

2024-2030年中国中药大健康 康及医疗器械融资租赁行业分析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

《2024-2030年中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业分析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/202312/430370.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业分析与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 中国中药大健康产业发展 1 第一节 中药大健康产业的概念 1 第二节 中药大健康产业的领域 2 一、中药农业 2 二、中药加工业 3 三、中药保健品产业 3 四、中药健康管理服务业 4 第三节 中药大健康产业链分析 5 第四节 中药大健康产业体系的构建 6 一、大健康大保健理念体系 6 二、大健康大保健教育体系 6 三、大健康大保健产业体系 7 四、大健康大保健服务体系 7 第五节 中药大健康理念的推广应用 7 第六节 大健康战略经验与启示分析 9 第二章 大健康产业发展状况分析 10 第一节 大健康产业发展分析 10 一、大健康产业发展历程分析 10 二、大健康产业发展现状分析 13 三、大健康产业整体规模分析 14 四、大健康产业产品结构分析 15 第二节 发达国家大健康产业发展经验借鉴 16 一、美国大健康产业发展经验借鉴 16 1、医疗服务市场发展现状 16 2、大健康产业发展现状分析 22 3、大健康产业发展经验借鉴 24 二、日本大健康产业发展经验借鉴 25 1、医疗服务市场发展现状 25 2、大健康产业发展现状分析 26 3、大健康产业发展经验借鉴 31 三、英国大健康产业发展经验借鉴 31 1、医疗服务市场发展现状 31 2、大健康产业发展现状分析 35 3、大健康产业发展经验借鉴 35 四、法国大健康产业发展经验借鉴 36 1、医疗服务市场发展现状 36 2、大健康产业发展现状分析 38 3、大健康产业发展经验借鉴 40 五、德国大健康产业发展经验借鉴 41 1、医疗服务市场发展现状 41 2、大健康产业发展现状分析 43 3、大健康产业发展经验借鉴 43 第三节 领先跨国企业进军大健康经验借鉴 45 一、美国雅培公司abbott 45 1、企业发展简况分析 45 2、企业经营情况分析 45 3、企业大健康产品经营情况 46 4、企业大健康战略经验借鉴 48 5、企业在华投资布局情况分析 49 二、美国强生公司johnson&johnson 50 1、企业发展简况分析 50 2、企业经营情况分析 51 3、企业大健康产品经营情况 51 4、企业大健康战略经验借鉴 54 5、企业在华投资布局情况分析 54 三、瑞士诺华公司novartisag 56 1、企业发展简况分析 56 2、企业经营情况分析 57 3、企业大健康产品经营情况 57 4、企业大健康战略经验借鉴 57 5、企业在华投资布局情况分析 58 四、英国葛兰素史克glaxosmithkline 60 1、企业发展简况分析 60 2、企业经营情况分析 61 3、企业大健康产品经营情况 61 4、企业大健康战略经验借鉴 62 5、企业在华投资布局情况分析 63 五、法国赛诺菲-安万特sanofi-aventis 65 1、企业发展简况分析 65 2、企业经营情况分析 67 3、企业大健康产品经营情况 67 4、企业大健康战略经验借鉴 68 5、企业在华投资

布局情况分析 72 第三章 中国中药大健康产业发展环境分析 75 第一节 中药大健康产业政策环境分析 75 一、《中医药创新发展规划纲要(2006-2020年)》 75 二、《中药现代化科技产业基地发展规划(2010-2020年)》 77 三、《关于促进健康服务业发展的若干意见》 89 四、《关于做好城镇居民基本医疗保险工作的通知》 97 五、《中药材保护和发展规划(2018-2024)》 99 六、《中医药健康服务发展规划(2015-2020年)》 103 七、医药电商新政年底将出台 107 第二节 中药大健康产业经济环境分析 110 一、中国gdp增长情况分析 110 二、工业经济发展形势分析 111 三、社会固定资产投资分析 112 四、全社会消费品零售总额 114 五、城乡居民收入增长分析 115 六、居民消费价格变化分析 116 七、对外贸易发展形势分析 119 第三节 中药大健康产业社会环境分析 121 一、人口环境分析 121 二、中国城镇化率 126 三、人口老龄化进程 127 四、居民医疗保健支出 128 第四章 中国中药大健康产业发展状况分析 138 第一节 中药大健康产业市场运营分析 138 一、中药大健康产品消费群体分析 138 二、中药大健康产业市场规模分析 139 三、中药大健康产业竞争现状分析 141 四、中药大健康产业发展存在的问题 142 五、中药大健康产业的发展战略分析 143 第二节 中药大健康产品市场营销分析 145 一、中药大健康产品市场营销渠道 145 二、中药大健康产品市场营销策略 148 1、品牌营销策略 148 2、文化营销策略 149 3、会展营销策略 150 4、跨界营销策略 152 5、体验营销策略 154 6、网络营销策略 157 7、关系营销策略 159 8、会议营销策略 165 三、中药大健康产业营销突围路径 166 1、塑造品牌,突破单品 166 2、专卖店模式,采取“1+n”模式突围 167 3、电商体验模式-建立网上保健品专卖店 167 第五章 中国中药企业转型大健康产业发展分析 168 第一节 中药企业转型大健康产业发展模式分析 168 一、品牌移植型 168 二、营销渠道型 168 三、资源开发型 168 四、文化渗透型 168 第二节 中药企业转型大健康产业发展状况分析 169 一、中药企业转型大健康产业优势 169 1、品牌延伸优势 169 2、研发品控优势 169 3、养生文化的优势 169 二、中药企业转型大健康产业现状 170 三、中药企业大健康产业战略转型 172 四、中药企业大健康产业突围路径 176 1、价值延伸 176 2、创新品类 177 3、整合资源 178 4、因地制宜 179 5、创新营销 180 第三节 中药企业转型大健康产业发展经验借鉴 181 一、云南白药的“品牌移植” 181 二、江中药业的“营销渠道” 182 三、康美药业的“资源开发” 184 第六章 中国连锁药店转型大健康药店发展分析 185 第一节 连锁药店转型大健康药店发展分析 185 一、连锁药店转型大健康药店的必然性 185 二、连锁药店转型大健康药店现状分析 189 三、连锁药店转型大健康药店问题分析 191 四、连锁药店转型大健康药店挑战分析 191 第二节 连锁药店转型大健康药店经营分析 195 一、大健康药店的经营之道分析 195 1、战略性的布局 195 2、模块化经营 196 3、一个中心的设立 197 4、专业化服务营销 198 二、大健康药店“药店+诊所+

名医”模式 199 三、大健康药店产品市场营销模式分析 200 第三节 连锁药店转型大健康药店动态分析 201 一、益丰大药房：向多元经营的“大健康药房”转型 201 1、提升门店形象，强化品牌影响力 201 2、升级会员管理体系，提升会员满意度和忠诚度 201 3、发力医药电子商务业务，寻求线上线下融合增长 202 二、同济堂整合大健康产业提速 202 1、大健康产业资本市场的香饽饽 202 2、同济堂产业链优势明显 202 第七章 中国中药农业发展潜力分析 204 第一节 中药农业发展状况分析 204 一、中药农业发展现状分析 204 二、中药农业发展情况分析 213 1、江西中药材农业发展迅猛 213 2、中药材成为玉林市重要产业 213 3、云南新平县种植中药材助推农业转型升级 214 三、中药农业发展存在的问题 220 四、中药农业的发展前景分析 221 第二节 中药材种植市场潜力分析 225 一、中药材种植行业发展现状 225 二、中药材种植面积规模分析 226 三、中药材品种区域规划分析 227 四、中药材种植产值效益分析 237 五、中药材种植产业化发展前景 237 六、中药材种植市场发展潜力分析 239 第三节 中药材市场发展潜力分析 240 一、中药材市场发展优势分析 240 二、中药材市场流通模式分析 242 三、中药材交易市场状况分析 243 1、中药材交易监管模式 243 2、中药材交易会运营现状 245 3、中药材交易市场数量 245 4、中药材市场交易规模 246 5、中药材交易区域竞争 247 四、中药材“物联网+”交易市场现状 254 五、中药材市场发展潜力分析 256 第四节 中药材GAP基地建设运营分析 258 一、中药材GAP认证发展分析 258 1、GAP认证检查评定标准 258 2、GAP认证的中药材名录 263 3、中药材GAP认证的重要性 271 4、GAP认证被取消 273 二、中药材GAP基地建设模式分析 276 1、中药企业直接建设模式 276 2、以农场建基地模式 276 3、政府直接组织发起建设模式 276 4、中药材商业企业+农户模式 277 5、科研机构+农户模式 277 6、中成药生产企业+科研机构+农户模式 277 7、政府+科研机构+农户模式 277 8、中药企业+科研机构+协会+农户模式 277 三、中药材GAP基地建设情况分析 278 四、中药材GAP基地种植模式分析 281 1、药材与农作物间套种植模式 281 2、药材与果园混种模式 282 3、药材与药材混种模式 283 第八章 中国中药加工工业发展潜力分析 284 第一节 中药行业发展状况分析 284 一、中药的产业链分析 284 二、中药行业发展现状分析 284 三、中药行业发展规模分析 284 四、中药产品进出口情况分析 285 五、中药产业发展SWOT分析 285 六、中医药健康服务发展规划 287 第二节 中药研发投入潜力分析 295 一、中药研发技术应用状况分析 295 1、中药有效成分提取新技术 295 2、中药与天然药物生物技术 295 3、中药研发的纳米技术应用 297 4、中药研发的发酵技术应用 299 5、中药研发的膜分离技术应用 299 6、中药研发的生物技术应用 301 二、中药技术发展趋势分析 306 三、中药研发市场的发展建议分析 306 1、促进中药研发的建议分析 306 2、中药研发的路径选择解析 307 3、新药研究的系统思维运用 308 4、中药研发可选择联合开发 309 5、新药研发

立题应遵循的要求 309 四、中药新药研发模式分析 311 第三节 中成药市场发展潜力分析 312 一、中成药的产量情况分析 312 1、中成药总体产量情况 312 2、中成药区域生产情况 313 二、中成药行业运行状况分析 313 1、中成药行业发展概况 313 2、中成药行业企业规模 314 3、中成药行业资产规模 314 4、中成药行业销售收入 315 5、中成药行业利润总额 315 三、中成药的进出口市场分析 316 1、中成药出口市场分析 316 2、中成药进口市场分析 316 四、中成药市场发展策略分析 317 五、中成药行业发展走向分析 317 第四节 中药饮片市场发展潜力分析 318 一、中药饮片行业发展状况分析 318 1、中药饮片行业规范发展 318 2、中药饮片行业发展现状 319 二、中药饮片行业发展规模分析 319 1、中药饮片行业发展概况 319 2、中药饮片行业企业规模 320 3、中药饮片行业资产规模 320 4、中药饮片行业销售收入 321 5、中药饮片行业利润总额 321 三、中药饮片进出口市场分析 322 1、中药饮片出口市场分析 322 2、中药饮片进口市场分析 322 四、中药饮片炮制市场运营分析 323 1、中药饮片炮制问题分析 323 2、中药饮片炮制发展策略 324 3、中药饮片炮制技术分析 325 五、中药饮片市场发展问题分析 326 六、中药饮片市场发展策略分析 327 第五节 植物提取物市场发展潜力分析 329 一、植物提取物行业发展状况分析 329 1、植物提取物行业技术水平 329 2、植物提取物行业经营模式 330 3、植物提取物行业进入壁垒 330 4、植物提取物行业发展现状 331 5、植物提取物行业发展政策 332 二、植物提取物行业竞争格局分析 332 三、植物提取物行业市场需求分析 333 四、植物提取物的进出口情况分析 334 五、植物提取物行业影响因素分析 337 六、植物提取物市场发展潜力分析 338 第九章 中国中药保健品市场发展潜力分析 340 第一节 中药保健品市场发展潜力分析 340 一、中药保健品发展状况分析 340 1、中药保健品种类情况 340 2、中药保健品市场优势 340 3、中药保健品发展方向 343 二、中药保健品市场规模分析 345 三、中药保健品细分产品市场分析 345 1、保健品市场分析 345 2、营养补充类保健品市场分析 346 3、美容养颜类保健品市场分析 352 4、降血脂类保健品市场分析 353 5、降血糖类保健品市场分析 355 四、中药保健品进出口情况分析 356 五、中药保健品发展存在的问题 356 六、中药保健品发展前景分析 358 第二节 中药保健饮料市场发展潜力分析 359 一、中药保健饮料研发种类分析 359 二、中药保健饮料市场定位分析 361 三、中药保健饮料企业情况分析 363 四、中药保健饮料组方选方机制以及制作工艺分析 363 五、中药保健饮料发展潜力分析 365 第三节 中药保健茶市场发展潜力分析 365 一、中药保健茶品种研发情况 365 二、中药保健茶发展情况分析 365 三、养生保健茶市场规模分析 366 四、中药保健茶企业情况分析 366 五、保健养生茶发展瓶颈分析 367 六、保健养生茶市场发展建议 368 七、保健养生茶发展趋势分析 369 第四节 中药保健酒市场发展潜力分析 370 一、中药保健酒市场发展现状 370 二、中药保健酒规模现状分析 371 三、保健酒竞争情况分析 372 四、中药保健酒

市场需求分析 373 五、中药保健酒发展趋势分析 373 六、中药保健酒发展潜力分析 376

第五节 中药药膳食品市场发展潜力分析 376 一、药膳食品概念分析 376 二、药膳食品功效分析 377 三、药膳食品分类情况分析 379 四、药膳食品功能性成分分析 380 五、药膳食品细分市场分析 384 六、药膳食品市场发展前景分析 384

第十章 中国中药日化用品市场发展潜力分析 386 第一节 中药药妆市场发展潜力分析 386 一、中药药妆市场发展概况 386 二、中药药妆市场经营状况分析 386 1、中药药妆市场零售情况 386 2、中药药妆市场零售规模 387 3、中药药妆市场竞争现状 387 三、中药药妆细分产品成分分析 387 四、中药药妆市场发展困境分析 389 1、中国药妆品牌定位缺失 389 2、中国药妆行业目标战略失重 389 3、缺乏核心差异 389 4、消费教育之难 390 五、中药药妆市场发展潜力分析 390

第二节 中药洗发水市场发展潜力分析 391 一、中药洗发水主要品牌分析 391 二、中药洗发水市场发展现状 393 三、中药洗发水零售市场分析 394 四、中药洗发水市场规模分析 394 五、中药洗发水市场调研分析 395 1、关于产品安全性认同 395 2、关于发展期望 396 3、关于产品卖点 396 4、关于宣传推广 396

第三节 中药沐浴露市场发展潜力分析 396 一、中药沐浴露主要品牌分析 396 二、中药沐浴露产品分类分析 401 三、中药沐浴露市场发展分析 401 四、中药沐浴露零售市场分析 402

第四节 中药牙膏市场发展潜力分析 403 一、中药牙膏主要品牌分析 403 二、中药牙膏市场发展现状 405 三、中药牙膏零售市场分析 405 四、中药牙膏市场规模分析 406 五、中药牙膏市场潜力分析 407

第十一章 中国重点区域中药大健康产业发展潜力分析 408 第一节 广东省中药大健康产业发展潜力分析 408 一、医疗保健的支出情况分析 408 二、中药材资源分布情况分析 408 三、中医药工业市场规模分析 408 四、大健康产业发展现状分析 411 五、中药大健康产业发展潜力 412

第二节 浙江省中药大健康产业发展潜力分析 418 一、医疗保健的支出情况分析 418 二、中药材资源分布情况分析 418 三、中医药工业市场规模分析 419 四、大健康产业发展现状分析 420 五、中药大健康产业发展潜力 420

第三节 甘肃省中药大健康产业发展潜力分析 421 一、医疗保健的支出情况分析 421 二、中药材资源分布情况分析 422 三、中医药工业市场规模分析 422 四、大健康产业发展现状分析 423 五、中药大健康产业发展潜力 425

第四节 山西省中药大健康产业发展潜力分析 426 一、医疗保健的支出情况分析 426 二、中药材资源分布情况分析 426 三、中医药工业市场规模分析 427 四、大健康产业发展现状分析 427 五、中药大健康产业发展潜力 430

第五节 湖南省中药大健康产业发展潜力分析 431 一、医疗保健的支出情况分析 431 二、中药材资源分布情况分析 432 三、中医药工业市场规模分析 437 四、大健康产业发展现状分析 438 五、中药大健康产业发展潜力 438

第六节 江西省中药大健康产业发展潜力分析 441 一、医疗保健的支出情况分析 441 二、中药材资源分布情况分析 441 三、中医药工业市场规模分析 442 四、大健康产业发展现状分析 442 五、

中药大健康产业发展潜力 443 第七节 河南省中药大健康产业发展潜力分析 446 一、医疗保健的支出情况分析 446 二、中药材资源分布情况分析 446 三、中医药工业市场规模分析 447 四、大健康产业发展现状分析 447 五、中药大健康产业发展潜力 448 第八节 湖北省中药大健康产业发展潜力分析 450 一、医疗保健的支出情况分析 450 二、中药材资源分布情况分析 451 三、中医药工业市场规模分析 451 四、大健康产业发展现状分析 451 五、中药大健康产业发展潜力 452 第九节 贵州省中药大健康产业发展潜力分析 452 一、医疗保健的支出情况分析 452 二、中药材资源分布情况分析 453 三、中医药工业市场规模分析 453 四、大健康产业发展现状分析 454 五、中药大健康产业发展潜力 455 第十二章 中国中药大健康产业领先企业发展战略分析 457 第一节 药企大健康产业战略分析 457 一、天士力制药集团股份有限公司 457 1、企业发展基本情况 457 2、企业经营情况分析 458 3、企业竞争优势分析 458 4、企业中药大健康产品分析 460 5、企业中药大健康产业发展 460 6、企业中药大健康产业战略 462 二、广东康美药业股份有限公司 462 1、企业发展基本情况 462 2、企业经营情况分析 464 3、企业竞争优势分析 464 4、企业中药大健康产品分析 468 5、企业中药大健康产品研发 471 6、企业中药大健康产业战略 472 三、兰州佛慈制药股份有限公司 473 1、企业发展基本情况 473 2、企业经营情况分析 474 3、企业竞争优势分析 474 4、企业中药大健康产品分析 476 5、企业中药大健康产品研发 477 6、企业中药大健康产业战略 477 四、云南白药集团股份有限公司 477 1、企业发展基本情况 477 2、企业经营情况分析 478 3、企业竞争优势分析 478 4、企业中药大健康产品分析 480 5、企业发展战略分析 480 五、北京同仁堂股份有限公司 481 1、企业发展基本情况 481 2、企业经营情况分析 482 3、企业竞争优势分析 482 4、企业中药大健康产品分析 482 5、企业中药大健康发展战略 483 六、江中药业股份有限公司 483 1、企业发展基本情况 483 2、企业经营情况分析 484 3、企业竞争优势分析 484 4、企业中药产品研发与技术分析 485 5、企业中药发展战略分析 485 七、株洲千金药业股份有限公司 486 1、企业发展基本情况 486 2、企业经营情况分析 486 3、企业竞争优势分析 486 4、企业中药大健康产品分析 488 5、企业中药大健康产品研发 488 6、企业中药大健康产业战略 489 八、重庆太极实业(集团)股份有限公司 489 1、企业发展基本情况 489 2、企业经营情况分析 490 3、企业竞争优势分析 490 4、企业中药主营产品分析 492 5、企业中药大健康产品研发 492 6、企业中药大健康产业战略 493 九、哈药集团有限公司 493 1、企业发展基本情况 493 2、企业经营情况分析 494 3、企业竞争优势分析 494 4、企业中药大健康产品分析 496 5、企业中药大健康产品研发 496 6、企业中药大健康产业战略 497 十、山东东阿阿胶股份有限公司 498 1、企业发展基本情况 498 2、企业经营情况分析 499 3、企业竞争优势分析 499 4、企业中药大健康产品分析 500 5、企业中药大健康产品研发 500 6、企业中药大健康产业战略 500 十一、天津红日药业股

份有限公司 501 1、企业发展基本情况 501 2、企业经营情况分析 502 3、企业竞争优势分析 502 4、企业中药大健康产品研发 505 5、企业中药大健康产业战略 505 十二、漳州片仔癀药业股份有限公司 506 1、企业发展基本情况 506 2、企业经营情况分析 507 3、企业竞争优势分析 507 4、企业中药大健康产品分析 508 5、企业中药大健康产业动态 508 6、企业中药大健康产业战略 509 十三、中国医药健康产业股份有限公司 509 1、企业发展基本情况 509 2、企业经营情况分析 511 3、企业竞争优势分析 511 4、企业中药大健康产品分析 512 5、企业中药大健康经营模式 513 6、企业中药大健康发展战略 513 十四、华润三九医药股份有限公司 514 1、企业发展基本情况 514 2、企业经营情况分析 515 3、企业竞争优势分析 515 4、企业中药大健康研发分析 516 5、企业中药大健康产业拓展 517 6、企业中药大健康发展战略 517 十五、包头东宝生物技术股份有限公司 518 1、企业发展基本情况 518 2、企业经营情况分析 519 3、企业竞争优势分析 519 4、企业中药大健康产品分析 521 5、企业中药大健康产品研发 521 6、企业中药大健康产业战略 522 十六、西藏奇正藏药股份有限公司 523 1、企业发展基本情况 523 2、企业经营情况分析 524 3、企业竞争优势分析 524 4、企业中药大健康产品分析 526 5、企业中药大健康产品研发 526 6、企业中药大健康产业战略 527 十七、山东达因海洋生物制药股份有限公司 527 1、企业发展基本情况 527 2、企业经营情况分析 528 3、企业竞争优势分析 528 4、企业中药大健康产品分析 529 5、企业中药大健康产品研发 529 6、企业中药大健康产业动态 529 十八、广州医药集团有限公司 530 1、企业发展基本情况 530 2、企业经营情况分析 531 3、企业竞争优势分析 531 4、企业中药大健康业务分析 534 5、企业中药大健康产品研发 535 6、企业中药大健康发展战略 536 十九、吉林修正药业集团股份有限公司 536 1、企业发展基本情况 536 2、企业经营情况分析 537 3、企业竞争优势分析 537 4、企业中药大健康产品分析 538 5、企业中药大健康产品研发 539 6、企业中药大健康产业动态 540 二十、滇虹药业集团股份有限公司 540 1、企业发展基本情况 540 2、企业经营情况分析 541 3、企业中药大健康产品分析 541 4、企业中药大健康品牌建设 541 第二节 连锁药店大健康产业战略分析 542 一、中国海王星辰连锁药店有限公司 542 1、企业发展基本情况 542 2、企业经营情况分析 543 3、企业药店门店数量及分布 543 4、企业中药大健康产业举措 544 二、云南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司 544 1、企业发展基本情况 544 2、企业经营情况分析 546 3、企业药店门店数量及分布 546 4、企业中药大健康产业优势 546 三、老百姓大药房连锁股份有限公司 551 1、企业发展基本情况 551 2、企业经营情况分析 552 3、企业药店门店数量及分布 552 4、企业中药大健康产业优势 552 四、国药控股国大药房有限公司 553 1、企业发展基本情况 553 2、企业药店门店数量及分布 554 3、企业中药大健康产业动态 554 4、企业中药大健康产业服务 555 五、大参林医药集团股份有限公司 555 1、企业发展基本情况 555 2、企业

药店门店数量及分布 556 3、企业主要发展历程 556 4、企业中药大健康产业战略 557 六、湖南怀仁大药房连锁有限公司 557 1、企业发展基本情况 557 2、企业中药大健康经营范围 559 3、企业药店门店数量及分布 559 4、企业中药大健康产业情况 559 七、北京金象大药房医药连锁有限责任公司 559 1、企业发展基本情况 559 2、企业药店门店数量及分布 560 3、企业中药大健康产业举措 560 八、重庆桐君阁股份有限公司 560 1、企业发展基本情况 560 2、企业药店门店数量及分布 561 3、企业中药大健康产品分析 561 4、企业中药大健康优势分析 561 九、北京永安堂医药连锁有限公司 562 1、企业发展基本情况 562 2、企业药店经营范围 562 3、企业中药大健康产业优势 563 十、云南健之佳健康连锁店股份有限公司 563 1、企业发展基本情况 563 2、企业药店门店数量及分布 564 3、企业中药大健康自有品牌 564 4、企业中药大健康经营分析 564 十一、甘肃德生堂医药有限公司 565 1、企业发展基本情况 565 2、企业经营情况分析 566 3、企业中药大健康产业优势 566 第十三章 中国中药大健康产业发展前景及投融资策略 567 第一节 中药大健康产业发展前景分析 567 一、中药大健康产业驱动因素 567 二、中药行业发展前景分析 568 三、中药大健康产业发展前景 570 第二节 中药大健康产业投融资机会 571 一、中药大健康产业投融资壁垒分析 571 1、政策壁垒 571 2、资金壁垒 571 3、品牌壁垒 571 4、专利壁垒 572 5、技术壁垒 572 二、中药大健康产业投融资机会 572 三、中药大健康产业面临问题 578 第三节 中药大健康产业投融资风险 579 一、产业政策风险 579 二、市场竞争风险 580 三、人力资源风险 582 四、产品质量风险 584 第三节 中药大健康产业投融资策略 585 一、中药大健康产业融资渠道分析 585 1、银行信贷 585 2、小额贷款公司 586 3、村镇银行 587 4、信托公司 587 5、信用担保公司 588 二、中药大健康产业投融资策略 591 1、产品定位策略 591 2、产品开发策略 593 3、渠道销售策略 594 4、品牌定位 599 5、服务策略 601 6、重点客户战略 603 7、产品差异化战略 607 第十四章 中国中药大健康企业IPO上市策略指导分析 610 第一节 中药大健康企业境内IPO上市目的及条件 610 一、中药大健康企业境内上市主要目的 610 二、中药大健康企业上市需满足的条件 611 1、企业境内主板IPO主要条件 611 2、企业境内中小板IPO主要条件 612 3、企业境内创业板IPO主要条件 613 三、企业改制上市中的关键问题 614 第二节 中药大健康企业IPO上市的相关准备 622 一、企业该不该上市 622 二、企业应何时上市 624 三、企业应何地上市 626 四、企业上市前准备 628 1、企业上市前综合评估 628 2、企业的内部规范重组 630 3、选择并配合中介机构 632 4、应如何选择中介机构 635 第三节 中药大健康企业IPO上市的规划实施 638 一、上市费用规划和团队组建 638 二、尽职调查及问题解决方案 639 三、改制重组需关注重点问题 640 四、企业上市辅导及注意事项 641 五、上市申报材料制作及要求 642 六、网上路演推介及询价发行 644 第四节 企业IPO上市审核工作流程 648 一、企业IPO上市基本审核流程 648

二、企业IPO上市具体审核环节 648 三、与发行审核流程相关的事项 651 第十五章 医疗器械租赁发展行业环境分析 654 第一节 医疗行业发展现状分析 654 一、医疗行业产业政策分析 654 二、医疗行业发展现状分析 674 三、医疗行业主要企业分析 676 四、2015-中国互联网医疗行业总体规模分析 677 第二节 2015-中国医疗企业运营情况分析 678 一、我国医疗行业营收分析 678 二、我国医疗行业成本分析 678 三、我国医疗行业利润分析 679 第三节 2015-中国互联网医疗行业财务指标总体分析 680 一、行业盈利能力分析 680 二、行业偿债能力分析 681 三、行业营运能力分析 681 四、行业发展能力分析 682 第四节 医疗行业市场前景分析 683 一、医疗行业发展机遇分析 683 二、医疗行业市场发展预测 684 三、医疗行业发展前景分析 685 第十六章 医疗健康金融行业分析 687 第一节 医疗健康行业主要金融模式 687 一、医疗设备+融资租赁 687 二、医疗+供应链金融 688 三、医疗+互联网+保险 690 四、医疗+消费金融 693 五、医疗+互助众筹 694 第二节 医疗健康+金融 694 一、医疗+P2P 694 二、管理式医疗保险模式HMO 695 第十七章 互联网+医疗盈利模式分析 697 第一节 现有商业模式分析 697 一、向患者收费模式——Zeo 697 二、向医生收费模式——Zocdoc 697 三、向医院收费模式——Vocera 698 四、向药企收费模式——Epocrates 698 五、向险企收费模式——WellDoc 699 第二节 互联网+医疗企业盈利模式构建 699 一、挖掘客户价值需求 699 1、转变商业思维 699 2、客户隐性需求 699 3、客户价值主张 700 二、产业价值链再定位 701 1、客户价值公式 701 2、产业价值定位 701 3、商业形态定位 701 三、寻找利益相关者 702 四、构建盈利模式 702 第十八章 中国医疗行业互联网+创新商业模式分析 704 第一节 互联网对医疗行业的影响 704 一、智能医疗设备发展情况分析 704 1、智能医疗设备发展概况 704 2、主要医疗APP应用情况 705 二、医疗智能设备经营模式分析 705 1、智能硬件模式 705 2、医疗APP模式 707 3、虚实结合模式 708 4、个性化资讯模式 708 三、智能设备对医疗行业的影响分析 708 1、智能设备对医疗行业的影响 708 2、医疗智能设备的发展趋势分析 709 第二节 互联网+医疗发展模式分析 709 一、医疗O2O模式分析 709 1、运行方式 709 2、盈利模式 710 二、智能联网模式 710 1、运行方式 710 2、盈利模式 711 第三节 互联网+医疗案例分析 711 一、百度医疗 711 1、百度医疗定位 711 2、百度医疗模式 711 3、未来拓展方向 712 二、美柚 712 1、美柚市场定位 712 2、美柚发展模式 712 3、未来拓展方向 712 三、丁香园 713 1、丁香园的定位 713 2、丁香园的模式 713 3、未来拓展方向 713 四、春雨医生 713 1、春雨医生定位 713 2、春雨医生模式 714 3、未来拓展方向 714 五、九安医疗 715 1、九安医疗定位 715 2、未来拓展方向 715 第四节 互联网背景下医疗行业发展趋势分析 716 第十九章 互联网医疗背景下医疗器械融资租赁的发展机会分析 718 第一节 医疗器械融资租赁政策及其实施情况 718 一、医疗器械融资

租赁相关政策解读 718 二、医疗器械融资租赁计划实施成果解读 719 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 720 一、医疗器械融资租赁内涵与特征 720 二、医疗器械融资租赁与经济的关系分析 720 第三节 国内环境背景下医疗器械融资租赁发展的SWOT分析 721 一、国家战略对医疗器械融资租赁产业的影响分析 721 1、对医疗器械融资租赁市场资源配置的影响 721 2、对医疗器械融资租赁产业市场格局的影响 722 3、对医疗器械融资租赁产业发展方式的影响 722 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 722 1、医疗器械融资租赁发展的优势分析 722 2、医疗器械融资租赁发展的劣势分析 723 3、医疗器械融资租赁发展的机遇分析 724 4、医疗器械融资租赁发展面临的挑战 725 第二十章 互联网对医疗器械融资租赁的影响分析 726 第一节 互联网对医疗器械融资租赁行业的影响 726 一、互联网+医疗器械融资租赁设备 726 二、互联网+医疗器械融资租赁经营模式分析 727 三、智能设备对医疗行业的影响分析 728 第二节 互联网+医疗器械发展模式分析 729 一、互联网+医疗器械商业模式解析 729 1、医疗器械O2O模式分析 729 2、智能联网模式 730 二、互联网+医疗器械融资租赁案例分析 731 1、案例 731 三、互联网背景下医疗器械行业发展趋势分析 731 第二十一章 中国家用医疗器械需求与消费者偏好调查 733 第一节 家用医疗器械产品目标客户群体调查 733 一、不同收入水平消费者偏好调查 733 二、不同年龄的消费者偏好调查 734 三、不同地区的消费者偏好调查 734 第二节 家用医疗器械产品的品牌市场调查 735 一、消费者对家用医疗器械品牌认知度宏观调查 735 二、消费者对家用医疗器械产品的品牌偏好调查 735 三、消费者对家用医疗器械品牌的首要认知渠道 735 四、消费者经常购买的品牌调查 736 五、家用医疗器械品牌忠诚度调查 736 六、家用医疗器械品牌市场占有率调查 737 七、消费者的消费理念调研 737 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 738 一、价格敏感程度 738 二、品牌的影响 738 三、购买方便的影响 738 四、广告的影响程度 738 略••••完整报告请咨询客服 图表目录 图表：大健康产业的产业链构成 5 图表：大健康产业规模走势图 14 图表：美国管理式医疗中健康维护组织的网络架构表 22 图表：美国大健康产业规模走势图 23 图表：美国大健康服务市场结构 23 图表：日本健康产业规模年均趋势 27 图表：日本健康服务市场结构 27 图表：日本医疗保险情况 28 图表：雅培经营情况分析（单位：百万元） 45 图表：强生经营情况分析（单位：百万元） 51 图表：强生制药各部门销售贡献情况 52 图表：诺华经营情况分析（单位：百万元） 57 图表：葛兰素史克经营情况分析（单位：百万元） 61 图表：赛诺菲-安万特经营情况分析（单位：百万元） 67 图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 112 图表：固定资产投资到位资金同比增速 113 图表：居民人均消费支出及构成 115 图表：与居民人均可支配收入平均数与中位数分析 116 图表：全国居民消费价格分析 117 图表：居民消费价格分类分析 118 图表：居民消

费价格分类环比分析 119 图表：中国进出口数据分析 119 图表：中国人口总量及增速 121
图表：中国男女人口结构分析 122 图表：中国城镇、农村人口对比走势图 122 图表：中
国65周岁及以上人口数量 123 图表：各年龄段人口数量分析 123 图表：各年龄段人口占比
图 123

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/430370.html>