

2020-2026年中国大健康行业分析与市场调查预测报告

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

《2020-2026年中国大健康行业分析与市场调查预测报告》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/202002/151706.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

健康产业是以“维持、修复与促进健康”为中心的产业体系，它以生物技术和生命科学为先导，涵盖医药保健、营养食品、休闲健身、健康服务等多个与人类健康相关的生产和服务领域。

从产业层次上看，健康产业包括保健产业、医疗产业和康复产业三大部分；如果把康复产业归入保健产业，那么健康产业则包括保健产业和医疗产业两大部分。其中，医疗产业包括医疗器械制造、制药、治疗、护理管理等，而保健产业则包括保健用品、保健食品、保健服务等。

从产业特点上看，健康产业集高技术含量、高附加值、低能耗、低污染，辐射面广、吸纳就业人数多、拉动消费作用大等优点于一体，具有拉动内需增长和保障改善民生的重要功能，符合绿色、低碳、可持续发展的主流理念，是一项提升经济竞争力的优势潜力产业。大力发展健康产业，不仅有利于优化经济结构、促进经济转型发展，更有利于提升健康服务能力，满足居民多样化多层次健康需求，提高全民健康福祉。

从发展趋势上看，健康产业是全球性的潮流，世界各国都很重视健康产业的发展。据资料，在按国际标准划分的15类国际化产业中，医药保健是世界贸易增长最快的五个行业之一，保健食品销售额年增长超过13%。在目前全球股票市值中，健康产业相关股票市值约占总市值13%。在发达国家，健康产业已成为带动整个国民经济增长的强大动力，美国的医疗服务、医药生产、健康管理等健康行业增加值占GDP比重超过15%，加拿大、日本等国也超过了10%。印度、新加坡、韩国等亚洲国家在这一领域也取得了显着成就。近年来，我国健康产业呈蓬勃发展之势，市场容量不断扩大。北京、上海、广州、深圳等城市均已制定健康产业相关发展规划，将健康产业作为支柱产业重点扶持。

预测，至2020年我国仅生物医药产业将形成约8万亿元的支柱产业。保守估计，至2020年，整个健康产业的潜力将达到10万亿左右。健康产业已经成为一个充满朝气、饱含绿色、孕育生机的蓬勃发展的青春产业。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国大健康行业分析与市场调查预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资

咨询报告,投资情报,免费报告,行业咨询,数据等,是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 大健康产业相关概述 1

第一节 大健康产业的概念界定 1

一、产业定义 1

二、产业群体构成 1

三、产业特征 2

第二节 大健康产业链分 3

一、产业链构成 3

二、健康制造业 4

三、健康服务业 8

第三节 大健康产业发展的优势 11

一、丰富的人力 11

二、成熟的市场 12

三、良好的文化 13

四、积极的政策 13

第四节 大健康产业发展基本 15

一、行业增长 15

二、结构演变 15

三、行业就业 16

四、空间分布 17

五、产业转移 18

第五节 大健康产业的综合效应 18

一、经济 18

二、社会 18

三、民众健康 18

第二章 2015-2019年国际大健康产业发展现状 20

第一节 2015-2019年国际大健康产业总体概况 20

一、发展背景 20

二、产业现状	23
三、细分市场	24
1、医疗产业	24
2、医药产业	26
3、保健品产业	29
4、健康疗养和康复疗养产业	30
6、运动健身产业	30
7、健康管理服务产业	31
四、科技投入	32
五、政策环境	33
第二节 2015-2019年领先地区大健康产业发展借鉴	35
一、美国	35
二、英国	41
三、日本	46
四、韩国	51
第三章 2015-2019年中国大健康产业发展潜力分析	55
第一节 经济环境	55
一、国际宏观经济形势分析	55
1、2019年世界经济形势分析	55
2、2019年世界经济发展趋势	59
二、国内宏观经济形势分析	64
1、GDP运行情况	64
2、工业发展形势	66
3、固定资产投资情况	69
4、财政收支状况	71
5、对外贸易&进出口	73
三、2019年宏观经济预测	75
第二节 社会环境	80
一、人口结构变化	80
二、居民收入水平	81
三、消费结构变化	83

四、医疗成本变化	86
五、人口老龄化进程	87
六、城镇化扩张	91
第三节 国民健康需求	93
一、国民健康素养状况	93
二、国民健康状况调查	93
1、心理健康	93
2、身体健康	94
三、国民健康威胁因素	95
四、中国健康战略计划	96

第四章 2015-2019年中国大健康产业政策环境分析 98

第一节 行业监管体制 98

一、医疗产业监管体制	98
二、保健品业监管体制	99
三、健康管理市场监管体制	100

第二节 行业法规规范 101

一、医疗产业法规体系	101
二、保健品业法规体系	107
三、健康保险业法规体系	107
四、健康管理服务规范	108

1、职业健康安全管理	108
2、老年人健康管理服务规范	110

第三节 政策利好形势 112

一、国家对医疗产业的鼓励政策	112
二、符合国家产业结构调整政策	112
三、“新医改”为产业发展带来机遇	113
四、国家政策支持健康服务业发展	118
五、老年人健康服务相关推动政策	119

第二部分 行业深度分析

第五章 2015-2019年中国大健康产业发展综合分析 121

第一节 中国大健康产业发展背景	121
一、大健康产业发展的重要性阐述	121
二、大健康产业对中国经济的助益	121
三、中国大健康产业发展需求动力	122
四、大健康产业渐成企业投资蓝海	122
第二节 2015-2019年中国大健康产业发展现状	123
一、产业体系结构	123
二、产业规模现状	124
三、产业发展态势	124
四、企业布局状况	125
五、科技研究状况	127
六、空间布局特征	128
1、建立大健康大保健理念体系	128
2、普及大健康大保健教育体系	128
3、发展大健康大保健产业体系	128
4、完善大健康大保健服务体系	128
第三节 中国大健康产业发展的问题分析	129
一、阻碍因素	129
二、五大瓶颈	129
三、与国外存在的差距	130
第四节 中国大健康产业发展的建议探究	132
一、促进大健康产业发展的策略	132
二、大健康产业发展的政策建议	133
三、大健康产业发展的冷思考	134
1、健康产业定义	134
2、健康产业的现状	135
3、医疗模式的转变	135
4、健康环境建设	136
5、发展健康服务业	139
四、大健康产业商业模式探讨	140
五、中国健康服务业发展战略	141
1、谋划产业整体发展	141

2、谋划产业长期发展 141

3、谋划把握基本性 142

4、谋略的重要性 142

第五节 大健康产业相关企业运营策略 143

一、企业突围思路 143

1、聚焦经营战略 143

2、优化管理体系 145

3、优化人才结构 147

4、强化激励机制 150

5、加强文化建设 156

二、企业差异化策略 157

三、企业的创新途径 161

1、重视战略管理 161

2、构造“企业生态” 163

3、调整组织结构 166

4、建立人本文化 167

5、强化知识管理 170

6、培育职业化的企业家队伍 171

7、加快制度创新 172

第六章 2020-2026年中国医药产业投资潜力分析 174

第一节 中国医药行业基本特征 174

一、医药行业替代性 174

二、医药行业垄断程度 174

三、医药行业技术水平 175

四、医药行业生命周期 176

五、医药产业供应链结构 177

1、中国医药产业供应链发展现状 177

2、中国医药行业供应链的重构与药品流通体制改革 178

第二节 中国医药行业经济运行现状 180

一、医药生产企业情况 180

二、医药行业生产情况分析 181

三、医药行业经营情况分析	182
四、医药行业进出口情况	190
第三节 中国医药行业竞争状况剖析	193
一、医药制造行业竞争结构分析	193
1、行政性进入壁垒较高,垄断势力较强	193
2、企业经济规模小,行业集中度较低	193
3、子行业间竞争不均衡,优势部门的优势不突出	193
二、化学药制造行业竞争分析	194
三、中药制造行业竞争分析	195
四、生物药制造行业竞争分析	197
五、医药行业的竞争趋势预测	197
1、差异化、性的战略竞争	197
2、基于市场细分的产品竞争	198
3、高效率的运营竞争	198
4、有良好的销售队伍	198
第四节 医药行业投资潜力分析	199
一、投资规模现状	199
二、投资机会分析	200
三、投资规模预测	202
四、投资壁垒分析	203
第五节 化学制药产业投资潜力分析	204
一、行业发展现状	204
1、生产分工细致,质量要求严格	204
2、高投入、高产出、高效益	204
3、新药层出不穷,品种更新加快	205
二、发展特征分析	205
三、投融资特点	207
四、投资价值分析	209
五、产业前景分析	210
第六节 中药产业投资潜力分析	212
一、行业发展现状	212
二、发展特征分析	214

1、 中药适用性广泛	214
2、 发展基础良好	215
三、 投融资特点	215
1、 高收益性	215
2、 市场进入壁垒高	215
3、 集中程度高	216
四、 投资价值分析	216
五、 产业前景分析	218
1、 中药行业在医药产业的地位	218
2、 中药行业在国民经济的地位	219
第七节 生物医药产业投资潜力分析	220
一、 行业发展现状	220
二、 发展特征分析	221
三、 投资态势分析	222
1、 进口生物药品的冲击	222
2、 外资企业直接进入的冲击	222
3、 国外新药开发的冲击	222
4、 外国公司市场开发的优势	222
5、 知识产权的纷争	222
四、 投资价值分析	223
五、 产业前景分析	223

第七章 2020-2026年中国医疗器械行业投资潜力分析 225

第一节 中国医疗器械行业基本概述 225

一、 行业界定及地位作用分析	225
二、 医疗器械产业发展环境	226
三、 医疗器械行业发展特征	229
四、 医疗器械行业产业链分析	229
五、 医疗器械行业企业布局状况	230
六、 医疗器械行业区域布局状况	231
七、 医疗器械行业竞争结构分析	232
1、 现有企业间竞争	232

- 2、潜在进入者分析 233
- 3、替代品威胁分析 234
- 4、供应商议价能力 234
- 5、客户议价能力 234

第二节 中国医疗器械行业运行现状 235

- 一、行业销售规模分析 235
- 二、市场集中度分析 236
- 三、生产经营企业规模 237
- 四、医械产品注册情况 238
- 五、终端销售渠道分析 239
- 六、对外出口状况分析 239
- 七、资本市场运行动态 241

第三节 医疗器械行业投资潜力分析 242

- 一、投资特征分析 242
- 二、行业景气度判断 243
- 三、投资热点预测 244

第四节 医疗器械行业投资风险预警 245

- 一、市场风险 245
- 二、政策风险 246
- 三、经营风险 247
- 四、技术风险 247
- 五、竞争风险 247
- 六、其他风险 248

第五节 医疗器械细分市场投资潜力分析 248

- 一、医疗诊断、监护及治疗设备制造业 248
- 二、口腔科用设备及器具制造业 250

第八章 2020-2026年中国保健品行业投资潜力分析 252

第一节 中国保健品行业相关概述 252

- 一、保健品行业运行周期分析 252
- 二、保健品行业发展的驱动因素 253
- 三、保健品市场的运作规律简析 253

四、保健品市场竞争结构及特征	254
第二节 中国保健品行业运行现状	256
一、产业规模分析	256
二、行业监管现状	259
三、对外贸易状况	260
四、市场竞争态势分析	260
五、国外企业运营状况	261
六、直销公司产品分析	262
第三节 保健品行业投资潜力分析	264
一、未来增长形势	264
二、市场规模预测	266
三、产业投资建议	267
四、投资思路探讨	267
第四节 保健品细分市场投资潜力分析	269
一、钙类保健品市场	269
二、美容类保健品市场	271
三、减肥类保健品市场	275
四、降血脂保健品市场	279
五、眼保健品市场	282
六、保健酒市场	284
七、鱼油市场	289
第九章 2020-2026年中国医疗服务业投资潜力分析	291
第一节 医疗服务业相关概述	291
一、国际行业概况	291
二、国内行业现状	292
三、市场特征分析	292
四、行业规模经济性解析	294
五、政策发布动态	295
六、行业发展症结	301
第二节 2015-2019年中国医疗服务规模现状	302
一、门诊和住院工作量	302

二、出院人数	304
三、病床使用情况	305
第三节 社会资本进入医疗服务领域分析	305
一、社会资本在医疗服务领域的地位及作用	305
二、社会资本进入医疗服务领域的现状	307
三、社会资本进入医疗服务领域面临的问题	307
四、社会资本进入医疗服务领域的建议	308
第四节 医疗服务业投资潜力分析	309
一、行业价值链	309
二、市场前景广阔	311
三、投资机会分析	311
第五节 医疗服务业投资建议	313
第十章 2020-2026年中国健康管理服务业投资潜力分析	315
第一节 中国健康管理服务业相关概述	315
一、内涵特征和服务流程	315
二、产业发展历程	318
三、行业特征及成功因素	320
四、产业链构成状况	322
1、健康管理产业链构成	322
2、健康管理产业链主要环节	323
五、产业主体分析	324
六、外部环境分析	326
第二节 中国健康管理服务业运行现状	326
一、产业发展现状	326
二、资本进入状况	330
三、竞争格局分析	330
1、健康服务行业优势分析	330
2、健康服务行业劣势分析	331
3、健康服务行业机会分析	331
4、健康服务行业威胁分析	331
四、消费市场分析	332

1、针对不同疾病的应用	332
2、针对不同人群的应用	332
3、针对不同卫生服务的应用	332
4、特需医疗服务中的应用	333
5、社区健康管理应用	333
五、主要问题分析	334
1、政府支持有待加强	334
2、公众认知度和接受度不高	334
3、运作机制不成熟	335
4、公司发展模式还有待探索	335
六、市场需求走向	335
第三节 健康管理服务业发展战略探讨	336
一、市场定位战略	336
1、创新定位	336
2、迎头定位	336
3、避强定位	337
4、重新定位	337
二、价格策略分析	337
三、科技发展战略	340
第四节 健康管理服务行业投资潜力分析	342
一、投资特征分析	342
二、投资机会分析	343
三、投资热点挖掘	343
四、投资策略分析	344
1、强化社区卫生服务功能	344
2、以医院为依托发展健康管理	345
3、第三方健康管理公司与社会医疗保险机构	345
五、投资壁垒分析	346
六、发展趋势分析	348
1、健康管理服务将成为现在风靡国内的健康体检的升级版	348
2、健康管理服务将成为与国际标准接轨的服务	348
3、健康管理服务将与资讯资料通讯技术实现互动与双赢	349

4、中国的健康管理将为祖国传统医学的发展开拓新领域 349

第五节 健康体检市场投资潜力分析 350

一、市场容量分析 350

1、行业内涵特征 350

2、行业市场容量 350

二、行业主体分析 351

1、医院内设体检机构 351

2、专业体检机构 352

3、街道卫生院、乡镇卫生院和社区卫生服务中心（站） 352

4、妇幼保健院 352

三、各经营主体优劣势分析 352

1、公立医院的竞争优势和劣势 352

2、专业体检机构的竞争优势和劣势 353

四、资本投资动态 353

六、投资机会分析 355

1、实现医检分离 355

2、确保医学检验结果准确、及时 356

3、规范健康体检项目 356

4、加强院内感染相关知识培训 356

5、实行严格准入制度 356

6、建立健康体检信息化系统 356

7、设置专职终检医师 357

第三部分 竞争格局分析

第十一章 2020-2026年中国健康保险业投资潜力分析 358

第一节 中国健康保险业相关概述 358

一、健康保险的内涵及范畴 358

二、健康保险业的发展阶段及其特征 358

1、萌芽阶段(1994年以前) 358

2、初步发展阶段(1994 ~ 1998年) 359

3、快速发展阶段(1998 ~ 2004年) 361

4、专业化经营阶段(2004年至今) 364

三、健康保险业的基本情况	365
四、健康保险业的政策环境	366
五、健康保险的经济学原理	367
第二节 中国健康保险业运行现状	371
一、产业运营现状	371
二、产业规模分析	373
三、区域规模分析	373
四、需求特征分析	374
1、社会医疗保障制度的影响	374
2、医疗服务市场的冲击	375
3、区域化需求明显	375
五、市场竞争态势	375
第三节 健康保险业的商业模式分析	376
一、经营形式对比	376
二、现行经营模式评价	377
1、逆选择问题突出及道德风险难以掌控	377
2、保险公司难以对医疗费用进行有效监控	378
3、难以为消费者提供优质的健康保险服务	379
三、介入医保模式分析	379
1、洛阳模式	379
2、湛江模式	380
3、太仓模式	381
4、江阴模式	382
四、主要盈利模式剖析	383
五、最优商业模式探索	383
1、中美商业健康保险经营的主要险种对比	383
2、中美商业健康保险付费制度对比	384
3、中美商业健康保险风险控制方式对比	385
第四节 健康保险业的投资机会分析	386
一、市场驱动因素	386
二、市场潜力分析	387
三、未来趋势分析	389

四、投资空间分析 391

第五节 健康保险业的投资风险及建议 391

一、政策性风险 391

二、产品自身风险 392

三、外界风险 392

四、进入退出壁垒风险 392

第十二章 2020-2026年中国健身娱乐业投资潜力分析 395

第一节 中国健身娱乐业相关概述 395

一、产业地位及作用 395

二、发展阶段及特征 396

三、行业发展趋势 397

1、体育健身娱乐业随社会的发展而快速兴起 397

2、健身娱乐业越趋于正规化规范化 397

3、健身娱乐业正向周围辐射性的发展 397

4、体育健身消费呈日渐兴旺的发展趋势 397

第二节 中国健身娱乐业运行现状 398

一、行业整体概况 398

二、产业运行态势 398

1、健身俱乐部缺乏统一行业标准与管理规范 398

2、价格战频发加深行业在社会的信任危机 398

3、会员流失严重续会率偏低 399

4、缺乏优秀人才员工流动性大 399

三、市场消费特征 400

四、经营模式分析 401

第三节 健身娱乐业发展策略分析 401

一、品牌经营策略 401

二、成长战略研究 405

三、加快发展思路 405

四、产业提升途径 405

1、通过多种形式推动资产重组 405

2、依托资本市场进行资本运营 406

- 3、实行多元化立体经营 406
- 4、有效地营运体育无形资产 407
- 5、建立高效的体育资本运营的人才管理机制 407

第四节 健身娱乐业投资潜力分析 408

- 一、产业前景分析 408
- 二、投资回报分析 408
- 三、投资风险分析 409

第十三章 2020-2026年中国健康养老产业投资潜力分析 411

第一节 健康养老产业相关概述 411

- 一、养老产业的概念及特征 411
- 二、养老产业的起源和发展 411
 - 1、改革开放前的养老服务体系概况 411
 - 2、改革开放后养老服务的变化分析 412
- 三、养生养老的基本模式 413
 - 1、异地养生养老形式多样 413
 - 2、旅游观光型 414
 - 3、休闲度假型 414
 - 4、探亲交友型 414
 - 5、国际养老产业 414
 - 6、国外养老模式 415
- 四、养老产业的市场空间 417

第二节 健康养老产业运行现状 419

- 一、行业整体态势 419
- 二、行业区域布局 420
- 三、市场竞争格局 420
- 四、市场供需形势 420
- 五、行业投资动态 421
- 六、政策环境分析 422

第三节 健康养老产业发展的不足及建议 424

- 一、问题分析 424
- 二、战略措施 425

三、保障建议 432

第四节 健康养老产业投资潜力分析 433

一、投资特征 433

二、投资机会 434

三、投资风险 434

四、投资建议 434

第五节 健康养老产业细分市场投资潜力分析 435

一、老年人医疗保健需求分析 435

二、老年人用药市场前景广阔 436

三、中老年失禁用品需求增长 436

1、成人失禁用品需求增长 436

2、消费观念有待改进 437

3、海外市场前探 437

四、老年人专用化妆品市场庞大 438

第十四章 2020-2026年中国新型健康产业投资潜力分析 440

第一节 健康家居市场投资机会分析 440

一、行业概念界定 440

二、产业发展现状 441

三、投资机会分析 442

第二节 医疗旅游产业投资机会分析 442

一、产业内涵及产业链构成 442

二、综合效益分析 443

三、产业发展现状 443

四、成功要素分析 444

五、发展优势分析 444

六、投资机会分析 444

第三节 有机农业产业投资机会分析 445

一、行业定义及特征 445

二、产业发展现状 446

三、投资态势分析 447

四、市场空间分析 448

五、投资机会分析	448
六、投资运作策略	449

第十五章 2020-2026年目标客户细分市场投资机会分析 450

第一节 儿童市场 450

一、我国儿童健康状况	450
二、儿童健康市场特点	452
三、市场增长前景分析	453
四、市场投资机会分析	454

第二节 老年人市场 455

一、老年人规模及预期	455
二、老年人健康状况	456
三、老年人健康服务需求分析	459
四、老年人保健产品消费状况	459
五、老年人健康服务营销策略	461
五、老年人健康市场投资机会	463

第三节 女性市场 464

一、我国女性健康状况	464
二、女性美容美体服务市场分析	464
三、育龄女性健康服务市场分析	468
四、女性健康服务市场营销策略	468
五、女性健康服务市场投资机会	474

第四节 生殖健康市场 477

一、生殖健康概念界定	477
二、生殖健康产业发展环境	479
三、生殖健康产业需求特征	480
四、生殖健康细分市场机会	481
五、生殖健康产业发展规划	481

第五节 亚健康群体市场 482

一、亚健康状态介绍	482
二、亚健康群体规模	482
三、亚健康服务产业链	482

四、亚健康服务市场需求	483
五、亚健康产业投资机会	483
第六节 高收入群体市场	484
一、高收入阶层分类及规模	484
二、高收入群体健康状况	484
三、高收入人群健康服务市场特点	485
四、高收入人群健康服务投资机会	485
第七节 职业白领市场	486
一、职业白领健康状况	486
二、职业白领健康服务市场需求	486
三、职业白领健康服务投资机会	487
第十六章 2015-2019年部分地区大健康产业发展状况	490
第一节 浙江省大健康产业发展分析	490
一、产业发展基础	490
1、经济环境分析	490
2、人口结构分析	497
3、社会保障情况	497
二、区域发展态势	501
1、健康服务方面	501
2、健康制造方面	501
三、主要问题分析	502
四、对策建议分析	502
第二节 海南省大健康产业发展分析	503
一、产业发展意义	503
二、产业发展优势	503
三、对策建议分析	504
第三节 山东省潍坊市大健康产业发展分析	505
一、产业发展基础	505
1、经济环境分析	505
2、人口结构分析	505
3、社会保障情况	506

二、产业发展现状	506
三、主要问题分析	506
四、产业发展形势	507
1、发展优势	507
2、发展机遇	507
3、面临挑战	507
五、未来规划情况	507
第四节 广东省深圳市大健康产业发展分析	507
一、产业发展基础	507
1、广东省发展环境	507
2、深圳市大健康产业发展的基础	508
二、产业发展形势	508
三、未来规划情况	508
1、指导思想	508
2、基本原则	508
3、发展目标	508
四、对策建议分析	509
1、生命信息领域	509
2、高端医疗领域	509
3、健康管理领域	509
4、照护康复领域。	509
5、养生保健领域	509
6、健身休闲领域	509
五、保障措施	509
第五节 江西省鹰潭市大健康产业发展分析	509
一、产业结构情况	509
二、产业发展基础	510
三、主要问题分析	510
四、未来规划情况	510
第六节 四川省成都市大健康产业发展分析	510
一、产业发展优势	510
二、主要问题分析	512

三、对策建议分析 512

四、未来规划情况 520

第七节 其他地区 521

一、吉林省 521

二、湖北省 522

三、江西省 522

四、河北秦皇岛市 539

五、河北宣化县 541

六、江苏如皋市 541

第十七章 2015-2019年大健康产业重点企业竞争力分析 542

第一节 天士力制药集团股份有限公司 542

一、企业简介 542

二、企业经营现状 542

1、主营业务分析 542

2、企业成长能力分析 543

3、企业盈利能力分析 543

4、企业运营能力分析 543

5、企业偿债能力分析 544

三、企业竞争优势 544

四、企业发展战略 545

六、天士力的发展前景 547

第二节 云南白药集团股份有限公司 547

一、企业简介 547

二、企业经营现状 548

1、主营业务分析 548

2、企业成长能力分析 548

3、企业盈利能力分析 548

4、企业运营能力分析 549

5、企业偿债能力分析 549

三、企业竞争优势 549

1、神秘的配方 549

2、产品立体化	550
四、企业发展战略	550
第三节 江中药业股份有限公司	551
一、企业简介	551
二、企业经营现状	552
1、主营业务分析	552
2、企业成长能力分析	552
3、企业盈利能力分析	553
4、企业运营能力分析	553
5、企业偿债能力分析	554
三、企业竞争优势	554
四、企业发展战略	554
第四节 北京同仁堂股份有限公司	556
一、企业简介	556
二、企业经营现状	556
1、主营业务分析	556
2、企业成长能力分析	557
3、企业盈利能力分析	557
4、企业运营能力分析	558
5、企业偿债能力分析	558
三、企业竞争优势	558
四、企业发展战略	559
第五节 华润三九医药股份有限公司	562
一、企业简介	562
二、企业经营现状	562
1、主营业务分析	562
2、企业成长能力分析	562
3、企业盈利能力分析	563
4、企业运营能力分析	564
5、企业偿债能力分析	564
三、企业竞争优势	564
1、品牌优势	564

2、产品优势	564
3、渠道终端优势	565
四、企业发展战略	565
第六节 山东东阿阿胶股份有限公司	568
一、企业简介	568
二、企业经营现状	568
1、主营业务分析	568
2、企业成长能力分析	569
3、企业盈利能力分析	569
4、企业运营能力分析	569
5、企业偿债能力分析	570
三、企业竞争优势	570
四、企业发展战略	571
第七节 广州白云山医药集团股份有限公司	572
一、企业简介	572
二、企业经营现状	573
1、主营业务分析	573
2、企业成长能力分析	574
3、企业盈利能力分析	574
4、企业运营能力分析	574
5、企业偿债能力分析	575
三、企业竞争优势	575
四、企业发展战略	576
第八节 美年大健康产业集团股份有限公司	578
一、企业简介	578
二、企业经营现状	579
三、企业竞争优势	580
四、企业发展战略	582
第九节 慈铭健康体检管理集团股份有限公司	583
一、企业简介	583
二、企业经营现状	583
三、企业竞争优势	584

四、企业发展战略	584
第十节 爱康国宾健康体检管理集团有限公司	585
一、企业简介	585
二、企业主要业务分析	585
三、企业核心竞争力分析	585
四、企业发展战略	586
第十八章 2015-2019年大健康产业市场营销分析	589
第一节 大健康产品营销综述	589
一、大健康产品及市场消费特点	589
1、什么是大健康产品（药用消费品）	589
2、药用消费品的特点	589
3、大健康产品的十大品类	589
4、大健康产品的市场特点	591
二、大健康产品的营销渠道	591
三、大健康产品的营销终端	592
四、大健康产品的品牌营销	592
五、大健康产品的营销战略	593
六、大健康产品的市场突围	593
1、缺失引来“群狼”	593
2、三条突围路径刻不容缓	594
第二节 直销在大健康产业的运用	595
一、直销的特征及优势	595
1、直销的特点	595
2、直销业的优势	596
二、直销经营模式与策略分析	596
三、直销在大健康产业运用现状	597
四、直销在大健康产业应用前景	597
第三节 医药产业营销	598
一、医药企业买断制营销模式	598
1、优点	598
2、缺点	598

3、建议	598
二、医药企业代理制营销模式	599
1、全国总代理	599
2、省级总代理	600
3、地市县代理	601
4、混合代理	601
三、医药企业直销制营销模式	602
1、经营制	602
2、分销制	604
四、医药企业混合制营销模式	605
1、优点	605
2、缺点	606
五、药企选择营销模式的影响因素	606
1、四大因素影响营销模式选择	606
2、模式创新必须切合企业实际	607
六、医药企业大健康营销法则	607
七、药品的营销渠道发展分析	607
1、药品营销渠道的演变	607
2、药品营销渠道的发展趋势	608
第四节 保健品行业营销	610
一、保健品营销的要素分析	610
1、价格	610
2、策略	610
3、功效	610
4、概念	611
5、品牌	611
二、保健品营销热门模式介绍	611
1、会议营销	611
2、电视购物	611
3、直销模式	611
4、网上定制模式	612
三、保健品的专卖店营销分析	612

1、专卖店营销的优势	612
2、专卖店营销的劣势	612
四、保健品营销需注意的问题	613
五、保健品营销可行路径探索	616
六、保健品企业营销方向探析	617
第五节 健康服务产业营销	617
一、营销模式分析	617
二、营销组合策略	618
三、产品策略分析	618
四、价格策略分析	619
五、渠道策略分析	619
六、促销策略分析	619
第六节 大健康药店的经营战略	620
一、大健康药店的误区	620
二、大健康药店的经营之道	625
三、药店大健康商业模式实践	628
四、药店大健康营销案例分析	628

第四部分 发展前景展望

第十九章 大健康产业的投资分析 630

第一节 市场投资主体分析 630

一、医药企业争相介入大健康产业	630
二、中药企业发展大健康产业的优势	630
三、中药企业投资大健康产业的逻辑	631
四、中药企业转型大健康前景分析	631
五、连锁药店积极向大健康产业转型	632
六、大健康课题下药企的战略抉择	632
1、内企：厚利之下强热不退	632
2、外企：主业受困曲线转移	632
3、选择：战略才是决策之本	632

第二节 产业投资状况 632

一、大健康产业投融资规模	632
--------------	-----

二、大健康产业掀起投资热潮	633
三、医疗健康产业获资本青睐	634
四、健康产业对风投的吸引分析	634
第三节 投资机会分析	635
一、大健康产业具有抗周期投资特征	635
二、大健康产业面临良好的政策机遇	636
三、大健康产业的未来商机分析	636
四、药企进入大健康产业的市场机会	636
第四节 投资热点剖析	637
一、制药领域	637
二、医疗机构领域	637
三、新药研发外包领域	639
四、医药物流配送领域	639
第五节 投资风险及建议	639
一、投资风险分析	639
二、投资主线及核心	641

第二十章 2020-2026年大健康产业发展前景及趋势分析 642

第一节 大健康产业发展前景预测 642

- 一、大健康产业发展利好因素 642
- 二、大健康产业发展前景展望 642
- 三、健康服务业发展潜力分析 642

第二节 大健康产业发展趋势分析 643

- 一、未来大健康产业发展趋势 643
- 二、未来医疗健康市场走势分析 646

第三节 2020-2026年大健康产业预测分析 648

- 一、2020-2026年大健康产业市场规模预测 648
- 二、2020-2026年医药制造行业预测分析 649
- 三、2020-2026年医疗器械行业预测分析 649
- 四、2020-2026年保健品市场预测分析 650
- 五、2020-2026年健康保险业预测分析 650
- 六、2020-2026年健康体检业预测分析 651

图表目录

图表：大健康产业链结构分析	4
图表：2019年人口数及其构成	11
图表：2019年大健康产业主要政策出台情况	14
图表：日本医疗保险情况	48
图表：2015-2019年国内生产总值变化情况	64
图表：固定资产投资增长情况	69
图表：固定资产投资到位资金增长情况	70
图表：2019年人口数及其构成	80
图表：2013-2019年城镇新增就业人数（万人）	81
图表：2019年全国居民人均可支配收入平均数与中位数	82
图表：2019年全国居民人均消费支出及构成	83
图表：2019年社会消费品同比增长情况	86
图表：近年来医药制造行业收入与利润增速（%）	182
图表：2019年中国医药保健品进出口商品分类统计	190
图表：历年医疗健康领域投融资数据	199
图表：中国医药业各子类别销售收入比例	220
图表：中国医疗器械行业产业链分析	230
图表：医疗器械行业潜在进入者分布	233
图表：医疗机构议价能力分析	235
图表：2010-2019年中国医疗器械销售规模及增长速度	236
图表：医疗器械产品注册费标准	238
图表：2014-2016年我国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业规模以上企业数	249
图表：2014-2016年我国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业产值走势图	249
图表：2014-2016年我国医疗诊断、监护及治疗设备制造行业销售收入走势图	250
图表：中国口腔科用设备及器具制造行业市场竞争格局	251
图表：中国国民营养保健品购买力加强（单位：元）	257
图表：中国国民营养健康状况（单位：%）	258
图表：2020-2026年营养保健品行业收入规模预测（单位：亿元）	258

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151706.html>