头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2020年
中国健康管理服务行业概览

概览标签：健康评估、健康干预、健康管理、体检

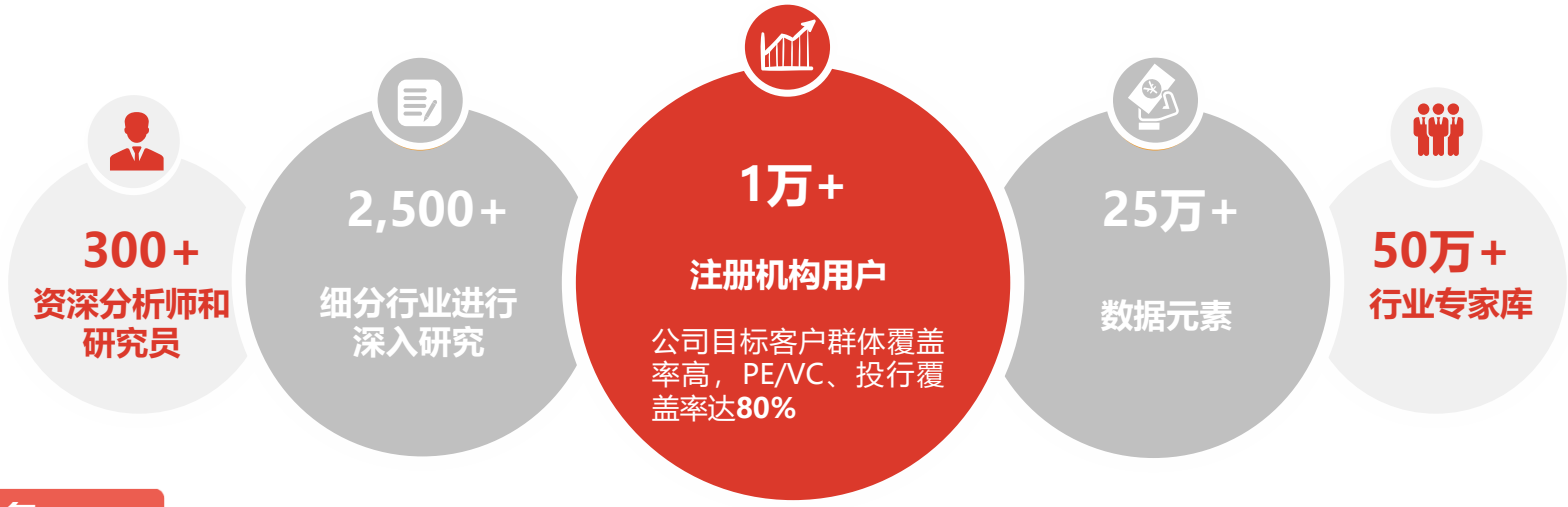
报告作者：王思雨
2020/01



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编，汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用"头豹研究院"或"头豹"的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究**、**政企咨询**、**产业规划**、**会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据**、**区块链**和**人工智能**等技术，围绕**产业焦点**、**热点**问题，基于**丰富案例**和**海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

©2020.01 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

概览摘要

健康管理服务是以促进人们健康为目的，运用医学、管理学等学科理论、技术与方法，对个人或群体健康状况及健康风险因素进行全面检测、评估、干预的过程，符合现代健康概念和中医“治未病”思想。与医疗服务相比，健康管理服务具有覆盖群体广、服务需求聚焦、价格弹性高、信息对称等特征，此外，健康管理服务市场需求受消费者健康意识影响，多为主动行为，当消费者健康意识程度不断提高，消费者对健康管理服务的需求将更加旺盛。受消费升级、政策利好等因素驱动，中国健康管理服务行业市场规模（按营业收入计）在过去五年间呈现上升态势。中国健康管理服务行业市场规模由2014年的1,054.3亿元上升至2018年的2,481.1亿元，年复合增长率为23.9%。

- **慢性疾病风险高，释放对健康管理服务的需求**

常见的慢性病有心脑血管疾病（高血压、冠心病、脑卒中等） 、慢性阻塞性肺部疾病（慢性气管炎、肺气肿等）、癌症、糖尿病、精神病。面临环境恶化、食品不安全、社会压力大等问题，中国居民患慢性病的风险逐步提高。以癌症为例，根据美国癌症学会发布的《2018年全球癌症统计数据》报告，2018年，全球癌症新发病例约1,810万例，癌症死亡病例约960万例。从全球视角看，中国癌症发病率、死亡率均居于首位，中国新增癌症病例380.4万例，占比21.0%，癌症死亡病例229.6万例，占比23.9%。根据以上内容，中国癌症发病率及死亡情况严峻，中国居民面临癌症等慢性病患病风险，对健康管理服务需求旺盛。

- **健康管理服务与健康保险产品结合发展**

2019年12月1日，银保监会公布新版《健康保险管理办法》（以下简称“《办法》”），与旧版相比，新版的条款由53条扩展至72条。《办法》鼓励保险公司将健康保险产品与健康管理服务相结合，提供健康风险评估和干预、疾病预防、健康体检、健康咨询、健康维护、慢性病管理、养生保健等服务，将健康管理服务成本从现行规定的12%提高至20%。《办法》提出，保险公司经营医疗保险，应当加强与医疗机构、健康管理机构、康复服务机构等合作，积极发挥作为医患关系第三方的作用，帮助缓解医患信息不对称，促进解决医患矛盾纠纷。《办法》的正式实施，将促进保险公司与医疗机构、保健机构、健康管理机构等合作，进而推动健康管理服务与健康保险产品相结合。

企业推荐：

国康健康　爱康国宾　瑞慈体检

©2020.01 LeadLeo

目录

- 名词解释 ---------- 06
- 中国健康管理服务行业市场综述 ---------- 07
  - 定义及分类 ---------- 07
  - 发展历程 ---------- 08
  - 产业链 ---------- 09
  - 健康管理服务流程 ---------- 13
  - 市场规模 ---------- 14
- 中国健康管理服务行业驱动因素 ---------- 15
  - 慢性疾病风险高 ---------- 15
  - 下游需求旺盛 ---------- 16
- 中国健康管理服务行业风险分析 ---------- 17
- 中国健康管理服务行业相关政策 ---------- 18
- 中国健康管理服务行业发展趋势 ---------- 19
  - 健康管理服务全流程、全渠道发展 ---------- 19
  - 健康管理服务与健康保险产品结合 ---------- 20
- 中国健康管理服务行业竞争格局 ---------- 21
- 中国健康管理服务行业投资企业分析 ---------- 22
- 方法论 ---------- 28
- 法律声明 ---------- 29

©2020.01 LeadLeo

名词解释

- **慢性病：**全称为慢性非传染性疾病，不构成传染、具有长期积累形成疾病形态损害的疾病的总称。
- **“421”家庭结构：**一对独生子女结婚生子后，需承担赡养4位老人养老、抚育1个孩子的家庭压力。
- **体外诊断试剂：**在疾病预防、诊断、治疗、监测、健康状态评价、遗传性疾病预测等服务过程中，用于对人体血液、细胞等样本进行体外检测的试剂、试剂盒、校准品、质控品等物品的总称，可单独使用或与仪器、器具、设备或系统组合使用。
- **高净值人群：**指资产净值在600万人民币（100万美元）以上的个人群体。

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——定义及特征

健康管理服务是对医疗服务的一种补充，具有覆盖群体范围广、服务需求聚焦、价格弹性高、信息对称等特征

健康管理服务定义、分类及特征

定义：健康管理服务是以促进人们健康为目的，运用医学、管理学等学科理论、技术与方法，对个人或群体健康状况及健康风险因素进行全面检测、评估、干预的过程，符合现代健康概念和中医“治未病”思想。

分类：依据**健康管理服务内容**，健康管理服务可分为体重管理、控烟管理、限酒管理、睡眠管理、压力管理、运动管理、慢性病管理等类型，由于健康管理服务行业起步晚，尚处于初步发展阶段，以上健康管理服务类型尚未实现普及，仅面向少数人群；依据**健康管理服务流程**，可将健康管理服务分为健康体检、健康评估、健康咨询、健康干预、健康随访，健康体检属于健康管理服务的初步环节，面向群体广泛，健康评估、健康咨询的消费群体已逐步扩大，健康干预多针对高净值人群。

特征：与医疗服务相比，健康管理服务具有覆盖群体广、服务需求聚焦、价格弹性高、信息对称等特征，另外，健康管理服务市场需求受消费者健康意识影响，多为主动行为，当消费者健康意识程度不断提高，消费者对健康管理服务的需求将更加旺盛。

健康管理服务与医疗服务的对比分析

	服务对象	服务需求	服务费用	市场供给
健康管理服务	所有人群，以健康、亚健康、慢性病患者、老年群体为重点服务对象	不包括具体诊疗过程，服务需求更聚焦； 消费者对健康管理服务的需求是一种主动行为，受消费者健康意识程度的影响	属于非刚性需求，具有价格弹性； 服务费用高低受消费者接受的服务项目及周期影响	是对医疗服务行业信息不完全的一种补充
医疗服务	为已出现疾病症状的群体提供服务	由于疾病种类繁多，其服务需求具有多样性、不确定性； 消费者对医疗服务的需求是一种应对式消费及被动行为	属于刚性需求，缺乏价格弹性； 服务费用高低受所患疾病种类及程度影响	存在信息不对称的问题，疾病种类及治疗效果具有不确定性

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——发展历程

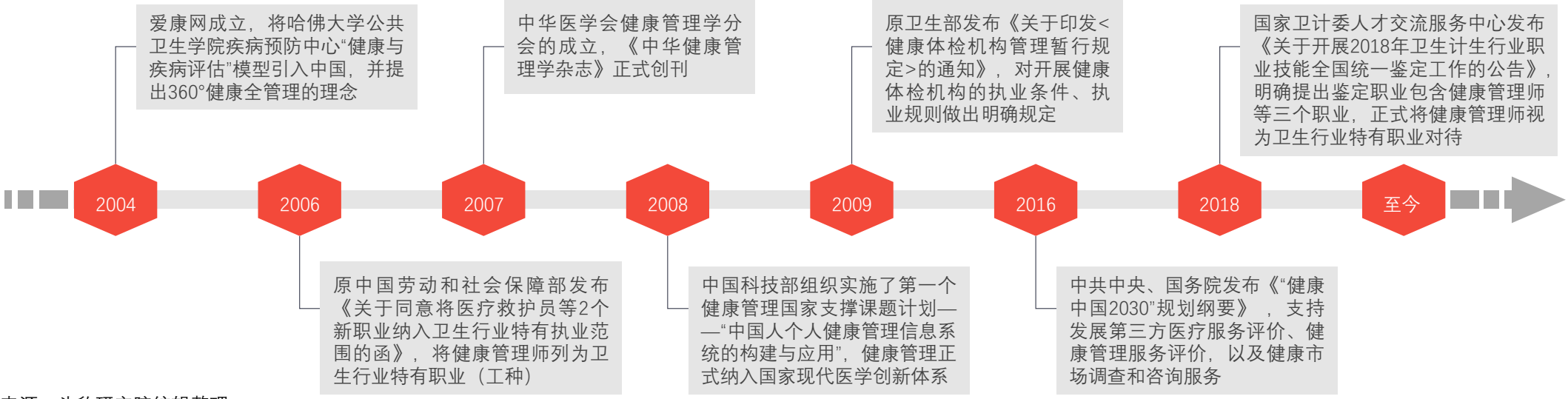
中国健康管理服务行业发展受经济、政策、市场环境等因素影响，发展至今共经历萌芽阶段、探索阶段、发展阶段

中国健康管理服务行业发展历程

萌芽阶段（1997-2004年）：1997年，九华体检成立，是中国第一家健康体检公司，拉开了中国健康体检序幕。2004年，爱康网成立，将哈佛大学公共卫生学院疾病预防中心“健康与疾病评估”模型引入中国，并提出360°健康全管理的理念，中国健康管理服务行业逐渐萌芽。

探索阶段（2005-2015年）：2005年12月，原中国劳动和社会保障部将**健康管理师**列为卫生行业特有职业（工种）。次年，原卫生部出版健康管理师的培训教材，为健康管理师职业发展提供理论支撑。随后，中华医学会健康管理学分会的成立及《中华健康管理学杂志》正式创刊。2008年，中国科技部组织实施“中国人个人健康管理信息系统的构建与应用”课题计划。2009年8月，原卫生部发布《关于印发<健康体检机构管理暂行规定>的通知》，对开展健康体检机构的执业条件、执业规则做出明确规定。2005-2015年期间，中国健康管理服务行业尚处于探索阶段，健康管理师的职业资格证书并未视为卫生行业特有职业（工种）对待，健康管理服务行业发展道路尚不明晰。

发展阶段（2016年至今）：2016年，中共中央、国务院发布《“健康中国2030”规划纲要》，支持发展第三方医疗服务评价、健康管理服务评价，以及健康市场调查和咨询服务，为健康管理服务行业发展营造良好的市场环境。2017年，中国人社部发布《关于职业资格目录清单公示内容调整情况的说明》，在技能人员职业资格“关于健康咨询服务人员”中增加“健康管理师”。2018年1月，国家卫计委人才交流服务中心发布《关于开展2018年卫生计生行业职业技能全国统一鉴定工作的公告》，明确提出鉴定职业包含健康管理师等三个职业，正式将健康管理师视为卫生行业特有职业对待。2018年，国家卫健委发布《健康体检中心管理规范（试行）》，对独立设置的健康体检中心做出相关要求。以上政策促进中国健康管理行业步入发展阶段。



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——产业链分析

健康管理服务行业上、中、下游关系紧密，是健康管理服务企业扩展业务、延伸产业链的有利条件

中国健康管理服务行业上游参与主体为医疗诊断试剂、耗材和医疗设备供应商、信息技术平台；中游参与主体为健康管理服务公司及健康体检公司；下游参与者为客户群体，包含单位客户及个人客户。

中国健康管理服务行业产业链



来源：相关企业官网，招商银行，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——产业链上游分析

互联网、人工智能等新兴技术为健康管理服务行业带来信息技术平台，不断促进健康管理服务行业智能化发展

中国健康管理服务行业上游参与主体为医疗试剂、耗材和医疗设备供应商、信息技术平台。

（1）医疗试剂及耗材供应商

健康管理服务行业需使用体外诊断试剂等医疗试剂及医用酒精、棉签、医用口罩等产品。与医疗设备相比，医疗试剂在健康管理服务行业供应产品种类、数量较少，其原因在于健康管理服务以服务疾病预防为主，属于接受治疗以前的服务项目。

（2）医疗设备供应商

健康管理服务需使用的医疗设备包含**健康管理一体机**、精神压力分析仪、电子视力检测仪、心理测试仪、血压计、血糖仪、中医体质辨识仪、身高体重测量仪、心血管功能诊断仪、微循环检测仪等设备。以上医疗设备可整合建设**健康小屋**，呈现医疗设备整合发展的趋势。专业从事健康小屋解决方案研发、健康小屋设备生产及经营的企业有山东普瑞森医疗设备股份有限公司。

（3）信息技术平台

伴随互联网、人工智能等技术发展，中国健康管理服务行业开始引入互联网、人工智能技术，相应的信息技术平台应运而生。例如，2012年成立的江苏睿博信息科技股份有限公司，自主研发了“医路通”智慧医院、互联网医院、综合支付对账平台、区域医疗平台、分级诊疗平台、“睿富通”自助缴费机、小程序、信用付等产品。2019年成立的北京鹤卫科技有限责任公司，推出健康管理系统、健康管理云平台（康富网）、健康风险评估系统、健康档案管理系统、治未病管理系统、中医养生管理系统、健康小屋管理系统及解决方案、儿童营养分析系统、孕产妇营养分析系统、健康养老管理系统等。信息技术平台的出现，有助于促进健康管理服务公司智能化、便捷化、高效率发展。

健康小屋设备配置

- 健康小屋可**同时**检测**多人**的健康状况，实现慢性病预防和管理
- 一个健康小屋配备一名医务人员，**节约人工成本**
- 适用于卫生院、社区服务中心、社康中心



来源：普瑞森医疗设备官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——产业链中游分析

健康管理服务行业参与企业众多，以健康体检公司为主，其余公司逐步划分为健康咨询型、“高端+私人医生”型、健康管理全流程型

中国健康管理服务行业产业链中游参与主体为健康管理服务公司及健康体检公司。其中，健康管理服务公司包含“高端+私人医生”型、健康管理全流程服务型、健康咨询型。由于健康体检占据约70%市场份额，健康管理服务行业中存在较多健康体检公司。

（1）健康管理服务公司

健康管理服务公司业务包含健康体检、健康咨询、健康评估、健康干预等方面，爱康国宾、美年大健康等公司的业务已逐步覆盖健康管理服务全流程，平安好医生、企鹅杏仁集团、丁香医生等公司以健康咨询为主，国康健康、海虹私人医生健康会等公司致力于构建私人医生管理体系，将客户群体定位为大型公司及高净值人群。

健康管理服务公司与多类企业合作。例如，健康管理服务公司与保险公司合作，合作模式为客户购买保险公司保险产品，在接受健康管理服务公司的服务时，可直接用保险金额进行费用支付。

（2）健康体检公司

健康体检费用清晰，慈铭体检、瑞慈体检等企业官网均有明确的健康体检项目价格，例如，慈铭体检官网上，“关爱父母体检套餐”价格为2,222元，“职场高端体检套餐”价格为4,288元，“压力族体检套餐”价格为2,759-3,149元。健康体检为周期性需求，多数客户对健康体检的需求为一年一次。健康体检受众范围广，单位客户、个人客户需求旺盛。健康体检作为健康管理服务的初步环节，可利用健康体检报告将业务延伸至健康咨询、健康评估、健康干预等领域。当前，慈铭体检等公司服务领域已逐步延伸至健康管理服务全流程。

健康管理服务行业参与主体

健康体检	慈铭体检 CIMING CHECKUP 瑞慈体检 RICH HEALTH CHECKUP	➢ 专注健康体检或以健康体检为主的公司； ➢ 具有稳定的企业客户，为其提供团购体检套餐
高端+私人医生	国康guokang 海虹私人医生健康会 Haihong Private Medical Doctor Club	➢ 以高净值人群为服务对象，提供私人医生管理服务； ➢ 企业规模难以扩大，以服务质量、专业水平为发展关键要素
健康管理全流程	美兆健康医疗 MJ Health Care iKang 爱康	➢ 为团体客户和家庭、个人提供健康监测、疾病监测、职场医疗、抗衰老、睡眠管理等多类健康管理服务
健康咨询	平安好医生 要健康上平安好医生 企鹅杏仁	➢ 依托互联网、人工智能等新兴技术； ➢ 以健康咨询为切入口，带动客源规模增长

来源：相关企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业市场综述——产业链下游分析

健康管理服务的消费群体为单位及个人客户，对健康管理服务需求存在区别，未来，个人客户将成为健康管理服务需求的主要群体

中国健康管理服务行业下游参与主体为客户群体，包含单位客户、个人客户。

（1）单位客户

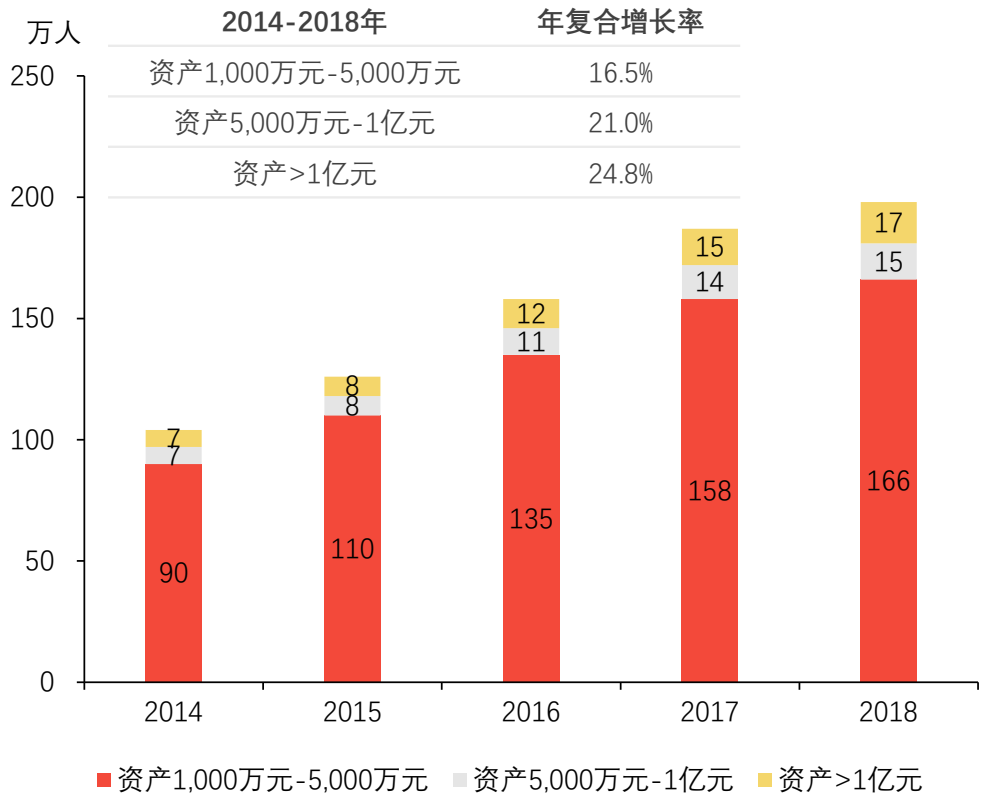
单位客户对健康管理的需求多集中于健康体检，每年为员工购买健康体检服务。对健康管理服务业务需求高的企业类型主要有跨国企业、大型国企及注重员工健康的公司，这些企业具备健康管理消费能力、成熟的员工健康管理意识。受医疗保险逐渐普及的影响，单位客户对健康管理服务需求逐渐萎缩。

（2）个人客户

个人客户多为高净值人群，对健康管理服务需求主要为健康评估、健康干预、健康随访。2019年6月，招商银行与贝恩公司联合发布《2019中国私人财富报告》（以下简称“《报告》”），《报告》中指出，2018年，中国高净值人群由2014年的104万人增长至198万人，其中，资产大于1亿元的高净值人群规模增速最快，年复合增长率为24.8%。高净值人群规模扩大，有助于促进健康管理服务市场规模增长。

客户群体规模是中国健康管理服务发展的重要影响因素。受限于健康管理付费意识不足、收入水平有限等因素，健康管理服务行业现有消费群体规模低，以单位客户和高净值人群为主。整体而言，伴随生态环境破坏、食品安全事故频发、慢性病患病风险提升，人们对健康管理服务需求旺盛，中国健康管理服务行业的**潜在客户群体庞大**。

中国高净值人群规模，2014-2018年



来源：招商银行，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

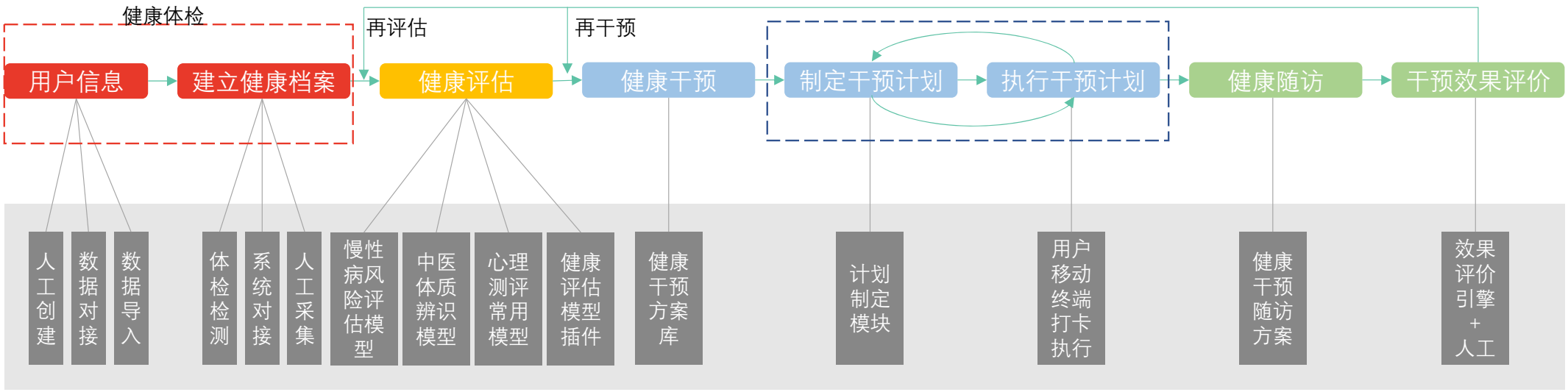
中国健康管理服务行业市场综述——健康管理服务流程

中国健康管理服务市场以健康体检为主，健康评估、健康干预、健康随访等核心环节对用户健康具有重要作用，但其用户群体尚未普及，仍以高净值人群为主

健康管理服务的基本流程：包括健康信息收集、健康风险分析评估、健康管理干预计划、健康动态跟踪随访，具体包含用户信息收集、建立健康档案、健康评估、健康干预、制定干预计划、执行干预计划、健康随访及干预效果评价。其中，用户信息收集、建立健康档案两项步骤来源于健康体检，是健康管理服务中的初步环节，覆盖人群较广。健康评估、健康干预、健康随访等步骤尚未普及，是健康管理服务流程中的核心环节，对用户健康状况具有重要干预作用。当健康干预效果未达到预期，健康管理服务机构可对用户健康进行再评估、再干预，以实现最佳干预效果。未来，伴随居民健康意识及收入水平提升，对健康管理服务需求扩大，中国健康管理公司将逐步扩大健康管理服务范围，促进健康管理服务全流程发展。

健康管理服务依托科技：健康管理服务各步骤均需依托人工智能、大数据、互联网等新兴技术。用户信息收集及建立健康档案需健康体检系统管理软件支撑，实现个体用户健康数据留存。健康评估需健康风险评估系统软件支持，处理庞杂的健康数据。健康干预需利用现代通讯技术，在互联网平台提供健康咨询、就医指导等服务。健康随访借助于互联网科技，可打破空间格局，实现医生与客户间的远程沟通。在科技进步趋势下，健康管理服务流程将逐步优化，为客户提供更便捷、更全面、更优质的服务。

健康管理服务流程



来源：鹤卫官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

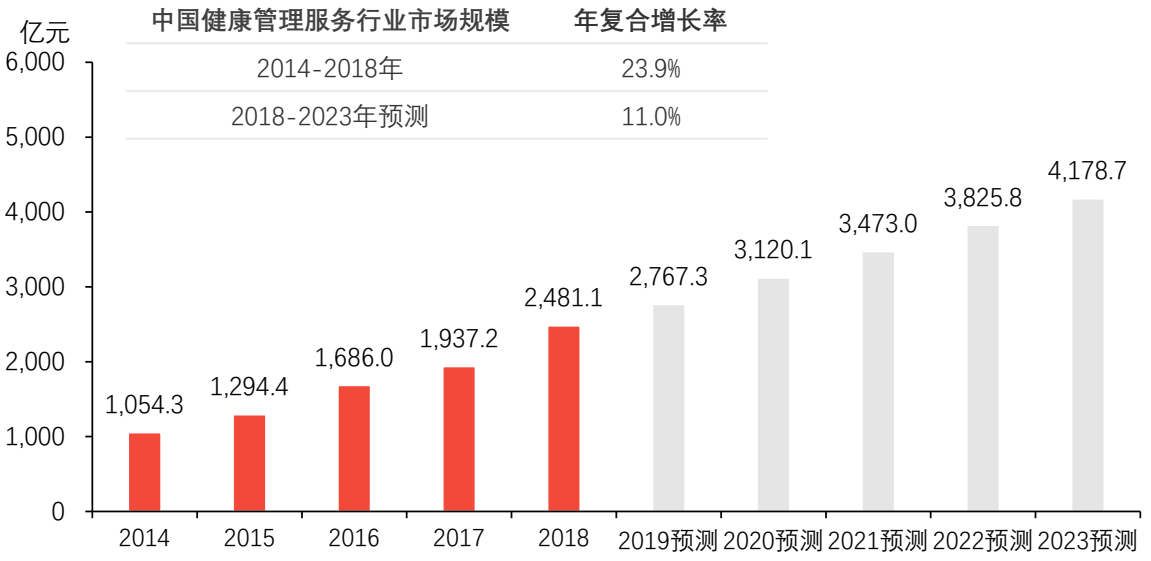
中国健康管理服务行业市场综述——市场规模

中国健康管理服务行业受科技进步、慢性病患病风险高、政策利好等因素驱动，其市场规模处于持续增长态势

中国健康管理服务行业市场规模

中国健康管理服务行业起步晚，尚处于初步发展阶段，其细分领域中，健康体检占据约**70%**的市场份额。健康体检所占市场份额高，原因在于健康体检是健康管理服务的初步环节，是单位客户及个人客户的共同需求。健康管理服务公司可利用健康体检结果，将业务向后延伸，进行健康评估和改善建议，进而实现健康干预、健康随访业务发展。受消费升级、政策利好等因素驱动，中国健康管理服务行业市场规模（按营业收入收入计）在过去五年间呈现上升态势。中国健康管理服务行业市场规模由2014年的**1,054.3**亿元上升至2018年的**2,481.1**亿元，年复合增长率为**23.9%**。未来，健康管理服务业务由健康体检向健康干预、健康随访延伸，中国健康管理服务行业市场规模将以**11.0%**的年复合增长率保持上升趋势，预计2023年其市场规模可实现**4,178.7**亿元。

中国健康管理服务行业市场规模（按营业收入计），2014-2023预测



中国健康管理服务行业市场规模	年复合增长率
2014-2018年	23.9%
2018-2023年预测	11.0%

中国健康管理服务行业市场规模增速分析

2016年，中国健康管理服务行业市场规模增速变快，其原因在于2016年中共中央、国务院发布《“健康中国2030”规划纲要》，支持发展第三方医疗服务评价、健康管理服务评价，以及健康市场调查和咨询服务，促进了健康管理服务行业发展。

2018年，中国健康管理服务行业实现较快发展，其原因在于2018年1月，国家卫计委人才交流服务中心发布《关于开展2018年卫生计生行业职业技能全国统一鉴定工作的公告》，正式将健康管理师视为卫生行业特有职业对待，为中国健康管理服务行业注入专业人才。

未来，中国健康管理服务行业市场规模进一步增长的原因有：（1）人工智能、大数据、互联网等技术进步，促进中国健康管理服务行业智能化、便捷化、高效率发展；（2）慢性病患病风险提高，人民对健康管理服务需求将进一步释放；（3）“健康中国行动”背景下，中国政府及相关主管部门持续发布健康相关政策，为中国健康管理服务行业营造良好发展环境。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业驱动因素—— 慢性病患病风险高

中国居民患慢性病风险不断提高，中国政府及相关部门加强慢性病防治工作，释放对健康管理服务的市场需求

慢性病患病风险高：常见的慢性病有心脑血管疾病（高血压、冠心病、脑卒中等） 、慢性阻塞性肺部疾病（慢性气管炎、肺气肿等） 、癌症、糖尿病、精神病。面临环境恶化、食品不安全、社会压力大等问题，中国居民患慢性病的风险逐步提高。以**癌症**为例，根据美国癌症学会发布的《2018年全球癌症统计数据》报告，2018年，全球癌症新发病例约**1,810万**例，癌症死亡病例约**960万**例。从全球视角看，中国癌症发病率、死亡率均居于首位，2018年，中国新增癌症病例**380.4万**例，占比**21.0%**，癌症死亡病例**229.6万**例，占比**23.9%**。根据以上内容，中国癌症发病及死亡情况严峻，中国居民面临癌症等慢性病患病风险，对健康管理服务需求旺盛。

中国慢性病防治中长期规划（2017-2025年）主要指标

主要指标	基线	2020年	2025年	属性
心脑血管疾病死亡率（1/10万人）	241.3/10万人	下降10%	下降15%	预期性
总体癌症5年生存率（%）	30.9%	提高5%	提高10%	预期性
高发地区重点癌种早诊率（%）	48%	55%	60%	预期性
70岁以下人群慢性呼吸系统疾病死亡率（1/10万人）	11.96/10万人	下降10%	下降15%	预期性
40岁以上居民肺功能检测率（%）	7.1%	15%	25%	预期性
高血压患者管理人数（万人）	8,835	10,000	11,000	预期性
糖尿病患者管理人数（万人）	2,614	3,500	4,000	预期性
高血压、糖尿病患者规范管理率（%）	50%	60%	70%	预期性
35岁以上居民年度血脂检测率（%）	19.4%	25%	30%	预期性
65岁以上老年人中医药健康管理率（%）	45%	65%	80%	预期性
居民健康素养水平（%）	10%	大于20%	25%	预期性
全民健康生活方式行动县（区）覆盖率（%）	80.9%	90%	95%	预期性
国家慢性病综合防控示范区覆盖率（%）	9.3%	15%	20%	预期性

来源：美国癌症学会，中国人民政府官网，头豹研究院编辑整理

政策利好，要求加强慢性病防治工作：

- 2017年1月，国务院办公厅发布《关于印发中国防治慢性病中长期规划（2017-2025年）的通知》（以下简称“《规划》”），要求加强慢性病防治工作，降低疾病负担，提高居民健康期望寿命；
- 《规划》提出，到**2020年**，慢性病防控环境显著改善，降低因慢性病导致的过早死亡率，30-70岁人群因心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病和糖尿病导致的过早死亡率较2015年**降低10%**；
- 《规划》提出，到**2025年**，慢性病危险因素得到有效控制，实现全人群全生命周期健康管理，30-70岁人群因心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病和糖尿病导致的过早死亡率较2015年**降低20%**；
- 《规划》的出台，将扩大慢性病防治范围，释放对健康管理服务的需求。

©2020.01 LeadLeo

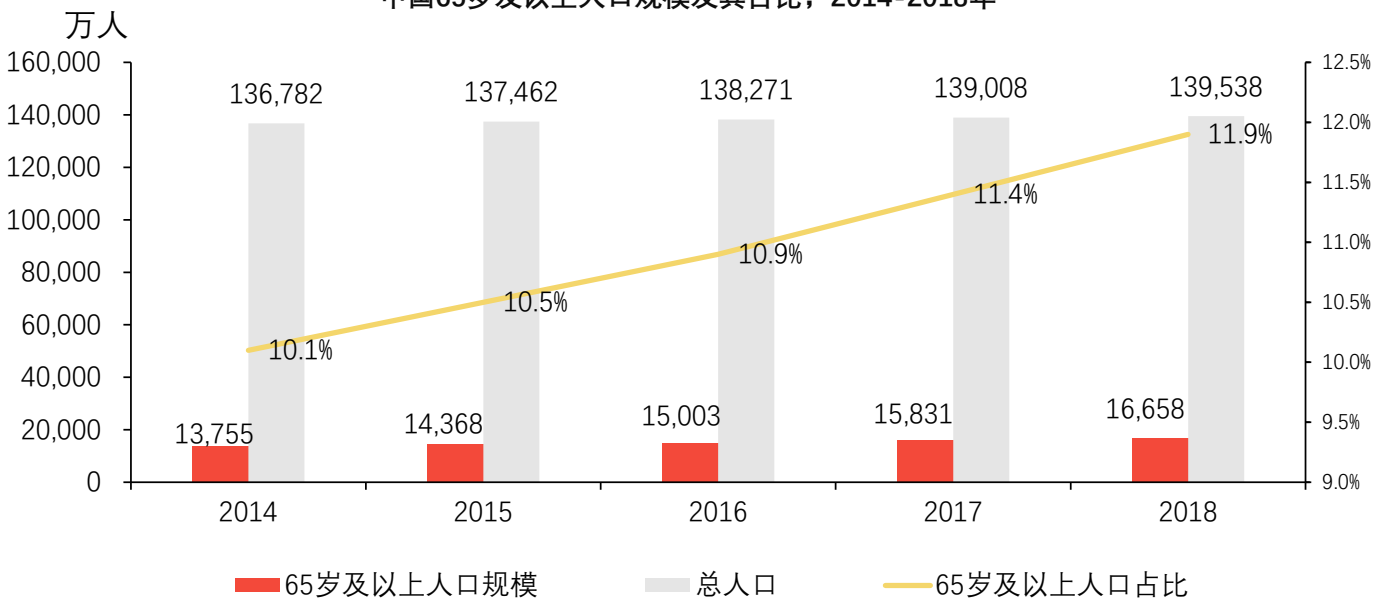
中国健康管理服务行业驱动因素—— 下游需求旺盛

“健康中国”行动促进人们健康理念提升，老龄化程度加深、医疗消费水平提升，释放中国居民对健康管理服务的需求

“健康中国”行动背景下，**健康理念**逐步深入人心：2016年10月，中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》，明确要求加强健康教育、塑造自主自律的健康行为、提高全民身体素质、强化覆盖全民的公共卫生服务、提供优质高效的医疗服务、充分发挥中医药独特优势、加强重点人群健康服务，并健全医疗保障体系、完善药品供应保障体系。2019年7月，健康中国行动推进委员会发布《健康中国行动（2019—2030年）》，要求普及健康知识、参与健康行动、提供健康服务、延长健康寿命。2019年7月，国务院发布《关于实施健康中国行动的意见》，要求将提升健康素养作为增进全民健康的前提，根据不同人群特点有针对性地加强健康教育与促进，让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力。与此同时，国务院办公厅发布《关于印发健康中国行动组织实施和考核方案的通知》，以完善健康中国建设推进协调机制，保障健康中国行动有效实施。以上政策的出台，将提高全民健康管理水平上升至国家战略层面，群众健康问题将由医疗转向预防，不断促进群众健康管理意识提高，并释放对健康管理服务的潜在需求。

老龄化程度加深及**医疗消费水平**上升，健康管理服务需求旺盛：根据中国国家统计局数据，截至2018年，中国总人口为139,538万人，其中65岁及以上人口规模为16,658万人，占总人口的比例已从2014年的10.1%上升至11.9%。老年群体整体健康水平不高，多受关节炎、心脏病、高血压等慢性疾病的困扰，需长期接受医药治疗或护理。中国老龄化程度不断加深，将加速释放对健康管理服务的需求。另外，“421”家庭结构造成**家庭养老功能弱化**。“421”家庭结构是指一对独生子女结婚生子后，需承担赡养4位老人养老、抚育1个孩子的家庭压力。在“421”家庭结构中，两个年轻人赡养老人负担过重，家庭养老承受能力减弱。目前，中国第一代独生子女的父母正逐渐步入老年阶段，家庭规模日益小型化，“421”结构家庭的养老压力将持续溢出，促进养老模式转型。

中国65岁及以上人口规模及其占比，2014-2018年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

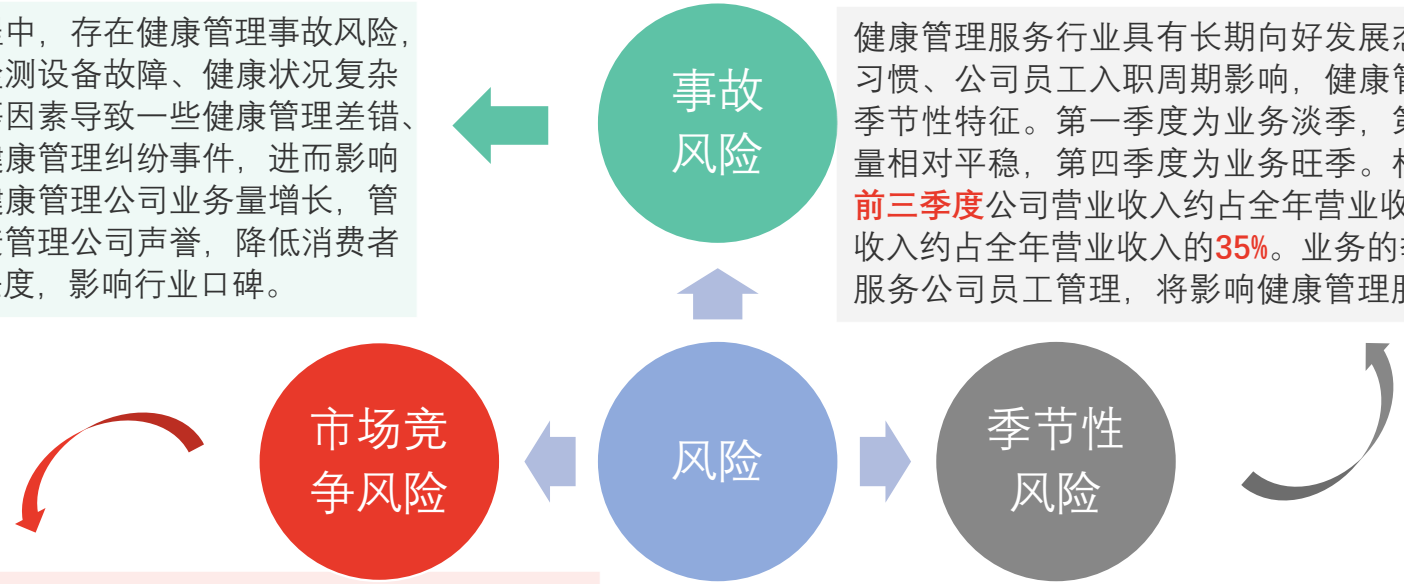
©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业风险分析

中国健康管理服务行业发展过程中，面临健康管理事故风险、市场竞争风险、异地扩张风险、季节性风险，鞭策健康管理服务企业不断提升专业技能、服务品质

整体健康管理服务过程中，存在健康管理事故风险，如因医务人员疏忽、检测设备故障、健康状况复杂性、消费者个体差异等因素导致一些健康管理差错、健康管理意外损害、健康管理纠纷事件，进而影响健康管理效果。伴随健康管理公司业务量增长，管理事故风险将影响健康管理公司声誉，降低消费者对健康管理服务的信任度，影响行业口碑。



健康管理服务行业具有长期向好发展态势，但受客户健康管理习惯、公司员工入职周期影响，健康管理服务行业具有明显的季节性特征。第一季度为业务淡季，第二季度、第三季度业务量相对平稳，第四季度为业务旺季。根据慈铭体检发展经验，**前三季度**公司营业收入约占全年营业收入的**65%**，**第四季度**营业收入约占全年营业收入的**35%**。业务的季节性波动影响健康管理服务公司员工管理，将影响健康管理服务行业整体收入稳定性。

中国从事健康管理服务的企业较多，市场较为分散。已有部分相关企业通过资本的方式，涉足健康管理服务。例如，中国平安旗下平安健康推出“平安好医生”互联网健康管理产品，依托其中保险领域积累的用户资源，将业务延伸至健康管理服务。与健康管理服务行业相关的公司，可通过资源整合、产业链延伸，抢占健康管理服务市场。在“一带一路”倡议背景下，中国健康管理服务市场将吸引更多外资企业进入，健康管理服务行业的竞争将日益加剧，面临市场竞争风险。

健康管理服务行业属于第三方服务行业，行业发展注重服务品质、声誉的积累。健康管理企业需不断扩大服务范围，增加分支机构、健康管理门店的数量，以提高用户触达率及用户满意度。当健康管理服务企业异地扩张速度过快，可能会导致扩张初期的经营业绩，甚至可能因为地区差异影响企业发展进程。

来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业相关政策

健康管理服务行业依托健康而存在，中国政府及相关主管部门针对健康发布的政策，均对健康管理服务行业产生影响

伴随中国工业化、城镇化、人口老龄化进程不断加快，居民的生活环境、生活方式、食品安全状况均对居民健康产生重要影响。为降低健康风险，中国政府及相关主管部门出台多项政策，加强疾病防治工作，改善居民健康状况，提高居民健康意识，引导健康管理公司开展健康咨询、干预、随访等服务业务。《关于促进健康服务业发展的若干意见》等政策出台，有助于为健康管理服务行业营造良好的市场环境，促进行业快速发展。

中国健康管理服务行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《国务院关于实施健康中国行动的意见》	2019-07	国务院	提出目标：到2022年，健康促进政策体系基本建立，全民健康素养水平稳步提高，健康生活方式加快推广，重大慢性病发病率上升趋势得到遏制，重点传染病、严重精神障碍、地方病、职业病得到有效防控，致残和死亡风险逐步降低，重点人群健康状况显著改善
《关于做好2019年家庭医生签约服务工作的通知》	2019-04	国家卫生健康委办公厅	要求家庭医生团队要密切与签约居民的联系，通过门诊治疗、随访、健康咨询、信息推送等多种方式，针对不同人群、不同服务需求提供精准健康服务，当好签约居民的健康参谋，各地要结合区域卫生健康信息平台建设，加快签约服务信息系统建设和应用，运用互联网、手机APP等，为签约居民提供在线签约、健康咨询、预约就诊、健康管理、慢病随访、报告查询等服务
《国民营养计划（2017-2030年）》	2017-06	国务院办公厅	要求定期开展具有全国代表性的人群营养健康状况、食物消费状况监测，收集人群食物消费量、营养素摄入量、体格测量、实验室检测等信息
《“十三五”卫生与健康规划的通知》	2017-01	国务院	要求开展老年常见病、慢性病的健康指导和综合干预，推广以慢病管理、中医药和老年营养运动干预为主的适宜技术，65岁以上老年人健康管理率达到70%以上，有效改善老年人群营养健康状况，降低失能风险
《“健康中国2030”规划纲要》	2016-10	中共中央、国务院	引导发展专业的医学检验中心、医疗影像中心、病理诊断中心和血液透析中心等，支持发展第三方医疗服务评价、健康管理服务评价，以及健康市场调查和咨询服务，鼓励社会力量提供食品药品检测服务，完善科技中介体系，大力发展专业化、市场化医药科技成果转化服务
《关于促进健康服务业发展的若干意见》	2013-10	国务院	引导体检机构提高服务水平，开展连锁经营，加快发展心理健康服务，培育专业化、规范化的心理咨询、辅导机构，规范发展母婴照料服务，推进全科医生服务模式和激励机制改革试点，探索面向居民家庭的签约服务，大力开展健康咨询和疾病预防，促进以治疗为主转向预防为主

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业发展趋势——健康管理服务全流程、全渠道发展

互联网渗透程度提高、健康意识增强、消费能力提升，将促使健康管理服务行业逐步向全流程、全渠道发展，不断满足消费者全体多样化需求

（1）全流程

整体而言，中国健康管理服务行业以健康体检服务为主，处于初步发展阶段。伴随人们健康意识加强、消费能力提升，消费者健康管理服务需求不断扩容，从健康体检、健康预防、健康干预到健康随访，将逐步贯穿整个健康管理服务周期。当前，为企业及个人消费者提供全流程服务的健康管理服务公司有慈铭体检、国康健康、美年大健康等。全流程业务发展，需健康管理服务公司与保险、通讯、医疗等其他领域公司实现跨界融合，延伸健康管理服务覆盖领域。

（2）全渠道

互联网加持，促进健康管理服务行业线上、线下全渠道发展。2018年4月，国务院办公厅发布《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》支持医疗卫生机构、符合条件的第三方机构搭建互联网信息平台，开展远程医疗、健康咨询、健康管理服务，促进医院、医务人员、患者之间的有效沟通。由于互联网渗透程度不断提高，逐步推动健康管理服务消费场景多元化，未来健康管理服务企业将逐步打通线上、线下渠道，构建全渠道健康管理服务生态圈。

健康管理服务行业跨界融合案例分析

	保险+健康管理	通讯+健康管理	跨国经营	医疗+健康管理
主体	中国人寿股份有限公司	中国移动通信联合会	东方国际集团	微动健康管理中心、康圣环球特检集团
事件	2015年启动了健康管理服务平台(即“国寿大健康”平台)建设工作	2018年举行“5G智慧健康管理产业高峰论坛暨华夏健康幸福工程启动大会”	通过第二届进博会，引入欧美国家已成熟的慢病管理医疗服务体系	微动健康管理中心与康圣环球特检集团达成战略合作关系
分析	“国寿大健康”平台可提供线上覆盖、线下体验的健康服务项目，整合了健康服务资源，通过收集健康数据逐步实现“保险保障+健康服务”的模式创新，逐步形成O2O健康服务生态体系，促进线上、线下渠道融合	会议以“承载物联促健康，智能融合新生活”为主题，展示5G大数据智慧健康管理领域前沿创新技术成果，探讨经济发展与国民健康有机统一的新兴产业生态圈建设，促进大数据与健康管理产业高度融合	携手中国医药保健品进出口商会举办“全民健康慢病管理”论坛，将“法国健康服务体验小屋”搬进中国做市民体验，通过跨行业合作，助推法国液化空气集团“慢阻肺”健康管理医疗服务体系落地上海	康圣环球特检集团负责给微动会员在服务期开始前和结束时提供身体血液专项指标检测，在健康、医疗研究，健康大数据等方面进行优势互补，拓展全民健康管理理念

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

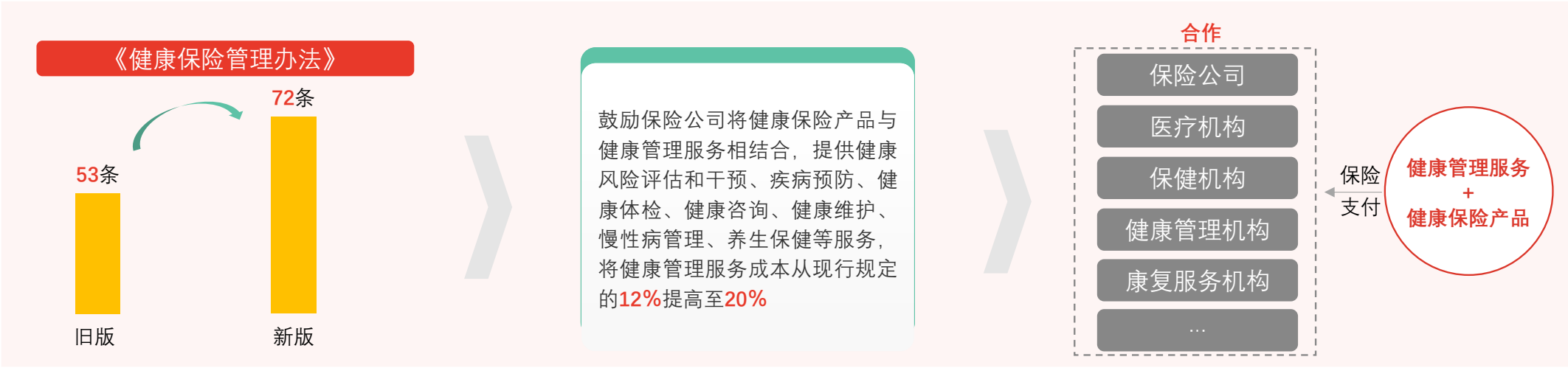
中国健康管理服务行业发展趋势——健康管理服务与健康保险产品结合

健康管理与健康保险产品具有紧密联系及高度契合关系，受政策利好驱动，健康管理服务与健康保险产品结合发展是必然趋势

健康管理服务与健康保险具有**高契合度**。健康管理服务具备健康服务、风险管控的双重功能，是由医疗机构、保健机构、体检中心等主体，为消费者的健康风险因素进行全面分析、评估、监测、预测、预防、维护的过程。健康保险是抵御健康风险的保险产品，其服务范围已延伸至医疗、保健、疾病预防等方面。投保人对健康管理服务的需求除健康检测、评估、干预外，还包括风险管控风险抵御等方面。健康管理服务与健康保险产品的结合，可促进健康管理服务与健康风险管控融合发展。例如，2017年9月，中国人民健康保险公司正式发布“人民健康一卡通”，搭建医院、体检中心、康复护理、养老、药品配送、体育健身等资源的协同平台，构建了健康管理服务生态圈。

政策利好，驱动健康管理服务与健康保险产品相结合。2019年12月1日，银保监会公布新版《健康保险管理办法》（以下简称“《办法》”），与旧版相比，新版的条款由53条扩展至72条，新增要求中，包含鼓励保险公司将健康保险产品与健康管理服务相结合，提供健康风险评估和干预、疾病预防、健康体检、健康咨询、健康维护、慢性病管理、养生保健等服务，将健康管理服务成本从现行规定的12%提高至20%。《办法》提出，保险公司经营医疗保险，应当加强与医疗机构、健康管理机构、康复服务机构等合作，积极发挥作为医患关系第三方的作用，帮助缓解医患信息不对称，促进解决医患矛盾纠纷。《办法》的正式实施，将促进保险公司与医疗机构、保健机构、健康管理机构等合作，进而推动健康管理服务与健康保险产品相结合。

健康管理服务与健康保险产品结合发展



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业竞争格局

中国健康管理服务行业分散，但市场集中度不断提高，高端健康管理服务市场具有较高红利，是健康管理服务企业未来发展的重点开拓领域

健康管理服务企业分类

当前，中国健康管理服务公司数量**超10,000家**，以健康体检公司为主。依据企业服务内容，健康管理服务公司包含体检主导型、中药调理型、资源整合型、自我服务型、技术服务型、私人医生型。其中，**体检主导型公司**占据中国健康管理服务行业较高市场份额（**约70%**），包含公立医院开办的健康体检机构、民营的专业连锁体检机构；**技术服务型公司**依托人工智能、互联网、大数据等新兴技术存在，伴随科技进步，技术服务型公司所占市场份额将逐步提高；**私人医生型公司**的客户群体多为高净值人群，以服务质量、专业水平为企业发展要素；**中药调理型、资源整合型、自我服务型**公司数目少，所占市场份额低。整体而言，中国健康管理服务行业市场分散，具有健康管理服务全流程业务的公司数量较少，行业处于初步发展阶段。

健康管理服务行业梯队划分

依据**公司规模、资源、专业水平**，可将健康管理服务公司划分为三个梯队：（1）**第一梯队**：包含产业链全或连锁机构，代表公司有美年大健康、国康健康、慈铭体检等，市场份额约**20%-30%**；（2）**第二梯队**：依托于互联网技术，加强科技应用的公司为主。由于中国健康管理服务行业企业数量众多，市场分散，第二梯队企业数目众多，代表企业有企鹅杏仁集团、平安好医生、丁香医生等，市场份额约**40%-50%**；（3）**第三梯队**：公司规模小，发展具有地域性，知名度低的健康管理服务公司，市场份额约**20%-30%**。

健康管理服务公司数量众多，客户群体以企业客户及高净值人群为主，导致健康管理服务市场**竞争激烈**。中小公司需在服务质量、客户资源、医生专业水平、科技等方面着手，不断提升自身竞争力，以在健康管理服务行业抢占市场份额。

中国健康管理服务企业的类型

类型	具体内容	代表企业
体检主导型	体检是健康管理服务行业内需求最高的细分领域，多数公司以体检为主导	美年大健康 Health 100
中药调理型	相比于西医，中医对亚健康的把握更具体，中药调理是预防疾病的有效手段	万祥和中医药健康管理有限公司
资源整合型	充分利用、整合当地资源，与医院达成合作关系，促进医疗资源配置优化	企鹅杏仁
自我服务型	依托于股东资源，其股东多为规模大的公司，将医务室改造为健康管理服务公司，以降低员工就医费用、提高员工健康水平	平安好医生 要健康上平安好医生
技术服务型	为健康管理公司、体检中心提供软件系统、解决方案等工具或服务	HW 鹤卫
私人医生型	其客户群体多为高净值群体，具有工作繁忙、亚健康等特征	国康guokang

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——国康健康（1/2）

国康健康主要面向企业客户，客户来源稳定，反向促进国康健康发展规模逐渐扩大，在健康管理服务行业占据一席之地

公司名称：深圳市国康健康管理服务有限公司　　**成立时间：2005年**　　**总部：深圳市**

公司概况：深圳市国康健康管理服务有限公司（以下简称“国康健康”）成立于2005年，是一家健康管理咨询公司，以企业为主要目标客户。国康健康在北京、上海、深圳、广州、成都、杭州、南京、武汉、香港等**30**多个城市设立分公司，截至2018年，国康健康已服务**500**多家大中型企业、**60**多家商业银行和保险公司，共计拥有**100多万**会员。此外，国康健康曾获得多项荣誉，如“深圳市质量协会会员单位”称号、第七届中国公益节“2017年度责任品牌奖”。

—— 服务介绍 ——

国康健康主要提供私人医生、团体体检、健康管家三类服务，服务对象包含企业及个人，已服务企业500余家。



500余家
企业客户



3万余位
三甲医院好医生



150余位
健康管家

—— 融资经历 ——

国康健康发展**14**年，在健康管理服务领域已积累丰富经验，与华为、百丽等多家企业具有健康管理服务业务往来。发展过程中，国康健康获得启明创投、红杉资本中国投资，助力国康健康市场规模增长、服务群体规模扩大。

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2010-10	B轮	1亿元人民币	红杉资本中国 启明创投
2007-10	A轮	千万美元	启明创投

来源：国康健康官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

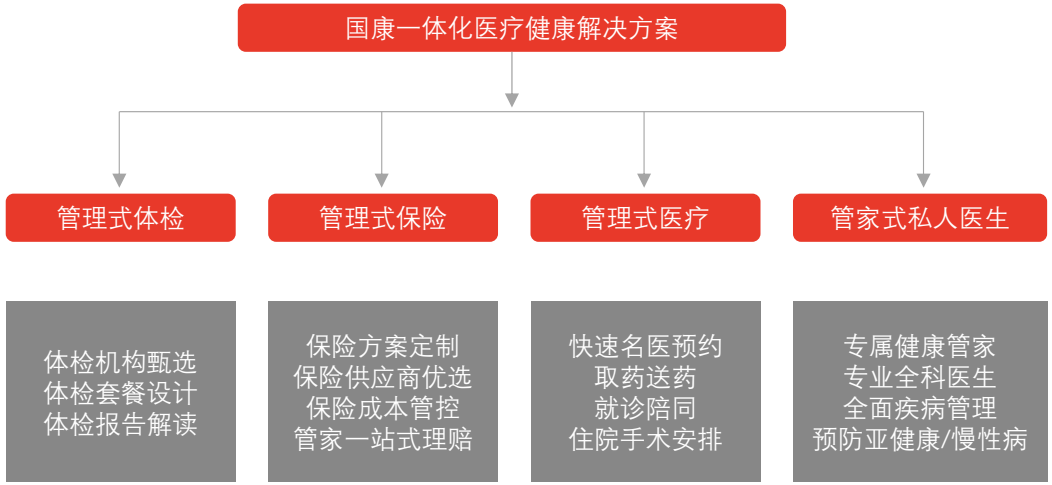
头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——国康健康（2/2）

国康健康成立时间久，在健康管理服务行业积累了丰富经验，逐步完善医疗健康全产业链，并创建了中国私人医生健康管理体系

国康健康竞争优势：医疗健康全产业链

国康健康根据14年的发展经验，提出一体化医疗健康解决方案，包含管理式体检、管理式保险、管理式医疗、管理式私人医生四个环节，并对每个环节的具体内容进行归纳总结。例如，管理式体检需甄选体检机构、设计体检套餐、解读体检报告，管理式保险需定制保险方案、选择保险供应商、管控保险成本、提供一站式保险理赔服务，管理式医疗包含快速预约名医、取药送药、陪同就诊、安排住院手术，管家式私人医生包含配备专属健康管家、专业全科医生，进行全面疾病管理、预防亚健康及慢性病。一体化医疗健康解决方案为用户可医疗健康全流程服务，是当前中国健康管理市场中较为完善、全面的健康管理服务，可提升国康健康专业水平、建立行业口碑。

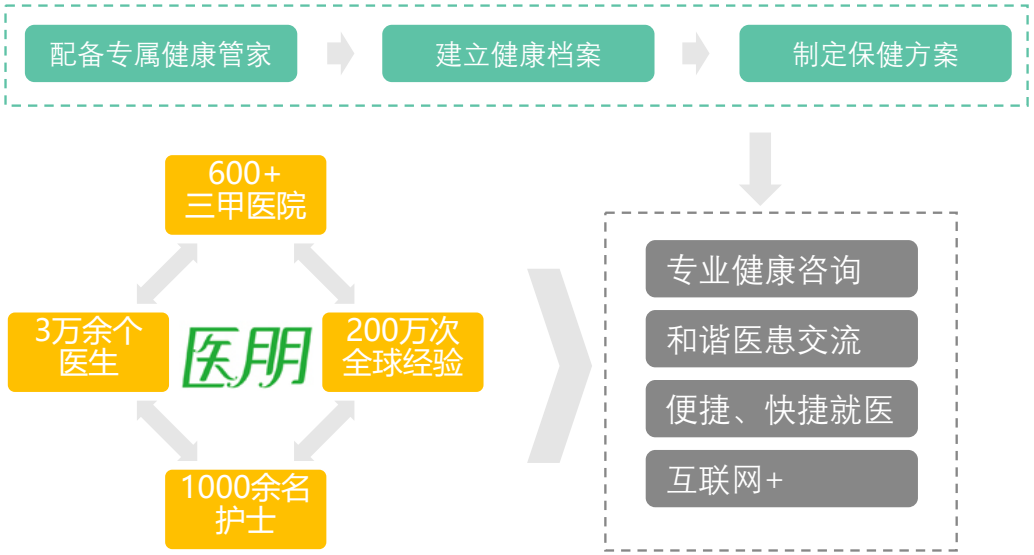


来源：国康健康官网，头豹研究院编辑整理

国康健康案例分析：创建中国私人医生健康管理体系

成立14年来，国康健康构建了优质医疗资源平台，打造了“全科医生+专科医生”的私人医生服务体系。国康健康与600余家三甲医院实现合作，在“医朋”APP平台整合了**3万**余个医生，**1,000**余名专业护士，积累超**200万**次的全球名医服务经验，在中国健康管理服务行业中，逐步创建私人医生健康管理体系。

中国私人医生健康管理体系



©2020.01 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——爱康国宾（1/2）

爱康国宾医疗合作网络覆盖范围广，已逐步构建庞大的医疗网络，服务项目涵盖健康体检、基因检测、口腔美容等多个方面

公司名称：爱康国宾健康管理集团有限公司　　**成立时间：2004年**　　**总部：上海市**

公司概况：爱康国宾健康管理集团有限公司（以下简称“爱康国宾”）成立于2004年，由上海国宾医疗中心与爱康网合并成立。2007年12月，爱康国宾获得美林证券（Merrill Lynch）、ePlanet、华登国际、美国中经合、上海创投和清科2,000多万美元的投资。爱康国宾为个人及团体提供体检、检测、医疗、家庭医生、慢病管理、健康保险等服务。截至2019年12月，爱康国宾已在香港、北京、上海、天津等**47**个城市设有**139**家体检与医疗中心，与中国720家医疗机构建立合作关系，逐步构建庞大的医疗网络，为用户提供健康体检及健康管理服务。

服务介绍：爱康国宾服务项目包含健康体检、口腔美容、基因检测等，其中健康体检业务包含个人体检、体检套餐、企业团检等种类，体检套餐有入职体检、中老年体检、女性体检、肿瘤筛查、职场健康、心脑血管检测、常规检查、君安高端、磁共振CT、肠胃筛查等种类。



爱康国宾 尊享孝心C升级TM12（男女单人使用）体检

¥ 1795　已售出5364件

体检套餐-中老年



爱康国宾 粉红珍爱(女)升级TM12项筛查体检套餐

¥ 1310　已售出5183件

体检套餐-女性



爱康齿科 韩国登腾种植系统套餐

¥ 8999　已售出4件

牙齿美容-种植牙



爱康齿科 特惠洁牙套餐

¥ 258　已售出742件

牙齿美容-清洁牙



爱康国宾 常卫清粪便DNA检测（肠癌筛查）

¥ 1960　已售出67件

基因检测-DNA



爱康国宾 男性肿瘤基因检测-精准版（26项）

¥ 4200　已售出10件

基因检测-肿瘤



企业团检

来源：爱康国宾官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——爱康国宾（2/2）

受资本青睐，爱康国宾开启人工智能体检4.0时代，逐步形成多品牌协作发展、业务涵盖广泛等竞争优势

爱康国宾竞争优势：资本涌入，多品牌协作发展

2004年成立至今，爱康国宾共获得**9次**融资，助力爱康国宾发展规模不断扩大。截至2019年，爱康国宾旗下**品牌**有爱康卓越、美中心血管体检中心、臻景医疗、爱康核磁共振医学影像中心、爱康健维、爱康门诊、爱康君安医疗国际、爱康齿科、爱康APP、体检宝APP、导医通APP等，业务涉及健康体检、疾病检测、综合门诊、齿科服务、职场医疗、疫苗接种、抗衰老等服务。资本为爱康国宾发展奠定基础，促使爱康国宾形成多品牌协作发展，业务涵盖领域广泛。

爱康国宾融资经历

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2018-03	并购	未披露	阿里巴巴、苏宁易购、云锋基金、博裕资本
2014-04	IPO上市	9,861.93万美元	公开发行
2014-03	Pre-IPO	4,000万美元	中投公司
2013-04	D轮	1亿美元	Goldman Sachs、GIC新加坡政府投资公司
2011-06	战略融资	未披露	约印医疗基金
2010-03	股权融资	未披露	兴旺投资
2007-12	C轮	数千万美元	美国中经合集团、经纬中国、清科创投、华登国际
2006-01	B轮	数百万美元	美国中经合集团
2005-01	A轮	数百万美元	美国中经合集团

来源：爱康国宾官网，头豹研究院编辑整理

爱康国宾案例分析：首创健康体检4.0时代，实施GPRS战略

在精准体检的基础上，爱康国宾将**人工智能**应用与健康体检、检后管理及疾病治疗三个领域，以升级健康管理模式，开启人工智能体检4.0时代。例如，2017年，爱康国宾与百洋智能科技达成战略合作，引入沃森肿瘤认知计算解决方案，在中国13个城市的14家“爱康百洋沃森肿瘤智能会诊中心”均可获得人工智能肿瘤诊疗方案。

另外，爱康国宾实施GPRS战略，在硬件设备上，爱康国宾烟威区域采用的重点设备，均来自GE、飞利浦（PHILIPS）、罗氏（ROCHE）、西门子（SIEMENS）等品牌，提高了检查精准度，缩短了检查时间。

爱康国宾人工智能应用



©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——瑞慈体检（1/2）

瑞慈体检深耕健康体检领域14余年，逐步形成覆盖范围广、服务群体种类全等特色，在健康体检领域获得长足发展

公司名称：上海瑞慈健康体检管理有限公司　　**成立时间：2005年**　　**总部：上海市**

企业概况：上海瑞慈健康体检管理有限公司（以下简称“瑞慈体检”）成立于2005年，是一家健康体检连锁机构，隶属于上海瑞慈医疗投资集团有限公司（以下简称“瑞慈医疗”）（股票代码：HK01526）。2019年，瑞慈体检将体检理念由“科学体检”升级为“医学体检”，通过医学手段为用户提供健康检查服务，提高疾病预防效果。成立至今，瑞慈体检已在上海、江苏、广东、四川、山东、湖北、湖南、安徽、北京、浙江、辽宁、福建成立健康体检中心，体检中心数量超**50家**，服务范围不断扩大。

服务介绍：瑞慈体检聚焦**健康体检**领域，为中老年、白领、女性、男性、中高端、亚健康等不同群体提供健康体检服务。例如“霸道总裁套餐”涉及甲状腺功能7项、肿瘤筛查12项、同型半胱氨酸（HCY）、幽门螺旋检测、颈动脉B超、心脏B超、经颅多普勒等内容，售价为2,288元。



中老年防病套餐
~~刊例价：900.00元~~ 525.00元
已有6127人购买 立即购买

中老年



白领精英套餐
~~刊例价：1500.00元~~ 780.00元
已有3944人购买 立即购买

白领



玫瑰丽人套餐
~~刊例价：1100.00元~~ 610.00元
已有3058人购买 立即购买

女性



都市男神守护卫士
~~刊例价：1050.00元~~ 620.00元
已有1235人购买 立即购买

男性



霸道总裁套餐
~~刊例价：4000.00元~~ 2288.00元
已有1214人购买 立即购买

中高端

来源：瑞慈体检官网，头豹研究院编辑整理

©2020.01 LeadLeo

头豹 LeadLeo

中国健康管理服务行业投资企业分析——慈瑞体检（2/2）

瑞慈体检依托瑞慈医疗资源优势，在健康体检领域内获取快速发展，并通过互联网促进线上、线下渠道整合发展

瑞慈体检竞争优势：依托瑞慈医疗发展优势

瑞慈医疗成立于2000年，其业务内容包括医院、诊所、妇儿医院、妇产医院、健康体检等板块，已逐步形成医疗产业链。瑞慈医疗旗下已有南通瑞慈医院、瑞慈妇儿专科医院、上海瑞慈水仙妇儿医院、常州瑞慈妇产医院、无锡瑞慈妇产医院等品牌，各品牌均为瑞慈医疗发展做出贡献，促进瑞慈医疗聚集用户、医疗资源。瑞慈体检依托于瑞慈医疗现有用户、医疗资源，在健康体检领域获取快速发展。

瑞慈医疗旗下业务板块

类型	品牌名称	介绍
瑞慈医院	南通瑞慈医院	2019年，引进肿瘤诊断和治疗设备，组建“瑞慈医院上海肿瘤中心”
瑞慈诊所	瑞慈瑞铂门诊部	成立于2015年6日，位于上海市中心地带
	瑞慈瑞泰门诊部	与中国中医科学院广安门中医院达成合作协议，为患者提供诊疗服务
瑞慈妇儿	瑞慈妇儿专科医院	提供从孕、产、月子、儿科、妇科一站式就医服务
	上海瑞慈水仙妇儿医院	面积1.5万平方米，床位数150张
	常州瑞慈妇产医院	面积3万平方米，床位数300张
	无锡瑞慈妇产医院	面积3万平方米，床位数300张
健康体检	瑞慈体检	为消费者提供个性化服务，以医疗的标准，配备专业诊断设备，年体检服务人数超过百万

来源：瑞慈体检官网，瑞慈医疗官网，头豹研究院编辑整理

瑞慈体检案例分析：互联网医疗实践

瑞慈体检借助**“帮忙医”**APP，“帮忙医”APP为移动电子平台，具有在线预约健康体检、查询健康体检报告、免费解读健康体检报告、预约专家门诊、远程视频门诊、就医援助服务、综合医疗服务等多种功能。“帮忙医”移动电子平台具有丰富互联网资源及医疗资源，为用户提供健康管理一站式服务。瑞慈体检连接“帮忙医”APP可优化健康体检流程，提高健康体检服务效率，节约人工等费用成本。此外，瑞慈体检网站为瑞慈体检门店扩展获客渠道，实现线上、线下渠道整合发展。

瑞慈体检互联网实践



©2020.01 LeadLeo

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，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，从大健康、保险、第三方服务等领域着手，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。

©2020 LeadLeo

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，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。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，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。在法律许可的情况下，头豹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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹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。