management Services	-----	57
• Definition of Health Management Services	-----	58
• Development of Health Management Services in China	-----	59
◆ Case Studies on Health Management System in Developed Countries	-----	60
• Kaiser Permanente (U.S.)	-----	61
• United Health Group (U.S.)	-----	63
◆ Future Trends of China's Health Management Services Market	-----	66
◆ Methodology	-----	68
◆ Legal Statement	-----	69

图表目录

▪ 中国大健康产业的市场细分	12
▪ 中国大健康产业的市场规模	13
▪ 中国医疗总支出及占GDP比例	15
▪ 中国大健康市场政策解读	18
▪ 中国居民人均预期寿命	24
▪ 体检服务的主要服务机构类型	31
▪ 中国公立、私立体检服务机构的对比	32
▪ 中国体检服务市场价格概览	33
▪ 上海瑞金医院、复旦大学附属中山医院体检服务产品矩阵	34
▪ 北京301医院、协和医院、中日友好医院体检服务产品矩阵	35
▪ 爱康国宾、瑞慈体检、美年大健康体检服务产品矩阵	36
▪ 中国头部私立体检服务机构概览，2020年	38
▪ 中国体检服务产业链	40
▪ 中国公立、私立体检服务机构商业模式	41
▪ 2014-2020年中国人均医疗保健支出比例	42
▪ 2016-2025年中国体检服务市场人数及预测	44
▪ 2016-2025年中国健康体检与专项体检服务人次占比及预测	45
▪ 2016-2025年中国体检服务市场规模及预测	46
▪ 2016-2025年中国健康体检与专项体检市场规模占比及预测	47
▪ 中国与主要发达国家健康体检覆盖率对比	51
▪ 综合健康管理服务概念	58
▪ 美国凯撒医疗医疗体系构成	61
▪ 美国凯撒医疗医疗体系商业模式	61
▪ 美国联合健康的业务结构	63
▪ 美国联合健康的发展历程	64
▪ 美国联合健康的商业模式	65

第一章 ——

中国大健康市场综述

核心洞察：

01 市场概览与市场规模

“大健康”产业是应对社会发展，居民对疾病管理、健康管理观念的转变，而产生的综合性健康服务市场。近年来，中国大健康市场规模不断扩大，2020年中国健康和保健行业的市场规模达到9.0万亿人民币，预计2025年将增加到14.8万亿人民币

02 市场驱动

当前中国稳定繁荣的社会经济环境、持续增长的医疗保健支出、日益增强的健康管理意识、人口老龄化、不断扩大的慢性病风险和先进科技的应用为中国大健康产业发展提供了关键驱动因素

03 政策解读

近年来，中国政府颁布了多项“大健康”产业相关政策，为中国大健康产业发展建立了逐渐完善的政策支持和监督管理体系。其中2016年10月由中共中央、国务院联合印发的《“2030健康中国”规划纲要》为中国健康产业发展作出了宏观愿景规划

Chap 1.1

中国大健康市场概览与市场规模



中国大健康市场综述

- 与传统健康管理概念不同，“大健康”概念强调自我健康管理，注重疾病前的健康关注，包括一系列满足潜在健康需求的产业服务。

中国大健康市场的概念

居民健康是社会稳定与繁荣发展的基础条件，是实现居民幸福生活的根本保证。“大健康”产业是应对社会发展，居民对疾病管理、健康管理观念的转变，而产生的综合性健康服务，通过对健康危险因素的筛查、诊疗、长期追踪管理，将社会医疗服务资源进行合理分配与运用，在促进居民健康素质的同时，也实现了医疗健康资源的优化与鼓励，实现“大健康”产业经济的蓬勃发展。与传统健康管理概念不同，“大健康”概念强调自我健康管理，注重疾病前的健康关注，包括一系列满足潜在健康需求的产业服务。

中国大健康产业的市场细分

大健康产业

大健康产业是应对社会发展，居民对疾病管理、健康管理观念的转变，而产生的综合性健康服务产业。

医疗基础设施

- 医疗保健基础设施是指一套用于医疗保健目的的基本设施和系统，如卫生系统、疾病控制系统，以及医疗服务提供者、制药公司和保健产品供应商的相关支持系统和设施。

消费者医疗保健

- 消费者医疗保健是指以市场为导向的医疗服务，包括美容药品、牙科服务、基因测序、体检、疫苗接种和母婴服务。

医药市场

- 医药市场是指医药产品的销售，其中包括非处方药和处方药。

非医药医疗保健产品市场

- 非医药产品市场是指医疗器械市场和营养产品市场的结合。

医疗保健服务

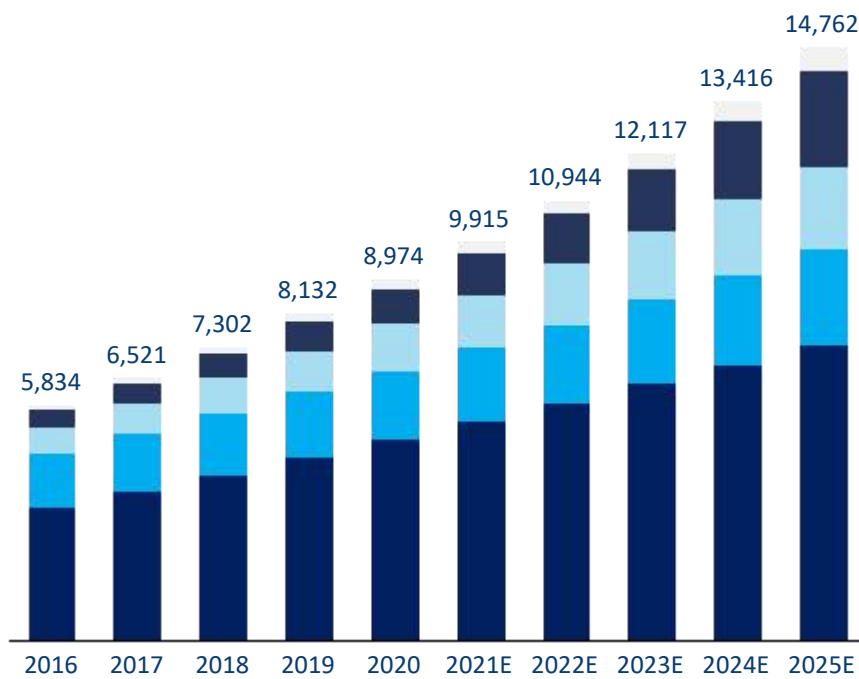
- 医疗保健服务是指医疗或补救护理或服务，包括提供住院和门诊检测和治疗人类疾病或功能障碍，以及为治疗配发药品或医疗器械。

中国大健康市场综述

中国大健康产业的市场规模

中国大健康产业规模
人民币十亿元, 2016-2025E

年复合增长率	2016-2020	2020-2025E
总计	11.4%	10.5%
医疗保健基础设施	17.7%	21.9%
消费者医疗保健	21.3%	22.0%
非医药医疗保健产品市场	15.1%	12.1%
医药市场	6.6%	6.7%
医疗保健服务	10.7%	8.0%



医疗保健基础设施
 非医药医疗保健产品市场
 医疗保健服务
 消费者医疗保健
 医药市场

大健康产业的细分市场和市场机会

2020年中国健康和保健行业的市场规模达到9.0万亿人民币, 预计2025年将增加到14.8万亿人民币, 年复合增长率为10.5%。

细分市场方面, 占比最大的细分领域为医疗保健服务市场, 2020年市场规模达到5.0万亿人民币, 预计2025年将增至7.3万亿人民币, 年复合增长率为8.0%; 其次为医药市场, 2020年市场规模达到1.7万亿人民币, 预计2025年将增至2.4万亿人民币, 年复合增长率为6.7%。

增速最快的细分市场为消费者医疗市场, 2020年市场规模达到8.8千亿人民币, 预计2025年将增至2.4万亿人民币, 年复合增长率达22.0%; 其次为医疗保健基础设施市场, 2020年市场规模达到2.2千亿人民币, 预计2025年将增加到5.8千亿人民币, 年复合增长率达到21.9%。

Chap 1.2

中国大健康市场驱动因素



中国大健康市场的驱动因素

中国大健康市场的驱动因素

中国稳定、繁荣的社会经济是驱动大健康市场的根本保证

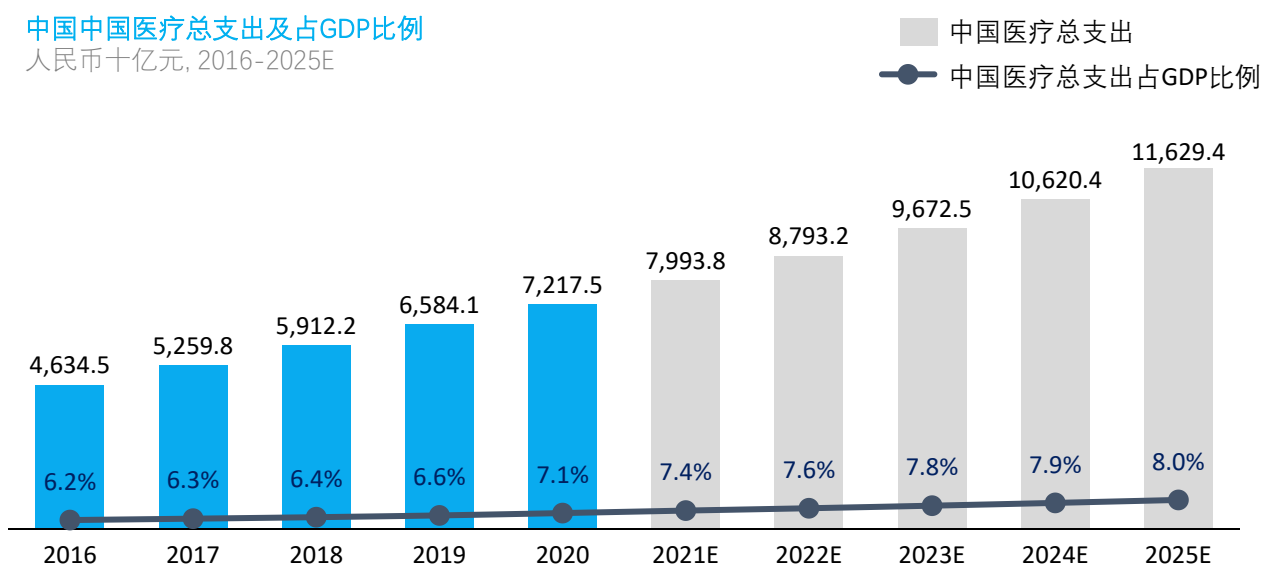
在社会投资和工业进步的推动下，中国的名义GDP从2016年的74.6万亿元人民币快速增长到2020年的101.6万亿元人民币，年复合增长率为8.0%。展望未来，预计政府将大力推进经济结构调整，以提高经济发展的质量和效率。经济可能会保持良好和健康的发展。预计从2020年到2025年，名义GDP将以7.3%的年复合增长率增长。预计2025年中国的名义GDP将达到144.5万亿人民币。随着经济和城市化的持续增长，中国的人均可支配收入从2016年的2.4万元人民币稳定增长到2020年的3.2万元人民币，从2016年到2020年的年复合增长率约为7.8%。

此外，中国居民的可支配收入的增加也对购买力产生了积极的影响，并有望推动医疗服务的需求。预计中国的人均可支配收入将从2020年以大约7.0%的年复合增长率上升到2025年的4.5万元人民币。

政府对医疗卫生事业的不断投入与积极建设为中国大健康产业市场起到示范作用

从2016年到2020年，中国的医疗总支出以大约11.7%的年复合增长率增长，到2020年底达到72,175亿元人民币。展望未来，预计2025年医疗总支出将达到116,294亿元人民币，从2021年到2025年的复合年增长率约为10.0%。随着公民健康意识的提高，中国的医疗总支出将继续稳步增长。

中国医疗总支出及占GDP比例



来源：沙利文研究

中国大健康市场的驱动因素

中国大健康市场的驱动因素

健康保健意识不断深入人心，人均医疗保健支出持续增长

近年来，中国的人均医疗卫生支出增长迅速。从2016到2020年，中国的人均医疗卫生支出从3,328.6元人民币增长到5,112.3元人民币，在此期间的年复合增长率为11.3%。预计到2025年将达到8,156.4元人民币，从2020年到2025年的复合年增长率为10.8%。

中国老龄化人口的不断增长

根据中国国家统计局划分标准，65岁及以上人口称为老年人口。由于身体机能的衰老，老年人的健康、医疗、保健需求远远高于其他群体。由于“独生子女政策”的实施和预期寿命的延长，中国已进入老龄化社会。老龄人口的数量正在快速增长，中国的老龄人口在2020年已经达到1.906亿，意味着从2016年到2020年的复合年增长率约为5.2%。据中诚信、沙利文、中国医药卫生文化协会医疗健康信用分会预测，老龄人口将从2020年的1.9亿上升到2025年的2.2亿，从2020年到2025年的复合年增长率约为4.0%。

慢性病患者人数的不断增加也进一步驱动中国大健康市场的发展

近年来，中国慢性病患者人群不断扩大，常见慢性病（如糖尿病、高血压和肝硬化等）患者人数持续增长，催生了大规模的慢性病管理需求，进而促进大健康市场的发展。2015年至2020年，中国糖尿病、高血压和肝硬化患者人数分别从1.1亿人、2.9亿人和7.0百万人增至1.3亿人、3.2亿人和7.2百万人。据中诚信、沙利文、中国医药卫生文化协会医疗健康信用分会预测，至2025年，中国糖尿病和高血压患者人数还将不断增加，分别达到1.5亿人和3.6亿人。随着慢性病患者的增加，针对慢性病的预防、诊断、治疗等健康管理服务市场也将不断扩展。

高新技术不断赋能健康医疗服务产业，带来更优质的服务体验

大数据、人工智能、云计算、物联网等核心技术的成熟和广泛应用催生了智慧医疗健康产业，促进健康医疗服务行业的服务种类和场景不断拓展、服务质量也得到显著提高。高新技术的应用覆盖大健康产业的众多领域，包括了在健康管理、疾病预防和筛查、疾病诊断和治疗、治疗后康复、慢病管理、高龄照护等领域，发挥提升健康医疗服务的效率、优化医疗资源配置、完善健康管理服务流程等作用。

Chap 1.3

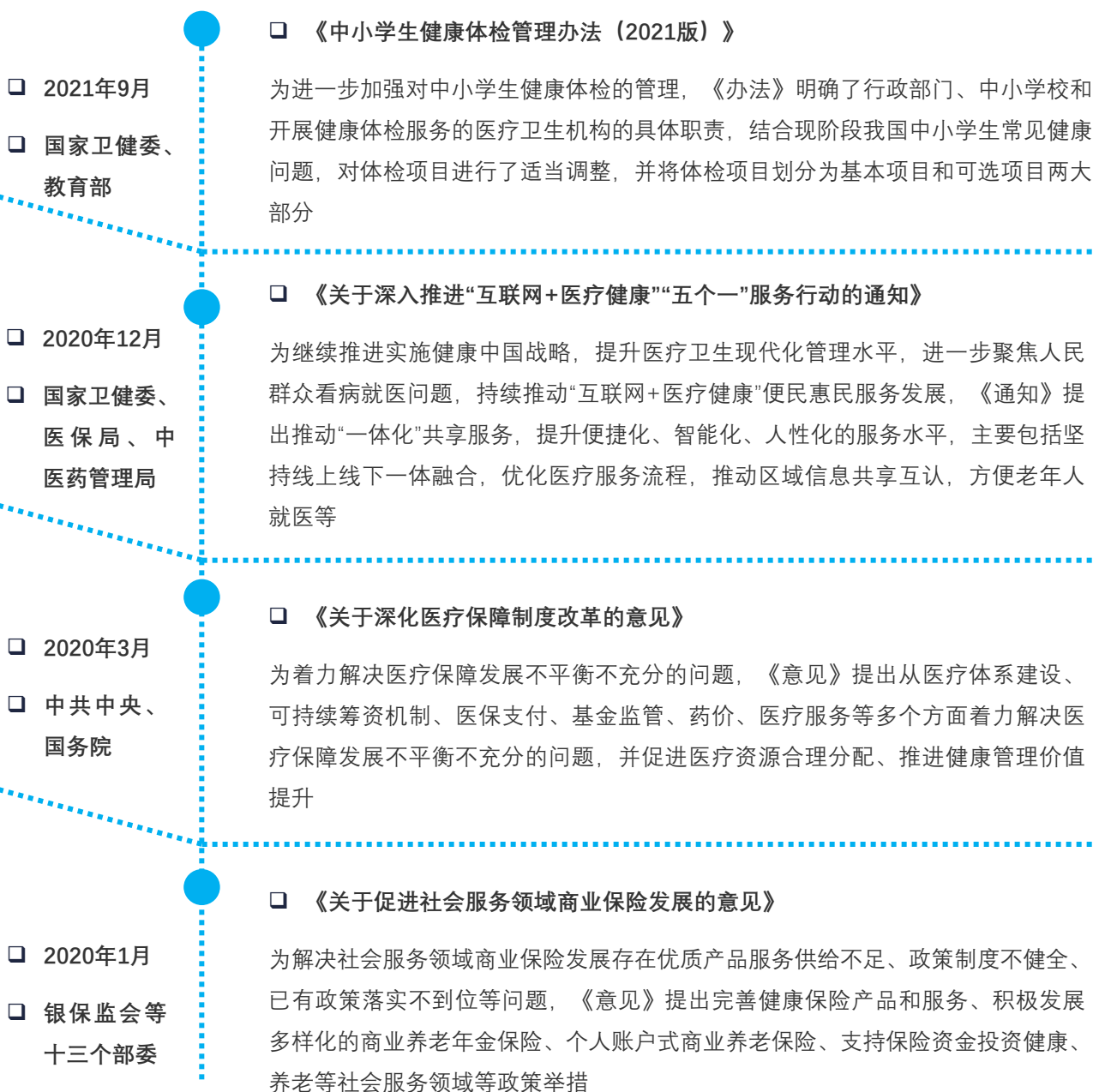
中国大健康市场的政策解读



中国大健康市场的政策解读

中国大健康市场的政策解读

- 中国政府不断出台促进大健康市场发展的鼓励性政策，从政策端积极引导社会力量在医疗健康服务市场的投入，不断加深公共大众对医疗保健意识的教育。



来源：沙利文研究

中国大健康市场的政策解读

中国大健康市场的政策解读

2019年9月

国家发改委

《促进健康产业高质量发展行动纲要（2019-2022）》

为贯彻《“健康中国2030”规划纲要》部署，加快推动健康产业发展，促进形成内涵丰富、结构合理的健康产业体系，《行动纲要》提出增加对慢性病患者的健康检查、健康风险评估、健康咨询和健康干预服务，推进体育与医疗服务的结合，实现慢性病的养护、康复和健康促进目标

2018年4月

国务院

《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》

为提升医疗卫生现代化管理水平，优化资源配置，创新服务模式，提高服务效率，降低服务成本，满足人民群众日益增长的医疗卫生健康需求，《意见》提出优化医疗服务渠道的便捷性并且推进“互联网+”医疗保障结算服务，优化服务结构与支付体系并加强互联网医疗行业监管和数据信息安全保障

2016年10月

中共中央、
国务院

《“健康中国2030”规划纲要》

为推进健康中国建设，提高人民健康水平，《规划纲要》通过对医疗体系建设及健康愿景规划，驱动健康管理发展

具体内容包括普及健康教育、优化公共卫生和医疗服务、完善医疗保障体系和药品供应保障体系、完善健康环境安全体系、发展多元化医疗健康产业、推动医疗健康人才建设和推动科技创新与健康信息化建设等方面

提出了建立覆盖城乡居民的中国特色基本医疗卫生制度，持续提高人民健康素养水平，完善健康服务体系，形成内涵丰富、结构合理的健康产业体系、改善主要健康指标等方面的分阶段目标

中国大健康市场的政策解读

□ 《“健康中国2030”规划纲要》案例解读



□ 2016年10月25日，中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》，为大健康产业发展做出了愿景规划

□ 《规划纲要》对于健康产业发展提出了具体要求



优化多元办医格局

支持社会力量举办非营利性医疗机构；
推动非公立医疗机构向高水平、规模化方向发展，鼓励发展专业性医院管理集团；
加强政府监管、行业自律与社会监督，促进非公立医疗机构规范发展



发展健康服务新业态

积极促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品融合；
发展基于互联网的健康服务，鼓励发展健康体检、咨询等健康服务，促进个性化健康管理服务发展



积极发展健身休闲运动产业

推动体育项目协会改革和体育场馆资源所有权、经营权分离改革；
创新健身休闲运动项目推广普及方式，进一步健全政府购买体育公共服务的体制机制，打造健身休闲综合服务体。



促进医药产业发展

完善政产学研用协同创新体系，推动医药创新和转型升级；
发展专业医药园区，支持组建产业联盟或联合体

□ 《规划纲要》确立了健康产业分阶段建设主要指标

《规划纲要》提出了建设中国健康产业的主要指标为健康服务业总规模，并提出2020年健康服务业总规模计划超过8万亿元，2030年计划超过16万亿元的具体目标，为完成此目标，2020年至2030年间年复合增长率将需达到7.2%。

第二章

中国居民健康现状

核心洞察：

01 居民健康现状分析

居民的健康状况是指生理、心理和社会适应等全方面良好的生活状态。近年来，居民健康状况持续提高，但“亚健康”现象仍较为显著。同时，随着经济社会的发展和水平的提高，我国居民人均预期寿命不断增长，健康保健意识不断提高，注重定期体检与保健和疾病早筛

02 影响居民健康水平的痛点

在我国居民健康水平日益提高的同时，居民不健康生活习惯仍然存在，慢性病风险和肥胖、超重等问题成为不可忽视的健康隐患。而接受定期体检和慢性病早期筛查有助于居民加强个人健康管理意识，及时有效监测自身健康状况、应对和预防潜在健康问题

03 中国居民健康水平发展的未来趋势

预计未来中国居民健康水平仍将不断提高：居民的健康管理意识将保持稳步增长；作为健康管理的重要工具之一的体检服务体验将不断提升，服务范围更广、检测精度更高；医疗健康服务趋向城乡均衡发展

Chap 2.1

中国居民健康现状分析



中国居民健康现状分析

中国居民健康现状概览

居民的健康状况是指生理、心理和社会适应等全方面良好的生活状态。随着我国公共卫生体系的不断完善，居民健康状况也持续提高。从平均寿命看，中国居民的平均寿命已经从2016年的76.5岁进一步提高到2020年的77.3岁。但另一方面，虽然医疗手段的提升带来更好的生理疾病治疗手段，但心理健康、社会适应等问题越来越凸显。根据最新的调研表明，当前中国有接近三分之二的人处于“亚健康”状态，约18%的居民处于疾病状态，处于“健康”状态的居民人数仅占15%。

“亚健康”现象仍然显著

根据中华中医药学会的定义，“亚健康”是指人体处于健康和疾病之间的一种状态。处于亚健康状态者，不能达到健康的标准，表现为一定时间内的活力降低、功能和适应能力减退的症状，但不符合现代医学有关疾病的临床或亚临床诊断标准。饮食不合理、缺乏运动、作息不规律、睡眠不足、精神紧张、心理压力、长期不良情绪等都是导致“亚健康”的重要原因。

随着社会经济的高速发展和行业竞争的加剧，中年时期（35-55岁）是“亚健康”高发的时期，此外由于在学业压力不断沉重和不健康生活方式的影响下，中国青少年人群的也面临着亚健康的威胁。

居民健康保健意识不断升高，注重定期体检与保健和疾病早筛

中国居民健康意识逐步增强，一些慢性疾病行为危险因素的流程程度呈下降趋势。居民更加注重自身健康，定期测量体重、血压、血糖、血脂等健康指标的比例明显增加。

定期体检与保健能够大大降低疾病恶化的可能，在早期阶段对潜在的疾病因素进行干预与提前治疗，大大提高了居民的健康水平。随着体检服务矩阵的不断扩大，居民能够通过体检对自己的生理、心理状况有了更清楚的认知，此外更多疾病早期筛查等功能亦可以加入至体检服务中，使居民获得了更加便利的健康管理。

中国居民健康现状分析

□ 人均预期寿命分析

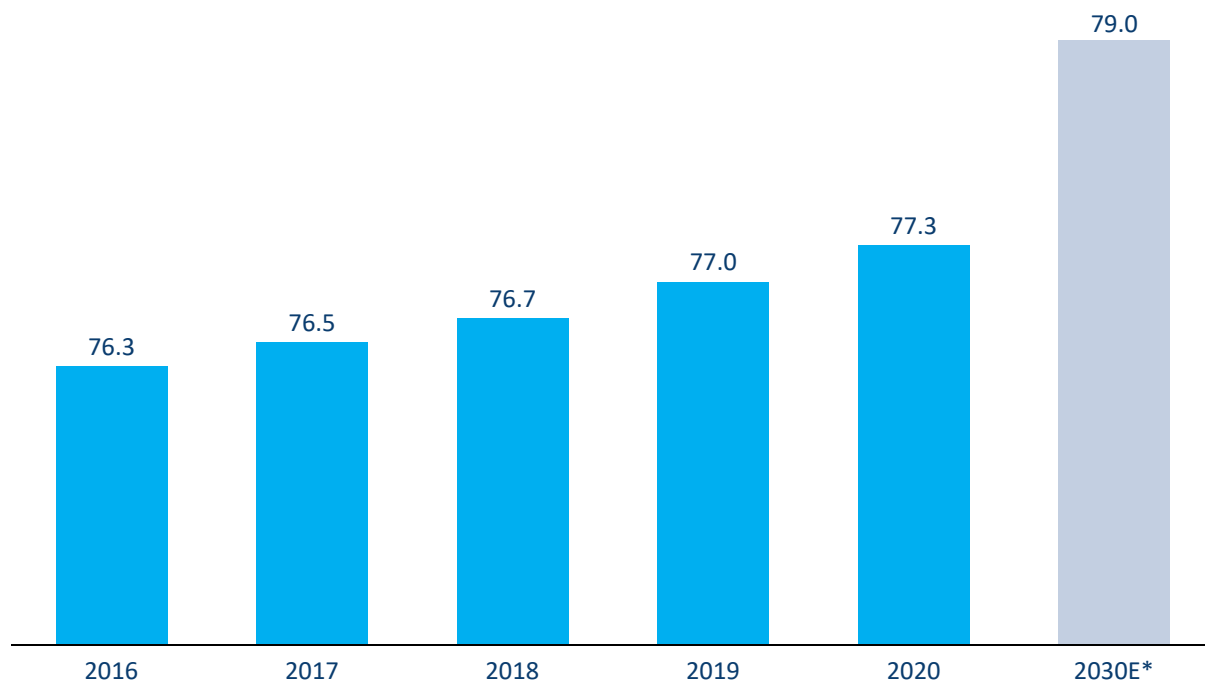
人均预期寿命，指某年某地区新出生的婴儿预期存活平均年数。它是衡量一个国家或地区现阶段经济社会发展水平和医疗卫生服务水平的综合指标。

□ 中国居民人均预期寿命不断增长

随着经济社会发展和卫生健康服务水平的不断提高，中国居民人均预期寿命不断增长，从2016年到2020年，我国人均预期寿命由76.3岁增长至77.3岁，根据《“健康中国2030”规划纲要》设定的目标，预计2030年中国居民人均预期寿命将达到79.0岁。人均预期寿命的延长也反映出中国居民健康水平的提高。

中国居民人均预期寿命

中国居民人均预期寿命
年, 2016-2030E

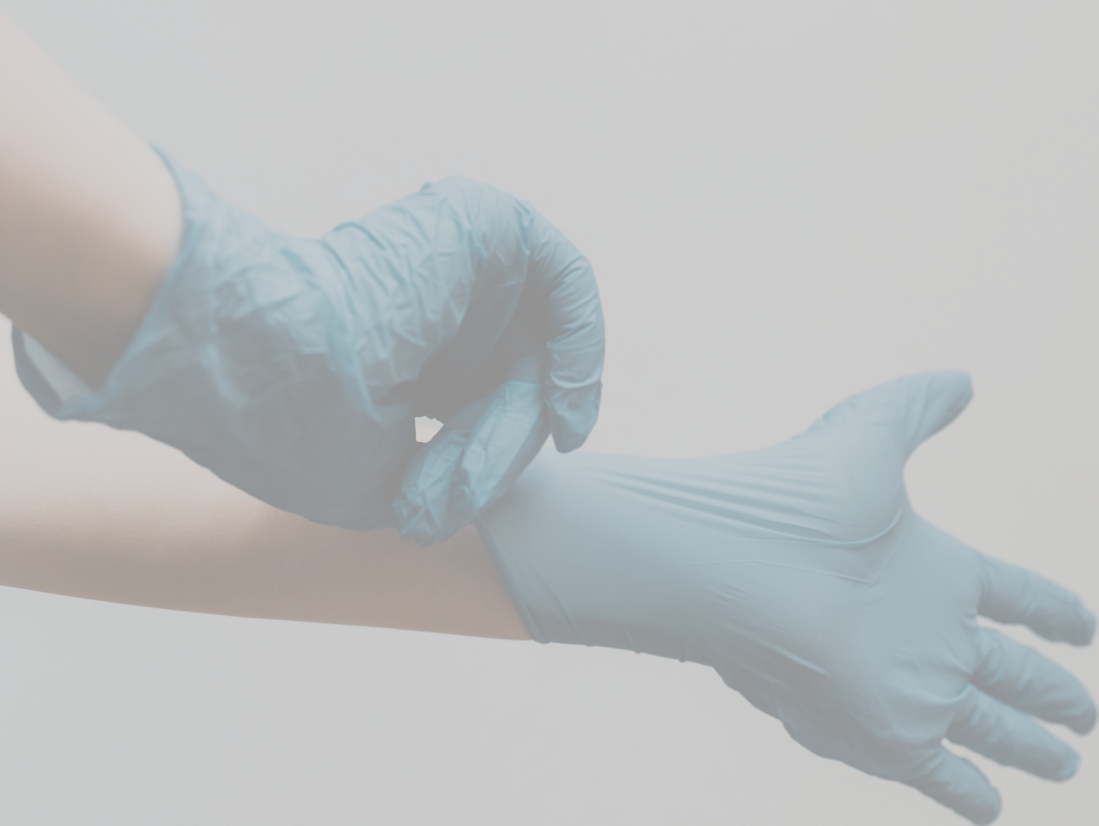


*2030年人均预期寿命提高到79.0岁为《“健康中国2030”规划纲要》中提出的健康中国建设主要目标之一。

来源：沙利文研究

Chap 2.2

当前影响中国居民健康的痛点



■ 当前影响中国居民健康水平的痛点

□ 慢性病风险依然凸显

随着人口老龄化、城镇化、工业化的推进和行为危险因素流行，我国慢性病患者数量仍将不断增加，持续扩大的慢性病患者人群为带来日益扩张的健康管理需求。从疾病发生风险角度来看，根据国家卫生服务调查结果显示，2013年至2018年居民慢性病患者率由245.2‰增长为342.9‰；从死亡风险方面来看，作为常见慢性病的心脏病和脑血管病致死数量占城市居民主要疾病致死数量的比例分别从2015年的22.0%和20.6%增加至2020年的24.6%和21.3%，2020年恶性肿瘤、心脏病和脑血管病分别在主要疾病致死占比中位列第一、第二和第三位。

定期体检和有针对性的早期筛查项目可帮助高风险人群及时发现病情并有效地应对慢性病发的健康隐患，并降低慢性病的致死风险。

□ 居民不健康生活方式普遍存在，潜在健康隐患不容忽视

当前中国居民生活中仍存在不健康饮食方式，可能带来潜在健康隐患。2019年我国家庭人均油盐摄入量为42.1克，仍远高于《中国居民膳食指南》中25克至30克的推荐值。此外，居民在外就餐比例不断上升，食堂、餐馆、加工食品也存在油盐添加量过高的隐患。2019年中国居民膳食脂肪提供能量的比例达到32.9%，已超过《膳食指南》中30.0%的推荐上限值。不健康的饮食习惯导致居民超重肥胖问题依然显著，我国城乡居民中成年居民超重或肥胖者超半数，6-17岁、6岁以下儿童青少年超重肥胖率分别达到19.0%和10.4%。

面对潜在健康问题，接受定期体检和慢性病早期筛查有助于居民加强个人健康管理意识，及时有效监测自身健康状况、应对和预防健康威胁，并起到日常督促居民培养健康生活方式的作用。

Chap 2.3

未来中国居民健康水平的发展趋势



未来中国居民健康水平的发展趋势

□ 中国居民的健康管理意识保持稳步增长

近年来，我国居民健康管理意识稳步增强，针对高血压、糖尿病和癌症等慢性疾病的防治知识和行动也日益健全。

经济社会的发展和科技的进步推动着健康管理意识的增加，随着人均可支配收入的提高，居民对健康管理的需求也将提升；互联网和智能手机的普及促进了居民健康和保健知识的传播，越来越多的居民选择健康体检和针对性早筛产品等科学方式作为个人健康管理的手段。

□ 体检服务体验不断提升，服务范围更广、检测精度更高

中国体检服务市场已从模式较为单一的、检测精度较低的常规检查为主逐渐发展为服务范围更加全面具体、引入大数据及人工智能技术、并逐渐与健康管理全流程融合的业态。为满足消费者日益提高的健康管理服务需求，机构推出更为人性化、多样化的服务。

当前中国专业机构的健康检查服务范围已涵盖AI慢病筛查、肿瘤筛查、磁共振及CT和基因监测等项目，并根据不同客户群的需求，开发出定制化体检组合方案。

□ 医疗健康服务趋向城乡均衡发展

2016-2020年，我国城镇化水平持续从57.4%提高到63.9%。未来预计我国城市化水平仍将持续增长，随着城镇人口的增长，居民总体对健康管理服务的需求也将扩大。

在城镇化扩张的同时，城乡医疗健康服务发展也将向均衡的方向发展。2018年1月，中国开始实施统一的城乡居民医保制度——“城乡居民基本医疗保险”，替代此前的“城镇居民基本医保”和“新型农村合作医疗”。城乡居民医保的实施旨在促进医疗服务的一体化、均衡化发展，改善医疗健康资源分配不均的现象。

第三章

中国体检服务市场分析

核心洞察：

01 中国体检服务市场概览与主要服务机构类型

中国体检服务机构可分为公立与私立机构，其中公立机构具有较强的设备与医师资源，但其公立属性以及非盈利等特质决定其经营模式的非市场性，其中三级医院以及本地头部公立医院的客户群价格敏感性显著较低；专业型私立体检服务机构在医师资源上不具备优势，但具有更灵活的经营机制，能够提供个性化定制服务，并能在全国多点经营，客户群的价格敏感性高。两者服务客群存在明显的差异，基本上分属于两类市场。

02 中国体检服务市场产业链分析

中国体检服务产业链上游包括健康体检相关设备仪器与医用耗材，该市场未来仍具有较大发展潜力；中游由公立与私立体检服务机构组成，由于公立机构的非市场化定位，而私立机构通过连锁化发展，未来市场份额将保持快速增长；下游为体检服务消费者，未来其医疗保健支出比例将持续增长。

03 中国体检服务市场规模分析

从服务人次看，中国体检市场的服务人次多年均保持在4.7至5.0亿人次，其中私立体检机构服务人次不断升高，2020年达到5,600多万人次；从服务金额看，2020年中国体检服务总体规模达到约2,500亿元，其中私立体检服务机构约459亿元。

04 中国体检服务市场与发达国家的对比

与美、日等发达国家相比，中国的体检覆盖率较低，仅为30.5%；发达国家的整体体检服务质量更高，而中国的服务发展还不够成熟；服务供给上，中国的体检服务供给集中于公立机构，而发达国家鼓励社会资本进入健康体检行业，支持第三方服务机构发展。

05 中国体检服务市场的未来趋势分析

未来中国体检服务市场的发展具有健康管理生态逐渐成熟、信息化建设不断加强、私立体检服务更多采用创新技术应用、主动性消费比例增加、体检服务范围更加丰富等趋势。

Chap 3.1

中国体检服务市场概览与主要服务机构类型



中国体检服务市场概览

中国公立、私立体检服务机构的对比

中国的公立体检服务依托公立医疗卫生服务系统，医疗资源成熟，医师资源强大，诊疗设备齐全，能够全面满足消费者的健康检测需求和各项专项体检需求，服务的客群中团体客户与散客相对均衡，散客占比约40%，定价以医院收费标准制定，基本上不打折。相比公立体检服务机构，私立体检服务以健康体检为主，强调人性化服务和个性化体检方案，能够更好满足消费者对隐私性、服务性等各种需求，服务的客群以团体客户为主，占比约80%，在定价上基于市场竞争能够提供非常优惠的价格，同等体检套餐实际价格远低于公立体检服务机构。

	公立体检服务机构	私立专业体检服务机构
机构特征	具有发展历程更久，经营模式成熟，市场公信力较高，人群需求量大等优点，且由于公立医院的体检服务是在医疗资源的基础上提供的，能够一定程度避免“医检分离”情况的出现。同时，公立属性决定了公立体检服务机构的非市场竞争性定位。	私立体检服务机构受到的经营限制更少，因此往往更能够及时灵活地开展创新项目，调整经营模式，充分发挥其市场竞争优势。其定位也决定了其市场竞争主要集中在私立体检服务机构之间的竞争。
经营目的	非营利性为主。	营利性为主。
商业模式	依托的公立医院主要是以为患者提供诊断、治疗为主要服务的非营利性医疗机构。公立体检机构一般处于单点经营状态，不具备连锁经营的条件。	私立专业体检机构能够运用市场化的营销手段开展健康体检教育，了解其个性化健康体检需求，从而更能够创造性地开发各种满足市场需要的健康体检产品，其商业模式更适合连锁化、产业化，迅速进行规模性扩张。
服务能力与客群	服务能力成熟，公立体检服务机构往往拥有成熟的医师资源和齐全的设备供给，此外海量的临床案例也为医师能力培训提供了坚实基础。 服务的客群中团体客户与散客相对均衡，散客占比约40%，对于头部的三甲医院，散客占比约50%。三级医院和本地头部公立医院的客户群价格敏感性显著较低。	本身定位为一个服务机构，会严格制定服务措施和服务制度，标准化服务流程。头部私立体检服务机构连锁化经营，能够提供全国多个城市的一站式服务，对于员工分布在全国多个城市的私营企业、外资企业具备优势。 服务的客群以团体客户为主，占比约80%。相比公立体检服务机构的客户，其客户的价格敏感性更高。
定价策略	公立机构在定价上接受政府的指导价格，定价比较刚性，基本上不打折，三级医院和本地头部公立医院体检服务机构的最终服务价格远高于私立体检服务机构。	由于私立体检机构的客群主要为团体客户，在市场竞争压力下，普遍采取打折手段，对于同样的体检套餐，最终成交的价格远低于其门市标价以及三级医院和本地头部公立医院体检服务机构。

中国体检服务市场概览

□ 中国体检服务的价格

当前中国体检服务市场的服务单价目前仍然存在较大差异，从公立体检服务机构看，头部的三级甲等医院能够提供并支持更加权威的体检服务和健康报告，体检服务包的客单价大多处于5,000元/次至8,000元/次之间，一般三级甲等医院提供的体检服务单价则落在2,000元/次至5,000元/次，其他三级医院以及二级医院提供的体检服务单价则落在1,000元/次至2,000元/次，基层医疗机构则多以1,000元以下的基础体检服务为主。对于三级、无论是散客还是团体客户，提供的均为同样的套餐，因此最终结算的服务价格与门市价基本相当。对于二级医院，对于团体客户，有些会提供一些价格优惠，但是优惠非常有限。

从专业型私立体检服务机构看，头部玩家，例如爱康国宾、美年大健康、瑞慈体检等，通常能够提供更加丰富的体检服务选项，虽然个人健康检查的产品服务价格从100元/次至5,000元/次不等，但是由于服务的散客占比才约20%，而其服务的客群主要是团体客户，由于市场竞争，专业型私立体检服务机构普遍采取折扣作为营销策略，最终实际的散客与团体客户的平均体检服务单价在500-600元/次，与其公开门市价相比，折扣率较大。

按人群服务类别分，通常针对老年人的体检服务价格更高，针对年轻人的体检服务价格更低，主要原因仍然是因为老年人的体检服务项目更多，对各项潜在慢性病的检测要求更高。

按人群性别分，则以女性健康体检的服务价格相比男性更高，主要原因是女性疾病筛查服务的不断丰富与成熟。未来随着女性群体对妇科健康的不断重视，以及健康检测、健康评估方案的不断完善，未来女性健康体检将会是中国体检服务市场的重要细分市场。

中国体检服务市场价格概览

类型		体检门市单价	结算单价	备注
公立	三甲头部医院	5,000元/次-8,000元/次	5,000元/次-8,000元/次	团体客户：主要服务政府、大型国企；散客：主要服务一线城市高收入居民
	一般三甲医院	2,000元/次-5,000元/次	1,800元/次-5,000元/次	团体客户：主要服务政府、大中型国企；散客：城镇中高收入居民
	二级医院	1,000元/次-2,000元/次	800元/次-2,000元/次	团体客户：主要服务政府、企业员工；散客：城镇中等收入居民
	基层医疗机构	1,000元/次以下	1,000元/次以下	主要服务城镇居民等
私立	全国性头部品牌	100元/次-5,000元/次	500元/次-550元/次 (平均)	团体客户：主要服务私企员工、外企员工，约占50%；散客：城镇居民等
	地方性长尾玩家	1,000元/次以下	200元/次-400元/次 (平均)	广泛的分散在各级城市中

来源：沙利文研究

中国体检服务市场概览

□ 头部公立三甲医院的体检套餐及定价举例

与其他公立体检机构类似，中国头部公立三甲医院所提供的体检服务种类和套餐数相对较少，产品服务设计与分类主要以普适的人群画像为核心，例如性别、年龄、婚姻状况和特殊疾病。从具体的种类数量看，一般提供10大类，约20种体检套餐供消费者选择。

上海市瑞金医院体检中心产品矩阵

性别 体检类别	男性		女性	
青年	价格：5,680元	体检套餐一（男）	价格：6,500元	体检套餐一（女）
中年	价格：6,850元	体检套餐二（男）	价格：7,580元	体检套餐二（女）
老年	价格：6,850元	体检套餐二（男）	价格：7,580元	体检套餐二（女）
全身体检	价格：10,800元	无痛胃肠镜套餐三（男）	价格：11,000元	无痛胃肠镜套餐三（女）
肿瘤筛查	价格：10,800元	无痛胃肠镜套餐三（男）	价格：11,000元	无痛胃肠镜套餐三（女）

上海复旦大学附属中山医院南院体检中心产品矩阵

性别 体检类别	男性	女性
中老年体检	辛丑年-岁月臻爱基础体检套餐（男） 价格：4,200元	辛丑年-岁月臻爱基础体检套餐（女已婚） 价格：4,960元
高端体检	辛丑年-龙章凤彩进阶尊享VIP体检套餐 （升级+无痛胃肠镜版）（男） 价格：16,179元	辛丑年-青春畅意基础/进阶体检套餐 价格：1,031元(基础·女未婚) 1,767元(进阶·女已婚) 1,524元(进阶·女未婚)
职场白领体检项目	辛丑年-菁英睿智基础/进阶体检套餐 价格：907元(基础)/1,407元(进阶)	辛丑年-菁英睿智基础体检套餐（女已婚） 价格：1,144元
关爱精英体检项目	辛丑年-菁英睿智基础体检套餐（男） 价格：1,522元	辛丑年-菁英睿智基础体检套餐 价格：1,616元(女未婚)/1,833元(女已婚)
入职体检	辛丑年-新人活力体检套餐	价格：439元

来源：沙利文研究

中国体检服务市场概览

北京301医院南院体检中心产品矩阵

类别 \ 性别	男性	女性
青年	男宾华康体检A套餐-男 (含肺CT) 价格: 4,690元	女宾华康体检A套餐-女 (含肺CT) 价格: 4,690元
中年	男宾华康体检B套餐-男 (含肺CT、甲功7项、心脏彩超) 价格: 5,349元	女宾华康体检B套餐-女 (含肺CT、甲功7项、甲状腺彩超) 价格: 5,144元
老年	男宾华康体检C套餐-男 (含头颅CT、肺CT) 价格: 6,934元	女宾华康体检C套餐-女 (含头颅CT、肺CT) 价格: 7,127元
全身体检	男宾华康体检D套餐-男 (含颈椎核磁、头部核磁、肺CT) 价格: 8,737元	女宾华康体检D套餐-女 (含颈椎核磁、头部核磁、肺CT) 价格: 9,001元
高端体检	男宾华康体检E套餐-男 (含颈椎核磁、PET-CT、肺CT) 价格: 20,404元	女宾华康体检E套餐-女 (含颈椎核磁、PET-CT、肺CT) 价格: 20,668元

北京协和医院健康医学部产品矩阵

体检类别 \ 性别	男性	女性
普通	普通男性体检组合 价格: 7,340元	普通未婚女性体检组合 价格: 6,695元
		普通女性体检组合 价格: 8,685元
VIP	VIP基础体检男性 价格: 17,452元	VIP基础体检未婚女性 价格: 15,138元
		VIP基础体检女性 价格: 18,308元

北京中日友好医院体检中心产品矩阵

体检类别 \ 性别	男性	女性
青年	男士A套餐 (18-35岁) 价格: 2,880元	女士A套餐 (18-30岁) 价格: 2,826元
中老年	男士B套餐 (35岁以上) 价格: 5,016元	女士B套餐 (30-45岁) 价格: 4,208元
		女士C套餐 (>45岁) 价格: 5,639元
入职体检	入职体检套餐价格: 455元	
高端体检	高端体检套餐 (含核磁) 价格: 12,781元	女宾华康体检E套餐-女 (含核磁) 价格: 13,341元

来源: 沙利文研究

中国体检服务市场概览

□ 头部专业型私立体检服务机构的体检套餐及定价举例

与其他公立体检机构相比，中国头部专业型私立体检服务机构提供的体检服务种类和套餐数更加丰富，产品服务设计与分类主要以消费者的具体需求出发，例如针对女性的各类身体调理、中年群体的职业健康、老人的各类慢性病筛查和家庭保健卡服务等。从具体的套餐种类数量看，一般提供上百种体检套餐供消费者选择。

爱康国宾体检中心产品矩阵

体检类别（典型举例）	
入职体检	· 入职无忧体检套餐 价格：158元 · 入职无忧升级腹部彩超 价格：288元
中老年体检	· 尊享孝心升级TM12体检套餐 价格：1,793元 · 夕阳红TM12体检套餐 价格：1,750元
君安高端/VIP体检	· 青苗体检套餐 价格：3,377元 · 君安尊享金卡 价格：4,564元
男性/女性体检	· 粉红珍爱(女)升级TM12项筛查体检套餐 价格：3,377元 · 宫颈癌检测体检套餐卡 价格：348元
中青年体检	· 爱康国宾 ikang AI+睿智精选升级肿瘤TM12筛查 价格：3,377元 · 珍爱精英体检套餐 价格：348元

瑞慈体检产品矩阵

体检类别（典型举例）	
入职体检	· 豪华商务体检套餐 价格：4,100元 · 霸道总裁套餐 价格：2,288元
中老年体检	· 中老年防病套餐 价格：1,793元 · 臻爱爸妈体检套餐 价格：1,450元
中高端体检	· 商务高端体检套餐 价格：4,564元
男性/女性体检	· 粉红臻爱体检套餐 价格：1,055元 · 都市丽人守护天使套餐 价格：348元

美年大健康体检产品矩阵

体检类别（典型举例）	
中青年	白领精英中级套餐 价格：769元； 应酬族B套餐 价格：1,418元
中老年	父母健康PLUS套餐 价格：1,799元
男/女性体检	精选男士专享套餐 价格：1,740元 粉红佳人套餐 价格：2,270元
婚检孕检	优生优育套餐 价格：2,089元
入职体检	精英入职套餐 价格：330元
高端体检	感恩敬老高端 价格：2,529元 白领精英高端 价格：1,925元

来源：沙利文研究

中国体检服务市场概览

中国体检服务的对象分析

虽然体检服务的对象是个人，但从商业模式和商业服务的维度看，可以分为散客个人体检和团体体检两大模式。其中散客个人体检是指以个人健康管理为核心，自主对自身进行的健康体检服务，团体体检则是以企业福利、公司要求等驱动下进行的健康体检服务。团体客户和散客两者付费方不同，且对于价格、网点、服务等诸多因素考虑不同。

从公立体检服务机构看，当前头部三甲医院接待的散客个人体检占比约50%，整体公立机构的则约40%，另一方面，专业型私立体检服务机构的个人体检占比仅占约20%，剩下的80%基本来自于企业的团体体检。两者面向的客户群体显著不同。

公立、私立体检机构服务对象来源差异的主要原因：

1. 公立体检服务机构的社会公信力更高，背靠中国的大医疗健康系统，城镇居民的偏好度更高。
2. 公立体检服务机构往往拥有大量的患者资源，因此散客（个人客户）比例显著高于私立体检服务机构，在团体体检方面，三级医院以及本地头部公立医院的体检机构与价格不敏感的政府机关以及企业进行合作为主。对于公立体系的基层体检机构，由于只能提供一些基础性的体检服务，无法满足各类政府以及企业的体检需求，因此，主流的公立体检服务机构主要来自三级医院和二级医院。
3. 私立体检服务机构，特别是专业型私立体检服务机构为了实现快速的商业扩张和有效获客，会更加倾向于与团体客户进行商业合作，特别是对于价格高度敏感的私企与外企，通过非常优惠并远低于公立体检服务机构的价格，专业型私立体检服务机构成为私企与外企员工最大的体检服务提供商，而私企与外企是中国最大的员工雇主。在团体体检业务招标中，专业型私立体检服务机构的参与占比超过80%，远高于公立体检机构的20%以下占比。团体体检服务能够帮助专业型私立体检服务机构实现对消费者的快速获取且业务稳定性高，故此，专业型私立体检服务机构对团体体检的商业意愿非常积极。

1 公立体检服务机构的服务公信力更高

2 公立体检服务机构的企业合作意愿度低

3 企业团体体检符合私立体检服务机构有效获客的需求

中国体检服务市场概览

中国私立体检服务机构的现状

以爱康国宾、美年大健康、瑞慈为例

就收入而言，2020年私立体检服务市场与公立体检服务市场相比，约为1: 4；就服务人次而言，私立体检服务市场与公立体检服务市场之比约为1: 9。私立体检服务机构当前仍然处于市场的发展早期。

此外，体检服务注重线下服务体验，属于医师资源、医疗设备、医疗场所等的综合服务，行业进入门槛高。私立体检服务机构在进行商业拓展时，往往需要克服较大的资金压力，完成体检中心场所的选定、医疗设备的采购与装机。此外，私立体检机构还经常遇到医师资源招募的难点。不同于公立体检服务机构背靠大型公立医院，拥有成熟且稳定的医师资源作为业务支撑，私立体检服务机构往往不是成熟医师群体的首要职业选择。由此，为了保证体检中心的服务质量，私立体检服务机构需要投入更多的资源来吸引高水平医师团队。当前绝大多数私立体检服务机构都已将医师资源的招募与培养作为重要的业务发展战略。

当前私立体检服务机构的头部企业包括爱康国宾、美年大健康、瑞慈体检等。头部的私立体检服务机构目前已经在一线城市、华东、华南等经济发达区域实现快速拓张，未来中西部体检服务市场将成为他们进一步发展的重要方向。三者市场份额之和在核心覆盖城市中基本达到当地私立体检服务市场的70%，而爱康国宾与美年大健康两家头部机构的市场份额之和在部分核心覆盖城市当地的私立体检服务市场超过了50%。

中国头部私立体检服务机构概览，2020年

机构名称	体检服务收入 (亿元)	体检服务人次 (万人)	体检中心数量	城市覆盖数	业务核心区域
瑞慈体检	13	250余	50余	约30	华东为主
爱康国宾	45-50	800余	140余	约60	华东、华北、华中
美年大健康	75 (不包括非控股体检机构)	3,000余 (包括非控股体检机构)	600余 (包括非控股体检机构)	308 (包括非控股体检机构)	华北、华东

来源：沙利文研究

Chap 3.2

中国体检服务市场产业链分析



中国体检服务市场产业链分析

中国体检服务产业链



体检服务产业链上游

中国体检服务市场的产业链上游以医疗器械厂商为主。提供包括直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品，包括所需要的计算机软件。自2017年国家科技部办公厅印发《十三五医疗器械科技创新专项规划》起，国家陆续出台多项政策鼓励国产医疗器械加快创新、推动高端医疗器械国产化，促进新技术的推广和应用。

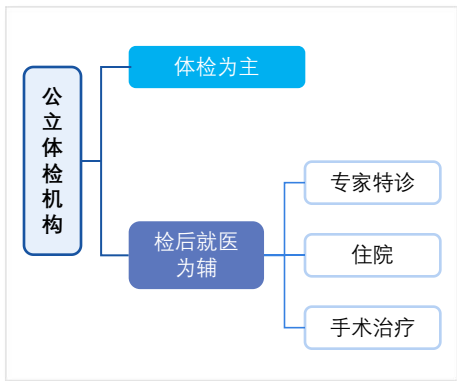
伴随医疗器械应用水平的不断进步，我国将遵循发达国家“重器械、轻药品”的发展路径，未来国内医疗器械市场仍存在较大的增长潜力。

中国体检服务市场产业链分析

中国体检服务产业链中游

中国体检服务市场的产业链中游以公立体检服务机构、私立体检服务机构为主。其中，公立体检服务机构以三级、二级公立医院为主，私立体检机构以专业型私立体检机构为主。近年来专业型私立体检服务机构市场规模迅速增长，服务人次显著增多。

中国公立体检服务机构商业模式

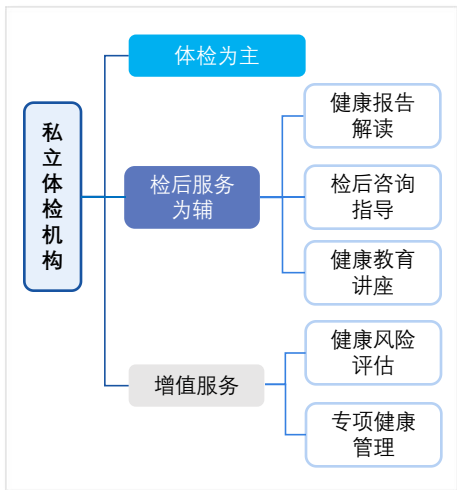


专业型私立体检机构的市场份额将保持快速增长

中国公立体检中心的发展出现两极化变化，越来越多的三级、二级医院重视体检中心的发展，而基层医疗服务体系仍然以满足一般性的健康体检和专项体检为主，绝大多数依附于公立医院，由医院统一管理并进行业务指导。

另一方面，专业型私立体检服务机构作为中国体检服务市场的重要补充部分，能够满足价格敏感的私企与外企的需求，通过价格优势、网点优势以及服务优势快速获得团体体检市场。

中国私立体检服务机构商业模式



专业型私立体检机构能够提供更丰富的服务

从服务范围角度看，专业型机构从检前、检中到检后为团体体检客户提供了更为完善的全流程健康管理服务。在检前，非专业型机构往往直接提供套餐化的体检服务，而专业型机构能够通过体检客户情况的综合分析，针对性地为个人量身制作个性化的体检方案。专业型机构一般除了提供基本体检项目外，还提供人体成分分析、骨密度分析、微量元素监测、人体基因监测、癌症筛查、心脑血管疾病风险评估等非专业型机构没有的专项检测项目。在检后服务方面，专业型机构设有专人解读健康报告、科学指导饮食运动等综合健康管理服务，提供了更多的增值服务。

专业型私立体检中心能够提供更加专业的体检服务

相比私立医院内部的体检服务中心，专业型私立体检服务体检中心大多聘请临床资深大夫作为主要医护人员，除医疗经验丰富外，也会对相关服务人员开展严格的体检服务培训，保证体检结果的专业质量。

中国体检服务市场产业链分析

中国体检服务产业链中游

专业型私立体检服务机构能够提供更优质的用户体验

非专业型体检服务中心大多设立在医院中，病患更为集中，体检服务与门诊服务的人流动线复杂，有一定造成接触、交叉感染的风险；专业型机构场所宽敞，环境舒适，且能够根据不同类型的健康检查阶段进行合理的空间划分。

此外，专业型私立体检服务机构能够设置合理的导检和问询服务，并根据体检客户的隐私需求，提供一定的私密空间，大大提高了体检客户的体验体验。

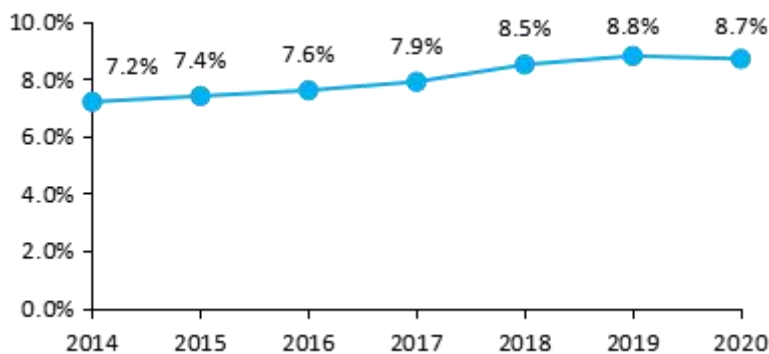
由此看来，在私立体检服务机构中，专业型私立体检服务机构在服务范围、专业能力与用户体验等各方面都具有多项优势，为其近年来的快速拓展提供了重要保证，当前专业型私立体检服务机构大约占整体私立体检服务市场的90%份额。其他类型的健康管理机构要大力发展体检服务业务，必然会借鉴专业型机构的服务模式，专业型机构将成为未来体检服务市场的重要市场标杆。

中国体检服务产业链下游

中国体检服务市场的产业链下游以企业员工、政府机关与事业单位职员为主，同时为大众消费者提供服务。随着我国经济高速经济高速发展，企业为员工提供体检福利以提升员工就业满意度，政府机构以及事业单位也需要为职员提供健康保障；加之消费结构的升级，城镇居民健康意识不断增强，自2000年起，中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例持续增长，进一步推动体检行业发展。

中国体检服务产业链下游

2014-2020年中国人均医疗保健支出比例



数据来源：国家统计局

整体看来，我国人均医疗保健支出保持上升趋势。由于新冠疫情防控禁止人员聚集导致就诊人数下降及国家对新冠治疗费用减免，2020年该支出比例的略有下降，但纵观整体趋势，2014-2020年我国人均医疗保健支出占比共增加1.5个百分点，且未来仍将保持增长态势。

Chap 3.3

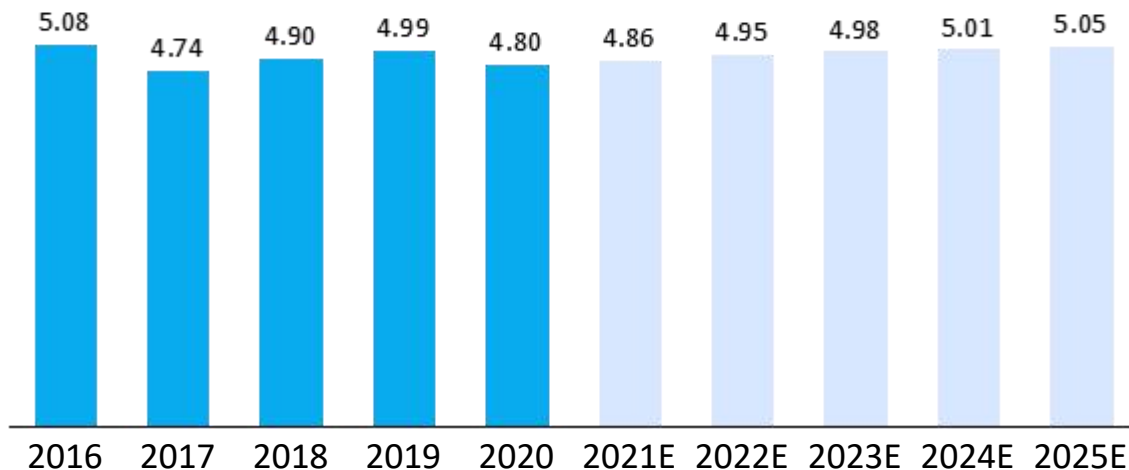
中国体检服务市场规模分析



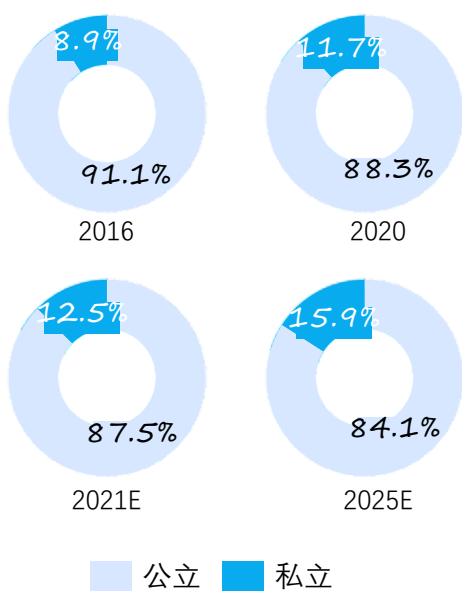
中国体检服务市场规模

- 从服务人次角度，中国2016-2020年中国体检服务市场人数变动幅度较小，均维持在4.7至5.0亿人次左右。预计未来中国体检服务市场人次仍会保持基本稳定，同时呈现小幅增长趋势。

2016-2025年中国体检服务市场人数及预测（单位：亿人次）



- 从按照服务机构的性质分，中国私立体检服务机构服务的人次占比不断升高。



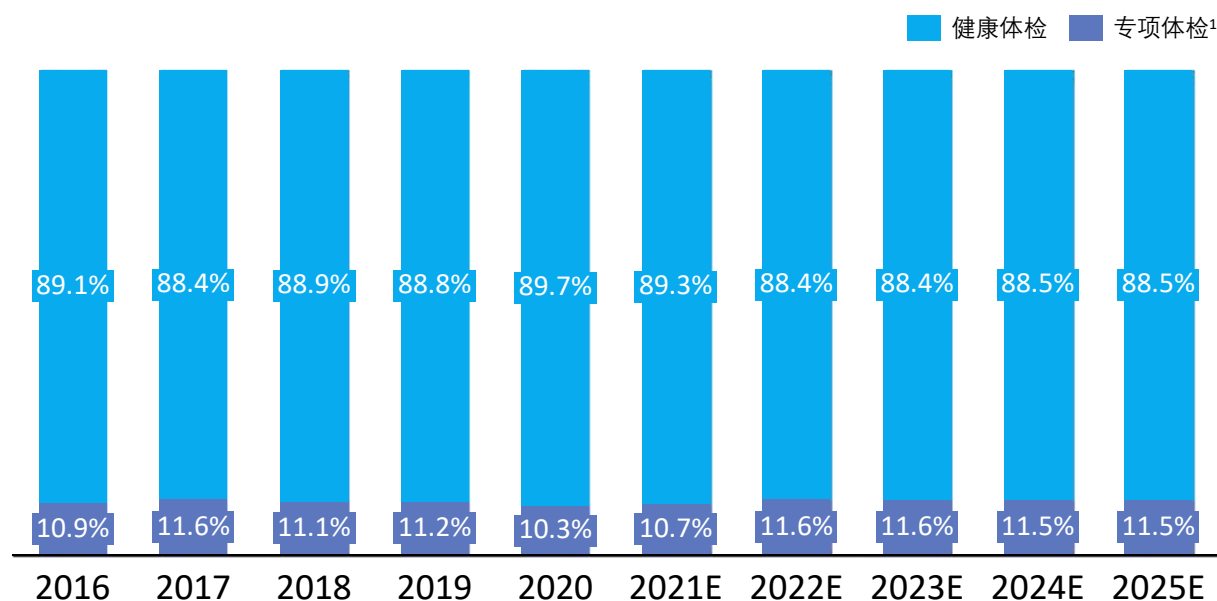
目前，私立体检服务机构相较于公立体检服务机构而言市场仍然较小，但由于受到消费需求向个性化、定制化方向转变等因素的影响，近年来私立体检服务机构的服务人次快速增长，市场逐年增长。

预计未来5年内，私立体检服务机构市场规模将保持以7.5%的年复合增长率增长。到2025年，预计私立体检服务机构服务人次将超过8,000万人次。

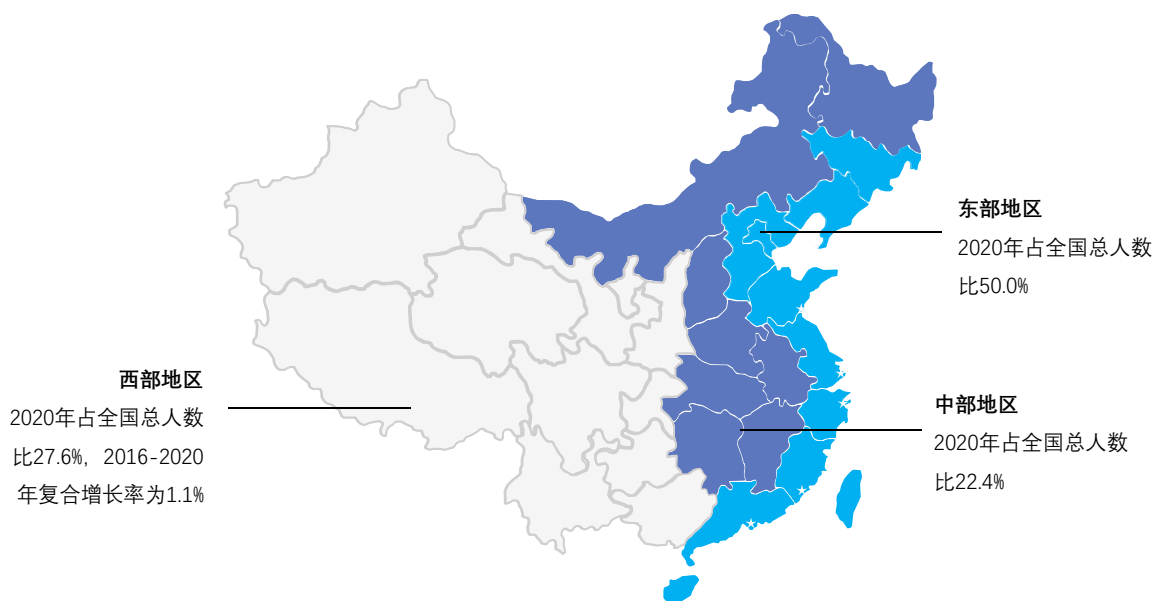
中国体检服务市场规模

从按体检服务的性质分类，健康体检仍然是体检服务市场的绝对核心细分市场，人次占比超过 88%。

2016-2025年中国健康体检与专项体检服务人次占比及预测



从服务人次的所在区域看，东部人口密集区域是中国体检服务的最大市场，依次是西部地区和中部地区；从服务增速看，西部地区的体检服务人次增速更快，主要得益于我国基础医疗卫生健康系统的不断投入。

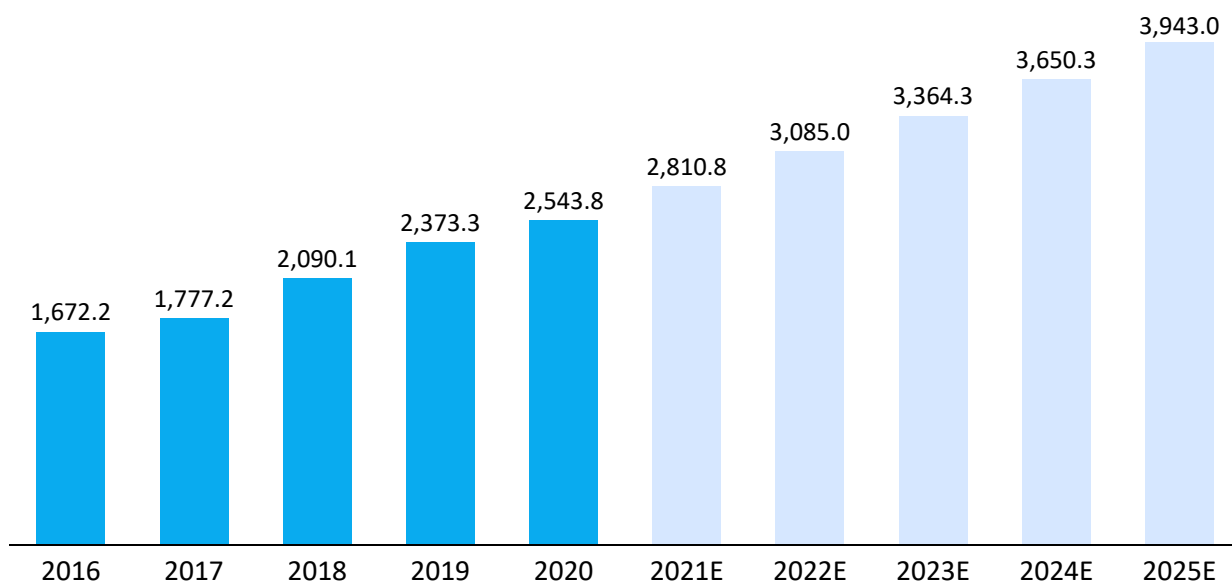


来源：1. 本报告专项体检包括驾驶员体检、中考体检、高考体检、研究生体检、教师资格体检等常见专项体检，公务员招录及征兵体检未含在内；沙利文研究

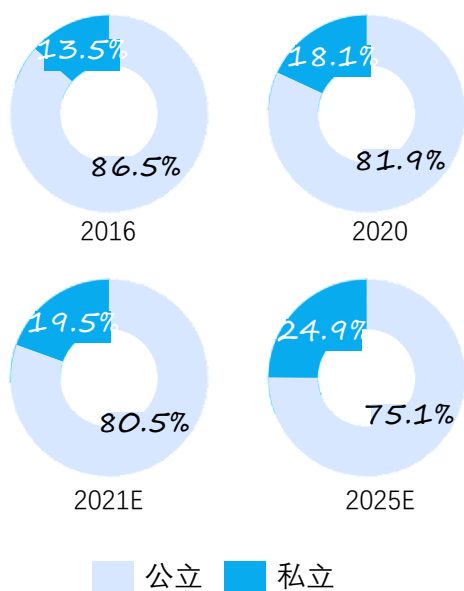
中国体检服务市场规模

- 从服务金额角度，中国2020年中国体检服务市场已经达到2,543.8亿元，相比2016年的1,672.2亿元，市场增幅明显，2016年至2020年的年复合增长率达到11.1%。

2016-2025年中国体检服务市场规模及预测（单位：亿元）



- 从按照服务机构的性质分，中国私立体检服务机构的市場体量不断升高。



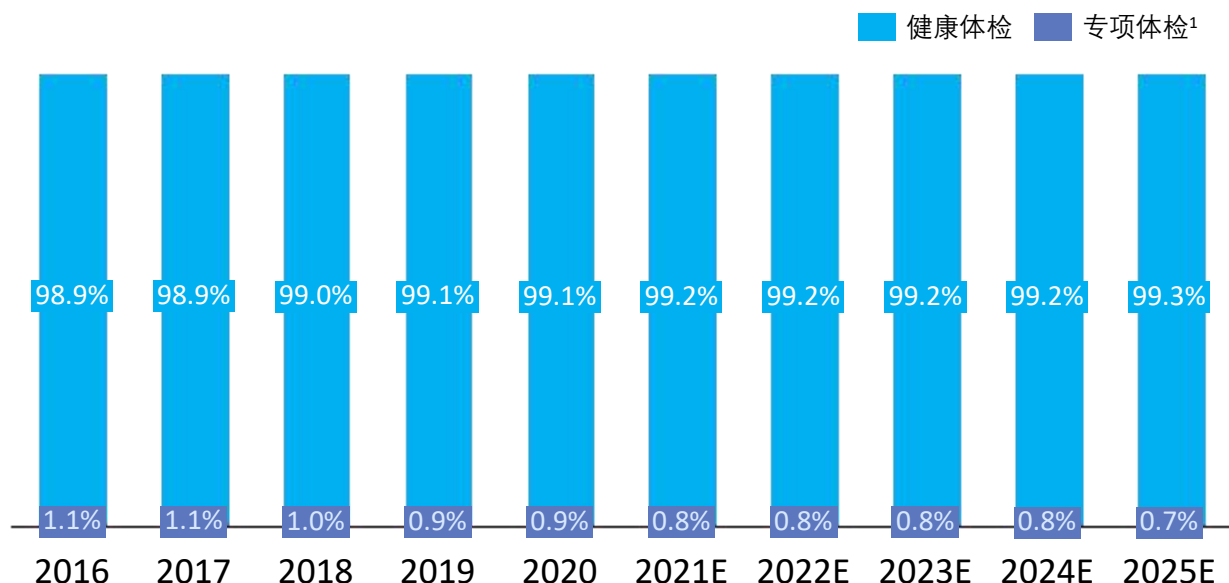
目前，私立体检服务机构相较于公立体检服务机构而言市场仍然较小，但其规模不断快速增长，增速快于公立体检服务机构。

预计未来5年内，私立体检服务机构市场规模将继续保持快速增长。到2025年，预计私立体检服务机构市场规模将达到约980亿元。

中国体检服务市场规模

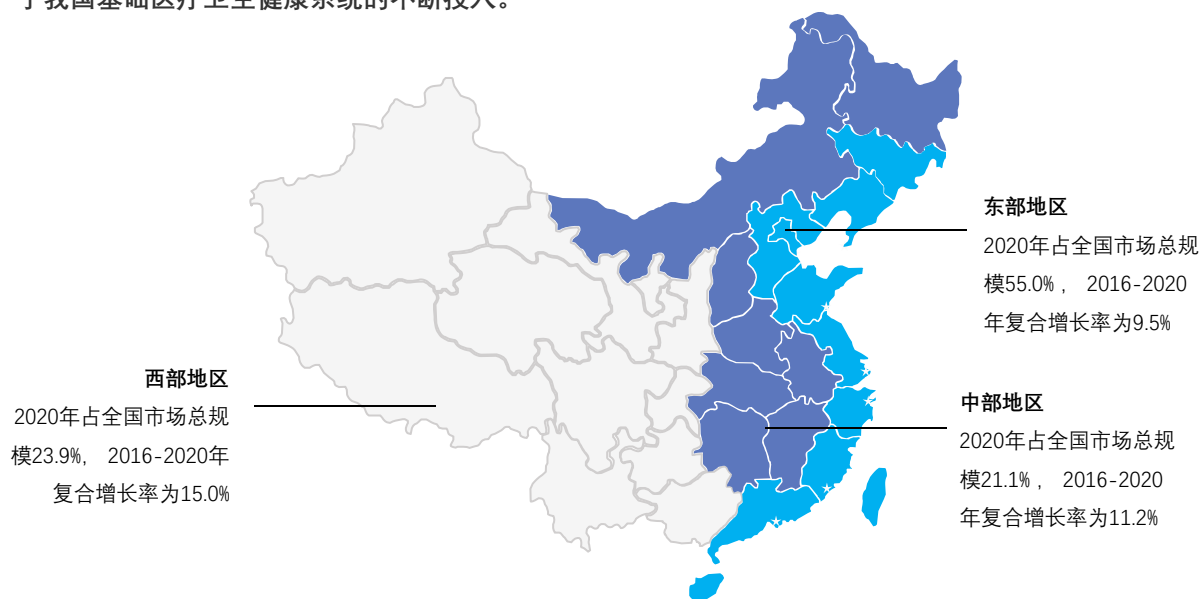
从按体检服务的性质分类，健康体检仍然是体检服务市场的绝对核心细分市场，金额规模占比超过 98%

2016-2025年中国健康体检与专项体检市场规模占比及预测



从服务市场的区域分布看，东部区域是中国体检服务的最大市场，依次是西部地区和中部地区。

从服务增速看，西部地区服务市场的增速更快，显著高于全国整体11.1%的年复合增长率水平，主要得益于我国基础医疗卫生健康系统的不断投入。



来源：1. 本报告专项体检包括驾驶员体检、中考体检、高考体检、研究生体检、教师资格体检等常见专项体检，公务员招录及征兵体检未含在内；沙利文研究

中国体检服务市场规模

□ 中国私立体检服务的发展痛点

- 相比公立体检服务机构，当前私立体检服务机构出现两极化发展，有些机构仍然缺乏一定的市场公信力

由于公立医疗机构的发展历程更久、受国家监管制约更多，居民传统思想上较为依赖与信任公立医院的诊疗水平；而私立体检机构出现了两极化的发展，有些机构注重医疗质量与医护团队建设，而有些机构不重视医疗质量，其中有些机构曾被报道过违规事件等负面新闻，需时间积累市场口碑与公信力。

- 当前私立体检服务机构的全面发展还缺乏成熟的人才供给

虽然专业型私立体检服务机构往往招募资深的医护人员，但整体看来，私立体检服务机构仍然不是优秀医护人才的第一职业选择。相比专业型私立体检服务机构，公立医院本身具有天然的丰富医生资源与大型硬件设备优势，同时也具备更具吸引力的职业发展道路，这导致公立体检机构背靠公立医院，拥有成熟的人才供给；目前专业型私立体检服务机构出现两极化发展，有些机构在检测设备、医师团队、管理体系上全方位投入，而还有很多机构重设备、轻医生，重化验、轻诊断，缺乏全科医生与健康管理专业人才。

- 私立体检服务机构在加速市场扩张的过程中，还面临着资金和管理的双重考验

私立体检服务机构与公立体检服务机构相比，获得的政府资源非常有限，仍然以社会资本支持为主。通常而言，社会资本非常重视投资回报率，而体检市场作为重资产的线下服务产业，前期资金投入较大，资本回报周期长，面临着较为严峻的资金考验。此外，在快速扩张时，私立体检服务机构还需要保持有效的运营管理，确保服务质量和盈利能力的平衡，对机构者的管理能力提出进一步考验。

中国体检服务市场规模

□ 中国私立体检服务的发展机会

□ 加强体检服务差异化优势

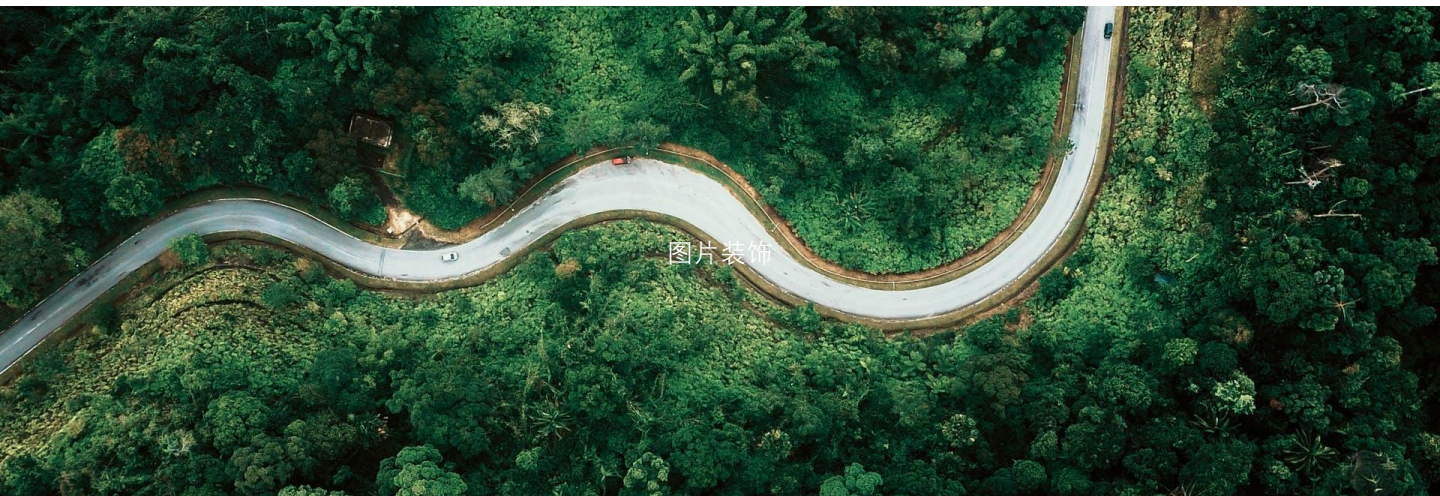
公立医院提供的体检服务原本仅为其辅助业务，在公立医院开展的各种检查多数是为疾病治疗而采集健康数据；相比之下，专业型私立体检机构专注于提供体检服务，因此更应该通过体检服务细分化、专业化等方式形成自身的差异化竞争优势。

□ 合理利用灵活的经营机制

私立体检机构经营机制灵活，在基础的体检服务之外，私立体检机构可以选择不断加强健康管理和医疗服务等增值服务，建设完善的健康管理服务生态版图。

□ 运用数字化升级管理与服务

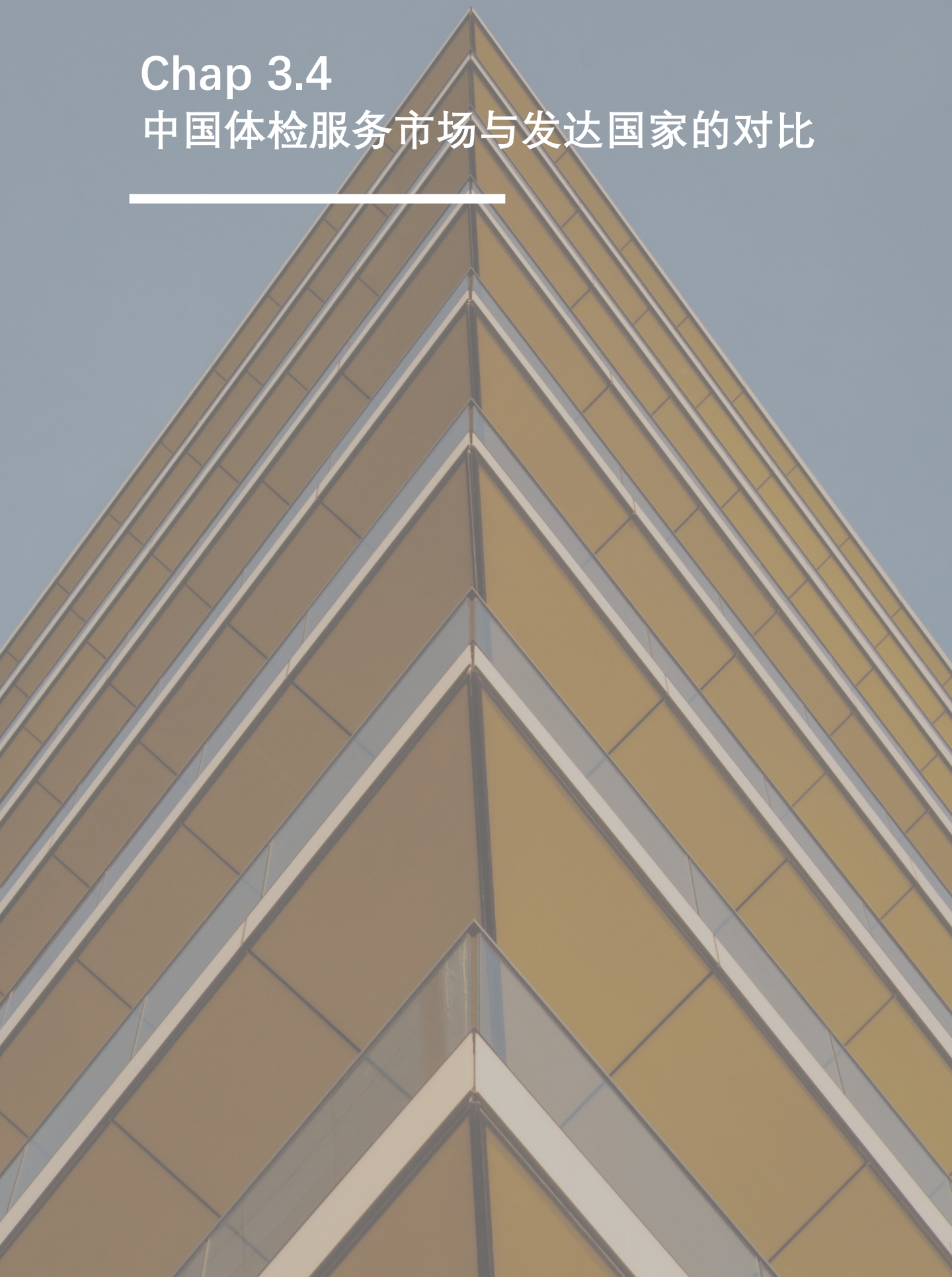
受新冠疫情与移动互联网、人工智能等信息技术发展的影响，智能化、数字化转型已成为大多数体检机构的战略选择。私立体检机构应把握时代机遇，进行检前、检中、检后服务流程数字化转型，用创新科技与数据提升诊断效率以及体检质量、追踪用户健康状况；同时，开展组织架构管理数字化提升管理效率，并运用数据+人工智能技术探索更多新药研发、疾病预先诊断等前沿技术，提升自身综合竞争力。



来源：沙利文研究

Chap 3.4

中国体检服务市场与发达国家的对比



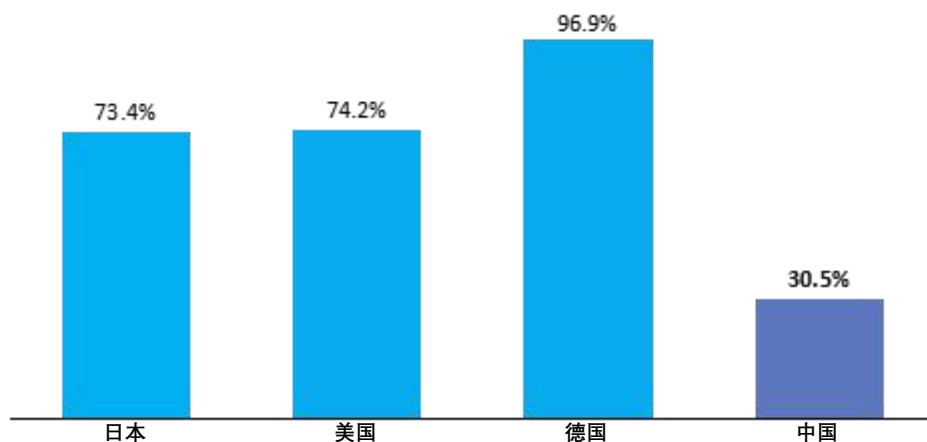
中国体检服务市场与发达国家的对比

□ 从体检覆盖率¹上看，中国的健康体检覆盖率仍然很低，未来的市场空间广阔

美国等发达国家的体检服务市场起步较早，行业发展更为成熟，居民对于体检的认知程度较高，因此体检覆盖率也更高，大多处于70-90%之间；而中国健康体检行业起步较晚，体检意识的普及目前仍主要集中于一、二线城市，需求也以指令性体检为主，2020年全国范围内体检覆盖率约为30.5%。

尽管与发达国家仍相比有较多提升空间，中国在近些年也开始重视人民群众的健康管理，并逐渐将其重要性提升至国家战略层面。2000年后，随着经济水平与民众健康意识的逐渐提高，民营资本加快进入医疗服务领域，推动中国体检行业快速发展；自2009年起，国家陆续出台多项政策规范体检行业准入与服务标准，鼓励引导体检服务机构提供多元化的体检服务，进一步为体检服务市场增长创造了良好的发展条件。预计未来中国体检人数将持续保持增长，体检覆盖率不断提高。

2020年中国与发达国家体检覆盖率对比



□ 从体检服务质量上看，当前中国的体检服务专业度还不够成熟

美国、日本等发达国家健康管理行业发展较为成熟，其体检服务已融入现有的健康管理服务系统的生态中。

以美国为例，与中国相比，美国的体检新模式较少，该现象或与当地普遍采用家庭医生制度的习惯有关。美国居民的常规体检主要由家庭医生负责，由于家庭医生往往会与客户保持长期的联系，能够长期追踪其健康状况变化与既往病史，在体检方式上，美国医

来源：沙利文研究，¹此处仅考虑健康体检服务

中国体检服务市场与发达国家的对比

生多以交流为主，医疗设备检查为辅。由于对客户具备更为深入的了解，美国的家庭医生能够提供更加个性化与精细化的健康评估服务，并为客户安排量身定制的体检方案；在检后管理方面，美国医生会根据体检结果给出针对性的健康指导意见，并为客户指定科学合理的生活方式与治疗方式。

而日本的体检服务则具有设备尖端精密、检测结果精准与体检医师服务水平高的特点。日本的精密体检精细度处于全球领先地位，其优势主要应用在早期癌症筛查，提高癌症治愈率；日本医疗体检机构具有专科医生的缜密汇总诊断，汇集各科专业医疗专家，以保证检测结果的专业分析指导。

综上所述，与发达国家相比，当前中国的体检服务尚未形成完善的服务生态。除设备先进程度与体检医师专业程度仍需进一步提高外，中国体检服务机构的整体个性化定制与长期健康管理水平仍有提升空间。但在国内各类体检机构中，私立专业型体检服务机构较公立医院在个性化定制方面具有相对性优势，且仅有商业体检行业巨头完成了从新技术研发到检后健康管理的全流程行业布局，并具备更为完善的覆盖体检、诊疗、保险、金融的体检大生态。

□ 从体检服务供给端看，美国、日本等发达国家充分发挥了社会资本力量，鼓励私立医疗服务提供商对居民医疗服务需求的补充

以美国为例，美国医疗健康市场以家庭医生制度为基础，健康维护组织(HMO)、定点服务组织(POS)、优选医疗机构保险(PPO)等私立医疗服务商则为居民提供完善的分级诊疗服务，满足不同等级的医疗健康服务需求。美国的民营医疗服务提供商具备从健康检查到对接疾病诊疗资源、再到后续健康管理的全流程服务能力，能够将医疗服务导流路径梳理清晰，已成为当地医疗系统新的分流工具与病患引流入口。

对中国而言，以公立机构为主导的服务供给较为稀缺与集中，不能够满足市场丰富的需求层次与广阔的需求分布。引入社会资本，支持民营企业建立专业体检中心已成为补充医疗资源、改善国内医疗环境的新方式。

Chap 3.5

中国体检服务市场的未来趋势分析



中国体检服务市场的未来趋势分析

中国体检服务市场的未来趋势总览

综合来看，我国健康体检行业市场潜力较大，发展前景广阔。从产业链角度看，围绕体检服务展开的健康管理生态版图将不断扩大，相较于公立体检市场，专业型私立体检服务机构市场将会快速增长；从科技应用角度看，未来体检服务将持续智能化、信息化，更多的高新科技将应用到多种服务场景中；从消费者角度看，主动型消费比例持续增加，带动体检消费产品品类定制化、多样化发展。

健康管理生态逐渐成熟

目前中国的体检服务市场注重检中阶段的服务矩阵拓展，但整体检后的健康管理生态仍然不成熟，未来体检服务加速融入中国综合健康管理市场，形成多元化、全生命周期的健康管理模式。随着健康体检市场的发展，现有的专业体检机构的发展方向将发生改变，连锁化和健康管理产业化将作为企业发展的一个主要方向。成熟的专业体检机构将会进一步开发客户资源，为客户提供更加多样化、差异化、专业化的服务。

信息化建设不断加强

随着互联网技术的高速发展与体检消费需求增长的需要，未来信息化技术将更多地被融合进机构提供的各项体检服务中，实现创新性变化。在互联网信息平台上实现线上预约及检后服务、健康风险评估、健康信息数字化管理等体检服务信息化建设，能够有效提高健康体检服务水准与质量，减少或杜绝误差，优化业务流程，提高工作效率，将会成为未来体检服务机构的重要增长战略与方式。

专业型私立体检服务机构蓬勃发展

专业型私立体检服务机构目前的市场份额已经高度集中，预期未来将向更深入的从健康管理、增值服务等领域全方位发展，其中现金状况更好、融资能力更强的企业在将会在内部拓展业务版图的同时，通过并购与横向整合，不断的扩大市场份额，市场份额将会进一步高度集中。其龙头企业的规模优势也将进一步显现。在健康体检出现大品牌的同时，连锁经营的趋势也将逐渐凸显。

中国体检服务市场的未来趋势分析

□ 更多创新技术的应用

人工智能、生物技术等高新科技将大大提高体检服务效果。中国体检服务市场发展到如今，形成的市场竞争格局已较为稳定，模式创新带来的营收增长较为有限，未来健康体检市场的竞争将是科技创新的竞争，垂直细分领域的突破以及科技创新将会进一步改变行业的生态。

□ 主动型消费比例增加

当前中国体检服务市场中，指令性体检仍然占比较大，未来随着居民收入水平的提高与消费升级，人们健康意识不断提升，健康消费需求将由单一的疾病治疗逐步向疾病预防与日常保健转变，主动型健康体检的比例将持续升高。

□ 体检服务范围更加丰富

未来随着人口老龄化以及慢性病患者人群的增加与发病率提升，体检的专项检查范围将大大增加，各类专项检查的分类将越加精细化，以满足居民多种不同的健康管理需求。

第四章 ——

中国大健康服务市场的未来发展趋势

核心洞察：

01 综合健康管理服务的发展与成熟

从具体服务范围看，综合健康管理服务覆盖严肃医疗、消费医疗、健康咨询、健康生活服务、金融支付服务和健康知识管理共计六大服务板块。早期以严肃医疗服务为主，快速发展阶段健康体检、消费医疗蓬勃发展，快速成熟阶段服务生态不断发展与构建。

02 发达国家综合健康管理体的案例分析

美国凯撒医疗的商业模式遵循“成本-效益”的运营原则，其商业模式具有注重健康教育与疾病预防、服务审核和医疗质量监控机制完善等特征；美国联合健康则是通过不断收购，形成最完善的健康管理生态，其商业模式是通过健康保险业务与健康服务业务实现“双轮驱动”。

03 中国综合健康管理服务市场的未来发展趋势

中国综合健康管理服务市场未来具有健康管理信息化与健康管理大数据应用不断增强、健康促进持续引导健康管理服务市场发展、健康保险成为驱动健康管理服务市场发展的重要因素等发展趋势。

Chap 4.1

综合健康管理服务的发展与成熟



综合健康管理服务的发展与成熟

综合健康管理服务的定义

综合健康管理服务市场包括检前、检中、检后三大场景，服务内容包括消费医疗、严肃医疗、健康保健、金融服务、生活社区服务等，覆盖居民所有的健康管理相关需求。当前欧美等发达国家的综合健康管理服务市场已经相对成熟，中国仍然处于关注医疗保健需求的阶段，未来中国的综合健康管理服务将得到不断发展与成熟。

从具体服务范围看，综合健康管理服务覆盖严肃医疗、消费医疗、健康咨询、健康生活服务、金融支付服务和健康知识管理共计六大服务板块。

综合健康管理服务的概念



综合健康管理服务的发展与成熟

中国综合健康管理服务的发展历程

早期阶段：以严肃医疗服务为主

回顾中国综合健康管理服务的发展过程，其早期阶段以聚焦严肃医疗服务为核心。

在早期阶段中，中国大力发展基础医疗卫生体系，通过对药品、器械、医护卫生人员培养的持续投入，实现基础医疗服务在各个城市线级的快速渗透。

快速发展阶段：健康体检、消费医疗蓬勃发展

随着政府和广大民众的健康意识、健康素养的进一步提高，以健康服务需求为牵引，以健康体检、消费医疗为主要形式的健康管理服务行业得到快速发展。

与此同时，为了配合医疗卫生体系的进一步完善，中国不断出台鼓励私立医疗服务机构的发展，不断完善医疗服务矩阵，消费医疗市场实现了快速增长。

快速成熟阶段：服务生态的发展与构建

对标欧美发达国家和地区，围绕医疗健康的生活服务、金融服务、支付服务、知识管理、健康咨询等成为进一步构建综合健康管理服务生态的关键。

当前在移动互联网蓬勃发展的背景下，中国已经开始不断尝试综合健康管理的服务创新，包括健康咨询、健康知识管理、健康生活服务等。此外，中国已经出台《健康保险管理办法》等政策积极推进综合健康管理服务体系的发展，旨在推进“健康中国”的战略落地。

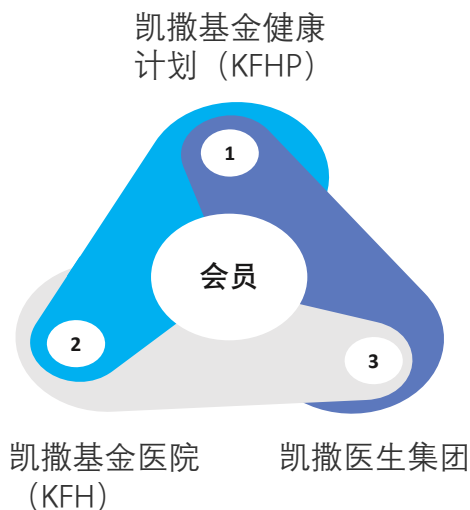
Chap 4.2

发达国家综合健康管理体的案例分析



发达国家综合健康管理体的案例分析

美国凯撒医疗案例分析



美国凯撒医疗体系的组成

凯撒医疗是美国最大的健康维护组织（HMO），由凯撒基金健康计划（KFHP）、凯撒基金医院（KFH）、凯撒医生集团三个主体组成。

凯撒基金健康计划——非营利的公益性组织，通过与个人团体签订预付合同来提供全面的卫生保健服务，与下面两个部分提供的医疗和医药服务相独立。

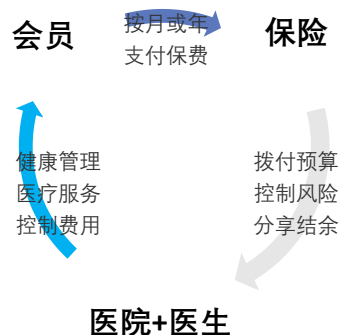
凯撒基金医院——非营利的公益性组织，拥有社区医院，门诊设施或能安排提供医院服务。

凯撒医生集团——由医生群体合伙或组成的专业组织构成，与健康计划基金会相独立，为会员们提供医疗服务。该组织产生的医疗费用由健康基金支付。

美国凯撒医疗体系的商业模式

凯撒医疗以销售健康产品的形式，通过自建或合作的方式建立起自有的医疗服务网络为会员提供疾病预防、疾病诊疗、病后康复等全流程医疗服务，并以预付费制度进行会员管理。

- 消费者作为参保方，通过总额预付的方式将资金交给凯撒医疗集团，申请成为会员。
- 成为正式会员后，会员可向凯撒医疗集体申请医疗保健服务，根据自身的实际情况选择最适合的服务套餐。



发达国家综合健康管理体的案例分析

美国凯撒医疗体系的商业模式的特征

基于“成本-效益”的运营原则

凯撒医疗通过选择签约医院或医生，组建自己的医疗服务网络，最大程度上实现成本管理的优化。此外凯撒医疗将就医流程进行拆解和整合，相关的医疗流程采用并联方式同步进行，尽可能简化不必要的医疗程序，实现了医疗服务成本的进一步管理。

注重健康教育与疾病预防

凯撒医疗定期向会员提供医疗保健、健康管理的健康咨询和健康知识教育，提高会员的健康管理意识，防范重大疾病的发生率，从而实现有效的医疗控费。

服务审核和医疗质量监控机制

凯撒医疗主动参与到临床治疗和健康产品的反馈收集过程中，提高自身的医疗服务质量和资源利用效率，为消费者带来最佳的服务体验。

严格的医护人员考核管理制度

凯撒医疗通过建立严密的考核体系，利用平衡计分卡等现代化管理手段对服务质量、效率、服务对象满意度和团队合作贡献度等进行考核，保证医护人员团队的高度专业性。

丰富的临床医学方案设计经验

凯撒医疗通过采用基于临床案例的随机对照研究、循证最新的医学成果、临床治疗成本效果分析等评价方法，实现对会员医疗方案决策的科学指导。

发达国家综合健康管理体的案例分析

美国联合健康案例分析

美国联合健康概览

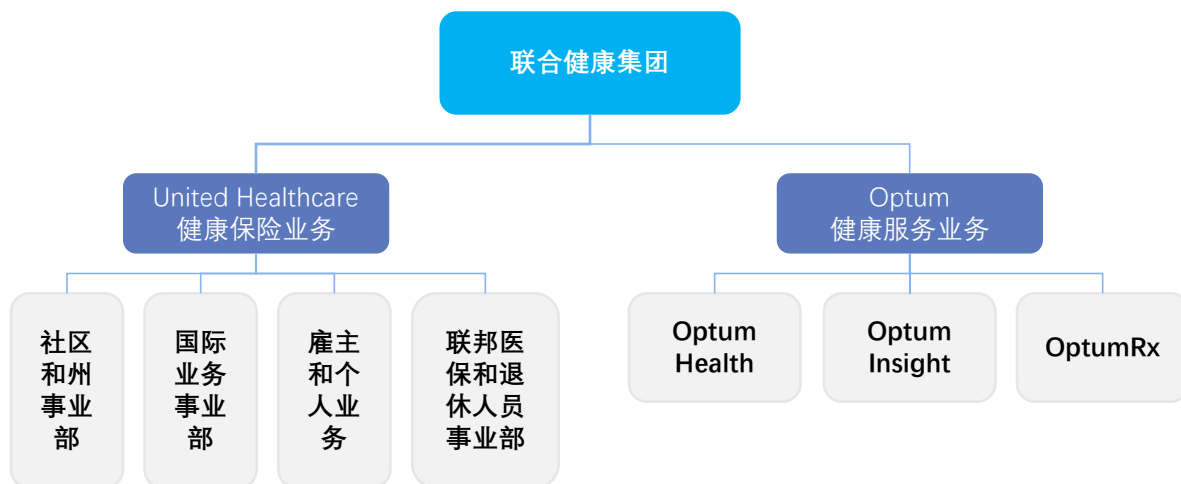
美国联合健康集团 (UnitedHealth Group) 成立于 1974 年，成立之初公司聚焦于商业健康保险业务。目前公司已经成为美国最大的商业健康保险公司，业务涵盖健康保险业务 (United Healthcare) 与健康管理产业链 (Optum) 两大板块，为全美超过 7,000 万人提供健康保险领域内的相关服务。同时公司在扎根于美国的同时，积极向全球拓展业务，目前公司业务遍及美洲、欧洲、中东、非洲以及亚太地区的50多个国家，在健康保险、健康信息技术、健康管理等方面均处于业界领先地位。

美国联合健康概览的业务结构

联合健康主要由两大业务板块组成，分别是以联合健康保险(United Healthcare)平台为载体的健康保险业务与Optum平台代表的健康服务业务。

联合健康保险旨在全美范围内为中、小型公司的雇主，以及个人和家庭提供以网络为基础的健康福利服务，而Optum平台则是从企业端与消费者端提供医疗服务支持、促进医疗环境改善。

Optum Health是一个多元化医疗健康服务平台，该平台与多家医院合作，为用户的生理、心理及健康相关财务需要提供支持；Optum Insight 则聚焦在企业端，为医疗服务提供方及健康保险等公司提供数据分析、信息技术升级等服务，旨在帮助企业改善医疗服务品质、提升医疗系统效率；OptumRx作为其健康服务业版图的补充，主要为消费者提供药房护理服务。



来源：沙利文研究

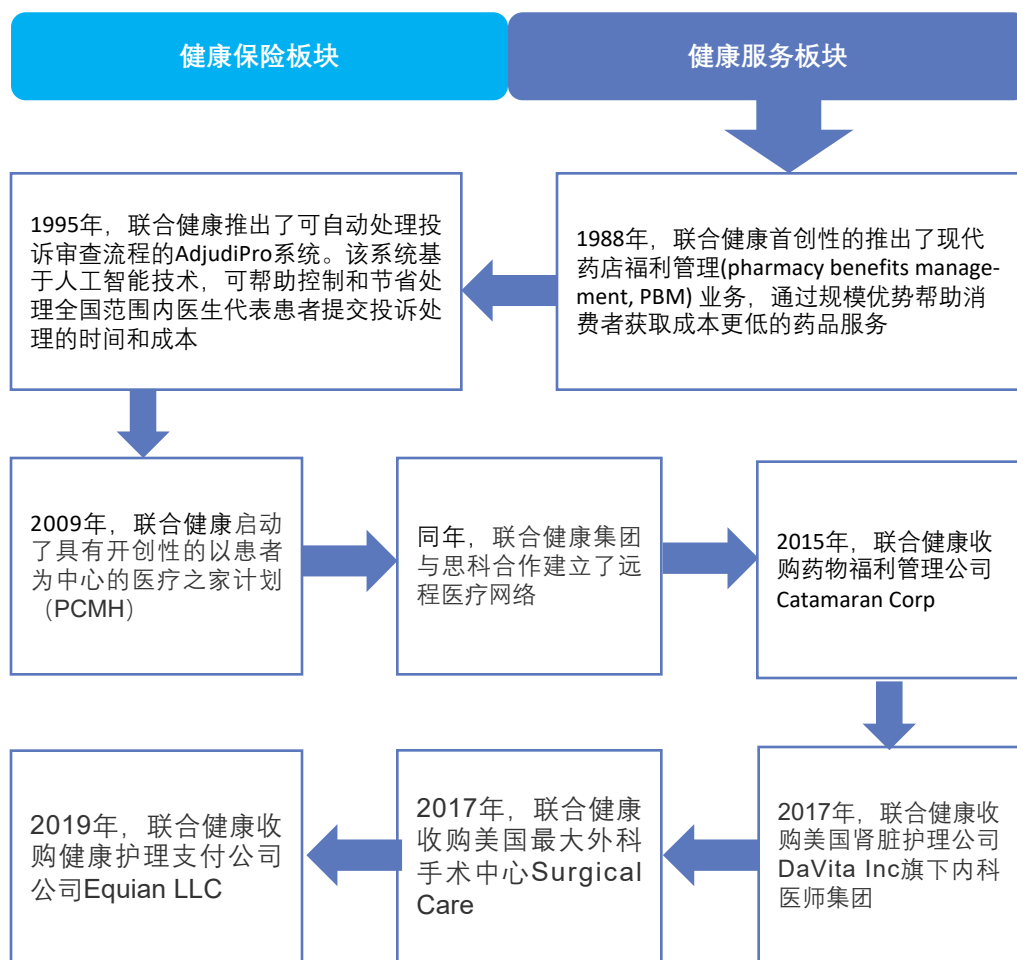
发达国家综合健康管理体的案例分析

美国联合健康案例分析

美国联合健康的发展历程：通过不断收购，形成最完善的健康管理生态

从业务板块上看，联合健康早期主要发展健康保险业务，收购其他公司的目的主要是开拓保险客户，扩展自身保险市场所占份额；

2004年起，联合健康集团开始从传统的健康保险公司向打造健康生态体系建设转型，收购中心明显围绕Optum业务展开，收购标的聚焦与医疗健康服务、药品福利管理与数字化及医疗研究支持等。通过数十起并兼收并购，联合健康成功以健康保险产业为基石，不断发展完善健康服务业务版图，逐步搭建完善的健康管理服务生态。



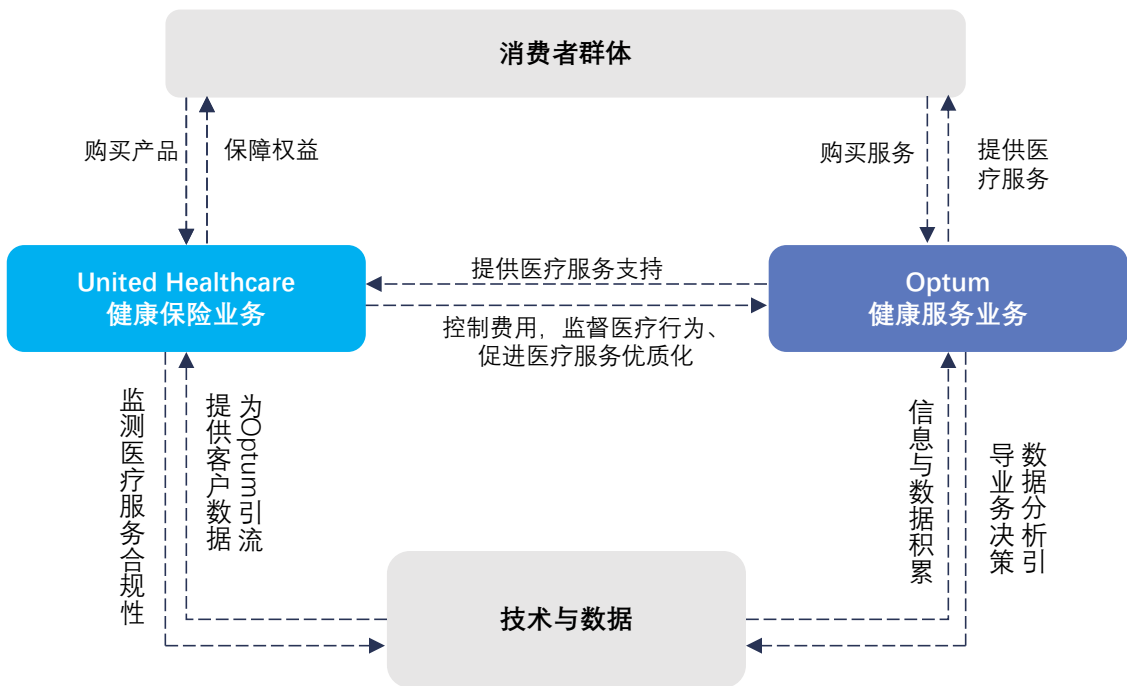
来源：沙利文研究

发达国家综合健康管理体的案例分析

美国联合健康的商业模式

健康保险业务与健康服务业务实现的“双轮驱动”

联合健康的健康保险业务为集团承担了前端获客作用，为健康管理产业链上的相关子公司提供稳定的客户来源；而健康管理产业链则承担后端健康、医疗、护理等职责，既可以增强保险业务的服务能力，提高了客户的服务粘性，也能够加强医疗行为监控，管控医疗费用，有效降低赔付成本。



Chap 4.3

中国综合健康管理服务市场的未来发展趋势



中国综合健康管理服务市场的未来发展趋势

□ 健康管理信息化与健康管理大数据应用不断增强

包括人工智能和生物技术等新技术将大大提高综合健康管理服务的效果。以中国体检服务为例，市场发展到如今，形成的市场竞争格局已较为稳定，模式创新带来的营收增长较为有限，未来健康体检市场的竞争将是科技创新的竞争，垂直细分领域的突破以及科技创新将会进一步改变行业的生态。

□ 健康促进持续引导健康管理服务市场发展

健康促进是指共同维护和促进健康的一种社会行为和社会战略。目前，“健康中国”已经上升为国家战略，健康促进已不再是卫生体系单独主导，而是由政府主导开展系列工作。健康促进的发展为健康管理提供了良好的发展机遇。健康促进的主体多为政府部门，公益性强，容易被社会和个人接受，这为健康管理提供了基础。健康促进也为健康管理准备了良好的舆论环境，而这种环境是健康管理快速发展的土壤。健康促进还为健康管理发展提供政策与环境支持，健康促进行动的实施在一定程度上推动了政府各部门逐步将健康促进融入各自的工作规划与政策中，客观上形成了支持健康管理发展的大环境。

□ 健康保险成为驱动健康管理服务市场发展的重要因素

随着预防医学、信息技术和管理科学的快速发展，健康管理成为商业健康保险公司采用的重要风险控制手段，而商业健康保险将是健康风险评估、人群干预指导、疾病管理的主要促进力量。由商业健康保险驱动的健康管理服务模式将成为未来重要的健康管理服务模式。

方法论

- ◆ 沙利文研究布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从社会保险、人工智能、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归中国诚信和沙利文所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，沙利文可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，沙利文对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。沙利文均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。