

2020-2026年中国大健康产业 行业发展态势与投资潜力分析报告

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

《2020-2026年中国大健康产业行业发展态势与投资潜力分析报告》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/202008/182162.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

到2020年，中国将成为拥有2.3亿老年人人口第一大国，健康产业产值超过GDP的10%以上。国家政策引导，市场多重利好，政府鼓励社会资本与医疗机构深度融合，共同促进中国健康事业向前发展。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国大健康产业行业发展态势与投资潜力分析报告》共十九章。首先介绍了中国大健康行业市场发展环境、大健康整体运行态势等，接着分析了中国大健康行业市场运行的现状，然后介绍了大健康市场竞争格局。随后，报告对大健康做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国大健康行业发展趋势与投资预测。您若想对大健康产业有个系统的了解或者想投资中国大健康行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国大健康产业发展

第一节 大健康产业的概念

第二节 大健康产业的领域

第三节 大健康产业链分析

第四节 大健康产业体系的构建

一、大健康大保健理念体系

二、大健康大保健教育体系

三、大健康大保健产业体系

四、大健康大保健服务体系

第五节 大健康理念的推广应用

第六节 大健康战略经验与启示分析

第二章 全球大健康产业发展状况分析

第一节 全球大健康产业发展分析

一、全球大健康产业发展历程分析

二、全球大健康产业发展现状分析

三、全球大健康产业整体规模分析

四、全球大健康产业产品结构分析

第二节 发达国家大健康产业发展经验借鉴

二、日本大健康产业发展经验借鉴

三、英国大健康产业发展经验借鉴

四、法国大健康产业发展经验借鉴

五、德国大健康产业发展经验借鉴

第三节 领先跨国企业进军大健康经验借鉴

第三章 中国大健康产业发展环境分析

第一节 大健康产业政策环境分析

一、《医药创新发展规划纲要（-年）》

二、《中药现代化科技产业基地发展规划（-年）》

三、《关于促进健康服务业发展的若干意见》

四、《关于做好年城镇居民基本医疗保险工作的通知》

五、《中药材保护和发展规划（2020-2026）》

六、《医药健康服务发展规划（-年）》

七、医药电商新政年底将出台

第二节 大健康产业经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第三节 大健康产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国城镇化率

三、人口老龄化进程

四、居民医疗保健支出

第四章 中国大健康产业发展状况分析

第一节 大健康产业市场运营分析

- 一、大健康产品消费群体分析
- 二、大健康产业市场规模分析
- 三、大健康产业竞争现状分析
- 四、大健康产业发展存在的问题
- 五、大健康产业的发展战略分析

第二节 大健康产品市场营销分析

- 一、大健康产品市场营销渠道
- 二、大健康产品市场营销策略
- 三、大健康产业营销突围路径
 - 1、塑造品牌，突破单品
 - 2、专卖店模式，采取“+”模式突围
 - 3、电商体验模式-建立网上保健品专卖店

第五章 中国中药企业转型大健康产业发展分析

第一节 中药企业转型大健康产业发展模式分析

- 一、品牌移植型
- 二、营销渠道型
- 三、资源开发型
- 四、文化渗透型

第二节 中药企业转型大健康产业发展状况分析

- 一、中药企业转型大健康产业优势
 - 1、品牌延伸优势
 - 2、研发品控优势
 - 3、养生文化的优势
- 二、中药企业转型大健康产业现状
- 三、中药企业大健康产业战略转型
- 四、中药企业大健康产业突围路径

第三节 中药企业转型大健康产业发展经验借鉴

- 一、云南白药的“品牌移植”
- 二、江中药业的“营销渠道”

三、康美药业的“资源开发”

第六章 中国连锁药店转型大健康药店发展分析

第一节 连锁药店转型大健康药店发展分析

一、连锁药店转型大健康药店的必然性

二、连锁药店转型大健康药店现状分析

三、连锁药店转型大健康药店问题分析

四、连锁药店转型大健康药店挑战分析

第二节 连锁药店转型大健康药店经营分析

一、大健康药店的经营之道分析

1、战略性的布局

2、模块化经营

3、一个中心的设立

4、专业化服务营销

二、大健康药店“药店+诊所+名医”模式

三、大健康药店产品市场营销模式分析

第三节 连锁药店转型大健康药店动态分析

一、益丰大药房：向多元经营的“大健康药房”转型

1、提升门店形象，强化品牌影响力

2、升级会员管理体系，提升会员满意度和忠诚度

3、发力医药电子商务业务，寻求线上线下融合增长

二、同济堂整合大健康产业提速

第七章 中国中药农业发展潜力分析

第一节 中药农业发展状况分析

一、中药农业发展现状分析

二、中药农业发展情况分析

三、中药农业发展存在的问题

四、中药农业的发展前景分析

第二节 中药材种植市场潜力分析

一、中药材种植行业发展现状

二、中药材种植面积规模分析

三、中药材品种区域规划分析

四、中药材种植产值效益分析

五、中药材种植产业化发展前景

六、中药材种植市场发展潜力分析

第三节 中药材市场发展潜力分析

一、中药材市场发展优势分析

二、中药材市场流通模式分析

三、中药材交易市场状况分析

四、中药材“物联网+”交易市场现状

五、中药材市场发展潜力分析

第四节 中药材gap基地建设运营分析

一、中药材gap认证发展分析

二、中药材gap基地建设模式分析

三、中药材gap基地建设情况分析

四、中药材gap基地种植模式分析

第八章 中国中药加工工业发展潜力分析

第一节 中药行业发展状况分析

一、中药的产业链分析

二、中药行业发展现状分析

三、中药行业发展规模分析

四、中药产品进出口情况分析

五、中药产业发展swot分析

六、医药健康服务发展规划

第二节 中药研发投入潜力分析

一、中药研发技术应用状况分析

二、中药技术发展趋势分析

三、中药研发市场的发展建议分析

四、中药新药研发模式分析

第三节 中成药市场发展潜力分析

一、中成药的产量情况分析

二、中成药行业运行状况分析

三、中成药的进出口市场分析

四、中成药市场发展策略分析

五、中成药行业发展走向分析

第四节 中药饮片市场发展潜力分析

一、中药饮片行业发展状况分析

二、中药饮片行业发展规模分析

三、中药饮片进出口市场分析

四、中药饮片炮制市场运营分析

五、中药饮片市场发展问题分析

六、中药饮片市场发展策略分析

第五节 植物提取物市场发展潜力分析

一、植物提取物行业发展状况分析

二、植物提取物行业竞争格局分析

三、植物提取物行业市场需求分析

四、植物提取物的进出口情况分析

五、植物提取物行业影响因素分析

六、植物提取物市场发展潜力分析

第九章 中国中药保健品市场发展潜力分析

第一节 中药保健品市场发展潜力分析

一、中药保健品发展状况分析

二、中药保健品市场规模分析

三、中药保健品细分产品市场分析

四、中药保健品进出口情况分析

五、中药保健品发展存在的问题

六、中药保健品发展前景分析

第二节 中药保健饮料市场发展潜力分析

一、中药保健饮料研发种类分析

二、中药保健饮料市场定位分析

三、中药保健饮料企业情况分析

四、中药保健饮料组方选方机制以及制作工艺分析

五、中药保健饮料发展潜力分析

第三节 中药保健茶市场发展潜力分析

- 一、中药保健茶品种研发情况
- 二、中药保健茶发展情况分析
- 三、养生保健茶市场规模分析
- 四、中药保健茶企业情况分析
- 五、保健养生茶发展瓶颈分析
- 六、保健养生茶市场发展建议
- 七、保健养生茶发展趋势分析

第四节 中药保健酒市场发展潜力分析

- 一、中药保健酒市场发展现状
- 二、中药保健酒规模现状分析
- 三、保健酒竞争情况分析
- 四、中药保健酒市场需求分析
- 五、中药保健酒发展趋势分析
- 六、中药保健酒发展潜力分析

第五节 中药药膳食品市场发展潜力分析

- 一、药膳食品概念分析
- 二、药膳食品功效分析
- 三、药膳食品分类情况分析
- 四、药膳食品功能性成分分析
- 五、药膳食品细分市场分析
- 六、药膳食品市场发展前景分析

第十章 中国中药日化用品市场发展潜力分析

第一节 中药药妆市场发展潜力分析

- 一、中药药妆市场发展概况
- 二、中药药妆市场经营状况分析
- 三、中药药妆细分产品成分分析
- 四、中药药妆市场发展困境分析
- 五、中药药妆市场发展潜力分析

第二节 保健洗发水市场发展潜力分析

- 一、保健洗发水主要品牌分析

二、保健洗发水市场发展现状

三、保健洗发水零售市场分析

四、保健洗发水市场规模分析

五、保健洗发水市场调研分析

第三节 植物沐浴露市场发展潜力分析

一、植物沐浴露主要品牌分析

二、植物沐浴露产品分类分析

三、植物沐浴露市场发展分析

四、植物沐浴露零售市场分析

第四节 中药牙膏市场发展潜力分析

一、中药牙膏主要品牌分析

二、中药牙膏市场发展现状

三、中药牙膏零售市场分析

四、中药牙膏市场规模分析

五、中药牙膏市场潜力分析

第十一章 中国重点区域大健康产业发展潜力分析

第一节 广东省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第二节 浙江省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第三节 甘肃省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第四节 山西省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第五节 湖南省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第六节 江西省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第七节 河南省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第八节 湖北省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第九节 贵州省大健康产业发展潜力分析

一、医疗保健的支出情况分析

二、中药材资源分布情况分析

三、医药工业市场规模分析

四、大健康产业发展现状分析

五、大健康产业发展潜力

第十二章 中国大健康产业领先企业发展战略分析

第一节 药企大健康产业战略分析

一、天士力制药集团股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

二、广东康美药业股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

三、兰州佛慈制药股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

四、云南白药集团股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

五、北京同仁堂股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

六、江中药业股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

七、株洲千金药业股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

八、重庆太极实业（集团）股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

九、哈药集团有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

十、山东东阿阿胶股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

3、企业竞争优势分析

4、企业大健康产品分析

第二节 连锁药店大健康产业战略分析

一、中国海王星辰连锁药店有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

二、云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

三、老百姓大药房连锁股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业经营情况分析

四、国药控股国大药房有限公司

五、大参林医药集团股份有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业药店门店数量及分布

3、企业主要发展历程

4、企业大健康产业战略

六、湖南怀仁大药房连锁有限公司

1、企业发展基本情况

2、企业大健康经营范围

第十三章 2020-2026年中国大健康产业发展前景及投融资策略

第一节 2020-2026年大健康产业发展前景分析

一、大健康产业驱动因素

二、中药行业发展前景分析

三、大健康产业发展前景

第二节 2020-2026年大健康产业投融资机会

一、大健康产业投融资壁垒分析

二、大健康产业投融资机会

三、大健康产业面临的问题

第三节 2020-2026年大健康产业投融资风险

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、人力资源风险

四、产品质量风险

第三节 2020-2026年大健康产业投融资策略

一、大健康产业融资渠道分析

1、银行信贷

2、小额贷款公司

- 3、村镇银行
- 4、信托公司
- 5、信用担保公司

二、大健康产业投融资策略

- 1、产品定位策略
- 2、产品开发策略
- 3、渠道销售策略
- 4、品牌定位
- 5、服务策略
- 6、重点客户战略
- 7、产品差异化战略

第十四章 医疗器械租赁发展行业环境分析

第一节 2012-2019年医疗行业发展现状分析

- 一、2012-2019年医疗行业产业政策分析
- 二、2012-2019年医疗行业发展现状分析
- 三、2012-2019年医疗行业主要企业分析
- 四、2012-2019年中国互联网医疗行业总体规模分析

第二节 2012-2019年中国医疗企业运营情况分析

- 一、我国医疗行业营收分析
- 二、我国医疗行业成本分析
- 三、我国医疗行业利润分析

第三节 2012-2019年中国互联网医疗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

第四节 2020-2026年医疗美容行业市场前景分析

- 一、医疗美容行业发展机遇分析
- 二、医疗美容行业市场发展预测
- 三、医疗美容行业发展前景分析

第十五章 医疗健康金融行业分析

第一节 医疗健康行业主要金融模式

- 一、医疗设备+融资租赁
- 二、医疗+供应链金融
- 三、医疗+互联网+保险
- 四、医疗+消费金融
- 五、医疗+互助众筹

第二节 医疗健康+金融

- 一、医疗+PP
- 二、管理式医疗保险模式HMO

第十六章 互联网+医疗盈利模式分析

第一节 现有商业模式分析

- 一、向患者收费模式——Zeo
- 二、向医生收费模式——Zocdoc
- 三、向医院收费模式——Vocera
- 四、向药企收费模式——Epocrates
- 五、向险企收费模式——WellDoc

第二节 互联网+医疗企业盈利模式构建

- 一、挖掘客户价值需求
- 二、产业价值链再定位
- 三、寻找利益相关者
- 四、构建盈利模式

第十七章 中国医疗行业互联网+创新商业模式分析

第一节 互联网对医疗行业的影响

- 一、智能医疗设备发展情况分析
 - 1、智能医疗设备发展概况
 - 2、主要医疗APP应用情况
- 二、医疗智能设备经营模式分析
 - 1、智能硬件模式
 - 2、医疗APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

三、智能设备对医疗行业的影响分析

1、智能设备对医疗行业的影响

2、医疗智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+医疗发展模式分析

一、医疗OO模式分析

1、运行方式

2、盈利模式

二、智能联网模式

1、运行方式

2、盈利模式

第三节 互联网+医疗案例分析

第十八章 互联网医疗背景下医疗器械融资租赁的发展机会分析

第一节 医疗器械融资租赁政策及其实施情况

一、医疗器械融资租赁相关政策解读

二、医疗器械融资租赁计划实施成果解读

第二节 医疗器械融资租赁在国民经济中的地位及作用分析

一、医疗器械融资租赁内涵与特征

二、医疗器械融资租赁与经济的关系分析

第三节 国内环境背景下医疗器械融资租赁发展的SWOT分析

一、国家战略对医疗器械融资租赁产业的影响分析

二、医疗器械融资租赁国家战略背景下医疗器械融资租赁发展的SWOT分析

第十九章 中国家用医疗器械需求与消费者偏好调查（ ）

第一节 家用医疗器械产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 家用医疗器械产品的品牌市场调查

一、消费者对家用医疗器械品牌认知度宏观调查

- 二、消费者对家用医疗器械产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对家用医疗器械品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、家用医疗器械品牌忠诚度调查
- 六、家用医疗器械品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度（ ）

图表目录：

图表：大健康产业的产业链构成

图表：2012-2019年全球大健康产业规模走势图

图表：中药材现代流通体系建设专项

图表：2012-2019年中药材种植市场容量

图表：2012-2019年中药保健品进出口情况

图表：2012-2019年保健饮料企业情况

图表：2012-2019年中国养生保健茶市场规模情况

图表：2012-2019年中药药妆市场零售规模情况

图表：2012-2019年保健洗发水市场规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182162.html>