

2017-2022年中国大健康行业市场深度调查评估及 投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国大健康行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/292213.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

大健康从本质上讲是一种广义的健康概念，是随着人们的健康理念的延伸而产生的，它围绕着人的衣食住行和生老病死，关注各类影响健康的危险因素和误区，提倡自我健康管理，即不仅有科学的健康生活，更要有正确的健康观念。

作为全球最大的产业之一，全球健康年支出总额占GWP总额的十分之一左右，是全球经济发展的新引擎。2015年全球大健康产业支出为79856亿美元。高收入国家医疗健康支出比例最高，而中低收入国家最低，中低收入国家需要加强对健康产业投入。

2007-2015年全球大健康产业规模走势图

资料来源：世界银行、WHO

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 大健康产业相关概述1

1.1 大健康产业的概念界定1

1.1.1 产业定义1

1.1.2 产业群体构成1

1.1.3 产业特征1

1.2 大健康产业链分析2

1.2.1 产业链构成2

1.2.2 健康制造业2

1.2.3 健康服务业2

1.3 大健康产业发展的优势条件3

1.3.1 丰富的人力资源3

1.3.2 成熟的市场条件3

1.3.3 良好的文化基础3

1.3.4 积极的政策扶持4

1.4 大健康产业发展基本规律5

1.4.1 行业增长规律5

1.4.2 结构演变规律5

1.4.3 行业就业规律6

1.4.4 空间分布规律6

1.4.5 产业转移规律6

1.5 大健康产业的综合效应阐述7

1.5.1 经济效益7

1.5.2 社会效应8

1.5.3 民众健康效应8

第二章 2013-2014年国际大健康产业发展现状9

2.1 2013-2014年国际大健康产业总体概况9

2.1.1 发展背景9

2.1.2 产业现状10

2.1.3 细分市场10

大健康产业是经济系统中提供预防、诊断、治疗、康复和缓和性医疗商品和服务的部门的总称，通常包括医药工业、医药商业、医疗服务、保健品、健康保健服务等领域。大健康产业是世界上最大和增长最快的产业之一。大部分发达国家的医疗消费开支超过了其国内生产总值（GDP）的10%，由此可见，大健康产业是一个国家国民经济的重要组成部分。

2015年北美地区大健康产业规模为33140亿美元，占同期全球市场总量的41.5%；欧盟地区大健康产业规模为18047亿美元，占比为27.5%；拉美及加勒比海地区大健康产业规模为5350亿美元，占比为6.7%。

2007-2015年全球主要区域大健康产业市场规模统计表（亿美元）

年份

阿拉伯联盟国家

北美

拉美及加勒比海

欧盟

亚洲及其他

合计

2007年

608

24148

2563

15934

11659

54912

2008年

734

25351

3016

17712

13690

60503

2009年

821

26248

3048

17145

14665

61927

2010年

859

27479

3714

16830

16688

65570

2011年

1002

28611

4150

17916

19454

71133

2012年

1166

29771

4191

16858

20562

72548

2013年

1167

30929

4389

17521

20675

74681

2014年

1304

32232

4813

17830

21116

77295

2015年

1358

33140

5350

18047

21960

79856

资料来源：世界银行、WHO

2.1.4 财政投入12

2.1.5 科技投入12

2.1.6 政策环境14

2.2 2013-2014年领先地区大健康产业发展状况14

2.2.1 美国14

2.2.2 欧盟17

2.2.3 日本18

2.2.4 韩国23

2.2.5 中国台湾24

2.3 国际大健康产业成功经验借鉴27

2.3.1 国家法律和政策的支持27

2.3.2 相对成熟的医疗保障机制28

2.3.3 健康信息系统的完备28

第三章 2014-2015年中国大健康产业发展潜力分析30

3.1 经济环境30

3.1.1 国际经济形势分析30

3.1.2 中国经济运行特征47

3.1.3 中国经济运行现状48

3.1.4 中国经济发展趋势52

3.2 社会环境54

3.2.1 人口结构变化54

3.2.2 居民收入水平56

3.2.3 消费结构变化57

3.2.4 医疗成本变化62

3.2.5 人口老龄化进程62

3.2.6 城镇化扩张64

3.3 国民健康需求65

3.3.1 国民健康素养状况65

3.3.2 国民健康状况调查66

3.3.3 国民健康威胁因素67

3.3.4 中国健康战略计划68

第四章 2014-2015年中国大健康产业政策环境分析69

4.1 行业监管体制69

4.1.1 医疗产业监管体制69

4.1.2 保健食品业监管体制71

4.1.3 健康管理市场监管体制71

4.2 行业法规规范73

4.2.1 医疗产业法规体系73

4.2.2 保健食品业法规体系75

4.2.3 健康保险业法规体系76

4.2.4 健康管理服务规范88

4.3 政策利好形势91

4.3.1 国家对医疗产业的鼓励政策91

4.3.2 符合国家产业结构调整政策91

4.3.3 国家政策支持健康服务业发展167

4.3.4 老年人健康服务相关推动政策168

4.3.5 低价药品产销迎来政策利好169

第五章 2013-2015年中国大健康产业发展综合分析170

5.1 中国大健康产业发展背景170

5.1.1 大健康产业发展的重要性阐述170

5.1.2 大健康产业对中国经济的助益173

5.1.3 中国大健康产业发展需求动力174

5.1.4 大健康产业渐成企业投资蓝海178

5.2 2013-2014年中国大健康产业发展现状179

5.2.1 产业体系结构179

目前，我国健康服务产业链主要有五大基本产业群：一是以医疗服务机构为主体的医疗产业；二是以药品、医疗器械、医疗耗材产销为主体的医药产业；三是以保健食品、健康产品产销为主体的保健品产业；四是以健康检测评估、咨询服务、调理康复和保障促进等为主体的健康管理服务产业；五是健康养老产业。

2009-2015年中国健康服务产业结构（亿元）

年份

医疗产业

医药产业

保健品产业

健康管理服务

健康养老

合计

2009年

1717

9539

450

432

3399

15537

2010年

2133

11849

609

518

4199

19308

2011年

2746

15255

856

622

6444

25923

2012年

3246

17083

1131

746

7709

29915

2013年

3913

20593

1579

896

10382

37363

2014年

4432

23326

2055

1075

14100

44988

2015年

4850

25842

2500

1290

16303

49985

资料来源：公开资料整理

5.2.2 产业规模现状180

5.2.3 产业发展态势180

1、企业规模发展分析

2011-2015年中国健康服务行业企业规模

年份

规模以上企业单位数（个）

2011年

10129

2012年

10638

2013年

11839

2014年

13109

2015年

15025

资料来源：公开资料整理

2、企业技术研发分析

2016年健康服务将从“概念”化服务阶段走向“高新技术服务”实际落地阶段，以“饮食、运动、睡眠、心理、起居、环境、经络”等全科管理为核心的健康管理将成为主流。经济学专家预计，2016年必将迎来健康产业发展的黄金时代。

3、企业发展前景分析

第一，人才结构的巨变：目前,我国有上千万人从事与健康产业相关的工作，但是，他们中的大多数学科知识不饱满，服务模式不清晰，在实际服务中力不从心或无从下手，无法满足客户的需求，影响了自身的发展，也影响了企业的发展。2014年12月在“中国移动医疗产业发展论坛”获悉，大健康产业历经10年发展，人们对健康需求逐渐个性化、全科化，健康服务产业将从“单一学科技术和概念化”服务时代上升为“全科高新技术”服务时代，2015年成为中国大健康服务产业发展的分水岭。大健康产业发展人才需求显著特点是：掌握饮食、运动、睡眠、心理、环境、起居、经络全科知识和相关知识应用能力的全科健康管理师。

第二，服务模式的巨变：国民对健康服务需求的日趋个性化，催生了大健康产业的链式发展，以“声讯服务与移动私助的上门服务、移动专家的定点服务结合”的OTO的客服模式成为

行业服务的主要模式，同时产生震撼性关注，仅2014年第四季度，中国大健康产业链客服执行机构世纪英才-清晨健康管理的大客户订单超过40万人。清晨健康管理客服，主要以全科健康管理师线上24小时声讯服务，与线下清晨健康管理工作站实体店、清晨健康管理私助上门服务相结合，赢得各界的高度认同。清晨健康管理的服务模式是以个性化档案管理、全科健康评估、检后干预和阶段性健康评价等为主要内容。

第三，健康产品的巨变：我国现有的健康企业大多数规模小，研发力量薄弱，产品单一，各自为政，无法形成一个完整的健康产品，客户享受不到“完善系统”的服务，尤其是以“行为治疗”为主要模式的健康管理，需要多学科，系统、精细的服务。新时代的健康服务产品应该是以营养、运动、睡眠、心理、环境、起居、经络学科有机组合的健康管理技术和服务为主，结合相关的有机食品及个性化营养餐、运动器械、中医手法、运动课程和养生厨艺等，形成完整的健康管理标准化流程，让客服消费产品的同时，享受全方位的健康服务。

5.2.4 行业竞争状况182

5.2.5 空间布局特征184

5.2.6 行业发展动向185

5.3 中国大健康产业发展的问题分析186

5.3.1 阻碍因素186

5.3.2 五大瓶颈189

5.3.3 与国外存在的差距189

5.4 中国大健康产业发展的建议探究190

5.4.1 促进大健康产业发展的策略190

5.4.2 大健康产业发展的政策建议192

5.4.3 大健康产业发展的冷思考195

5.4.4 大健康产业商业模式探讨195

5.4.5 中国健康服务业发展战略197

5.5 大健康产业相关企业运营策略199

5.5.1 企业突围思路199

5.5.2 企业差异化策略200

5.5.3 企业的创新途径200

第六章 2017-2022年中国医药产业投资潜力分析201

6.1 中国医药行业基本特征201

6.1.1 医药行业替代性201

6.1.2 医药行业垄断程度201

6.1.3 医药行业技术水平201

- 6.1.4 医药行业生命周期202
- 6.1.5 医药产业供应链结构204
- 6.2 中国医药行业经济运行现状206
 - 6.2.1 经营效益分析206
 - 6.2.2 生产情况分析207
 - 6.2.3 销售情况分析207
 - 6.2.4 产品价格变化208
 - 6.2.5 对外贸易特征211
- 6.3 中国医药行业竞争状况剖析213
 - 6.3.1 医药制造行业竞争结构分析213
 - 6.3.2 化学药制造行业竞争分析216
 - 6.3.3 中药制造行业竞争分析219
 - 6.3.4 生物药制造行业竞争分析222
 - 6.3.5 医药行业的竞争趋势预测224
- 6.4 医药行业投资潜力分析229
 - 6.4.1 投资规模现状229
 - 6.4.2 投资机会分析230
 - 6.4.3 投资规模预测230
 - 6.4.4 投资壁垒分析230
- 6.5 化学制药产业投资潜力分析231
 - 6.5.1 行业发展现状231
 - 6.5.2 发展特征分析232
 - 6.5.3 产业链的现状236
 - 6.5.4 投资机会分析238
 - 6.5.5 投资建议242
- 6.6 中药产业投资潜力分析244
 - 6.6.1 行业发展现状244
 - 6.6.2 发展特征分析245
 - 6.6.3 投融资特点248
 - 6.6.4 投资价值分析250
 - 6.6.5 产业前景分析251
- 6.7 生物医药产业投资潜力分析256
 - 6.7.1 行业发展现状256
 - 6.7.2 发展特征分析256
 - 6.7.3 投资态势分析262

6.7.4 投资价值分析262

6.7.5 产业前景分析263

第七章 2017-2022年中国医疗器械行业投资潜力分析265

7.1 中国医疗器械行业基本状况265

7.1.1 行业界定及地位作用分析265

7.1.2 医疗器械产业发展环境266

7.1.3 医疗器械行业发展特征268

7.1.4 医疗器械行业产业链分析271

7.1.5 医疗器械行业企业布局状况272

7.1.6 医疗器械行业区域布局状况273

7.1.7 医疗器械行业竞争结构分析274

7.2 中国医疗器械行业运行现状274

7.2.1 行业销售规模分析274

7.2.1 行业销售规模分析274

7.2.2 市场集中度分析275

7.2.3 生产经营企业规模276

7.2.4 医械产品注册情况277

7.2.5 终端销售渠道分析277

7.2.6 对外贸易状况分析277

7.2.7 政策规范实施动态278

7.3 医疗器械行业投资潜力分析281

7.3.1 投资特征分析281

7.3.2 出口机会分析284

7.3.3 行业景气度判断284

7.3.4 投资前景剖析285

7.3.5 投资热点预测285

7.4 医疗器械行业投资风险预警286

7.4.1 宏观经济风险286

7.4.2 政策风险286

7.4.3 技术风险287

7.4.4 供求风险287

7.4.5 相关行业风险287

7.4.6 区域风险287

7.4.7 产品结构风险287

- 7.5 医疗器械细分市场投资潜力分析288
 - 7.5.1 医疗诊断、监护及治疗设备制造业288
 - 7.5.2 口腔科用设备及器具制造业288
 - 7.5.3 实验室及医用消毒设备和器具制造业289
 - 7.5.4 医疗、外科及兽医用器械制造业289
 - 7.5.5 机械治疗及病房护理设备制造业290
 - 7.5.6 假肢、人工器官及植（介）入器械制造业290

第八章 2017-2022年中国保健品行业投资潜力分析291

- 8.1 中国保健品行业发展特征291
 - 8.1.1 保健品行业运行周期分析291
 - 8.1.2 保健品行业发展的驱动因素292
 - 8.1.3 保健品市场的运作规律简析293
 - 8.1.4 保健品消费人群结构特征296
 - 8.1.5 保健品市场竞争结构及特征296
- 8.2 中国保健品行业运行现状297
 - 8.2.1 产业规模分析297
 - 8.2.2 行业监管现状297
 - 8.2.3 对外贸易状况302
 - 8.2.4 市场竞争态势分析305
 - 8.2.5 企业战略动向分析306
 - 8.2.6 直销公司产品分析307
- 8.3 保健品行业投资潜力分析317
 - 8.3.1 未来增长形势317
 - 8.3.2 市场规模预测318
 - 8.3.3 产业投资建议319
 - 8.3.4 投资思路探讨320
- 8.4 保健品细分市场投资潜力分析321
 - 8.4.1 钙类保健品市场321
 - 8.4.2 美容类保健品市场328
 - 8.4.3 减肥类保健品市场331
 - 8.4.4 降血脂保健品市场340
 - 8.4.5 眼保健品市场342
 - 8.4.6 保健酒市场345
 - 8.4.7 鱼油市场346

第九章 2017-2022年中国医疗服务业投资潜力分析348

9.1 医疗服务业运行状况348

9.1.1 国际行业概况348

9.1.2 国内行业现状353

9.1.3 市场特征分析354

9.1.4 行业规模经济性解析355

9.1.5 运行模式探索356

9.1.6 政策发布动态357

9.1.7 行业发展症结358

9.2 2013-2015年中国医疗服务规模现状359

9.2.1 门诊和住院工作量359

9.2.2 医院医师工作负荷361

9.2.3 病床使用情况361

9.3 社会资本进入医疗服务领域分析362

9.3.1 社会资本在医疗服务领域的地位及作用362

9.3.2 社会资本进入医疗服务领域的现状363

9.3.3 社会资本进入医疗服务领域的主要模式364

9.3.4 社会资本进入医疗服务领域面临的问题364

9.3.5 社会资本进入医疗服务领域的建议365

9.4 医疗服务业投资潜力分析366

9.4.1 行业价值链366

9.4.2 市场前景广阔367

9.4.3 投资主体分析368

9.4.4 投资态势剖析368

9.4.5 投资机会分析369

9.4.6 细分市场投资机会369

9.5 医疗服务业投资建议371

9.5.1 最佳投资时机及细分板块371

9.5.2 各投资板块格局和成功要素375

9.5.3 投资方式选择381

第十章 2017-2022年中国健康管理服务业投资潜力分析386

10.1 中国健康管理服务业相关概述386

10.1.1 内涵特征和服务流程386

- 10.1.2 产业发展历程388
- 10.1.3 行业特征及成功因素389
- 10.1.4 产业链构成状况390
- 10.1.5 产业主体分析390
- 10.1.6 外部环境分析391
- 10.2 中国健康管理服务业运行现状393
 - 10.2.1 产业发展现状393
 - 10.2.2 资本进入状况395
 - 10.2.3 竞争格局分析395
 - 10.2.4 消费市场分析396
 - 10.2.5 主要问题分析397
 - 10.2.6 市场需求走向397
- 10.3 健康管理服务业发展战略探讨398
 - 10.3.1 市场定位战略398
 - 10.3.2 价格策略分析398
 - 10.3.3 科技发展战略399
- 10.4 健康管理服务行业投资潜力分析399
 - 10.4.1 投资特征分析399
 - 10.4.2 投资机会分析400
 - 10.4.3 投资热点挖掘401
 - 10.4.4 细分市场商业机会402
 - 10.4.5 投资壁垒分析402
 - 10.4.6 投资风险分析403
- 10.5 健康体检市场投资潜力分析403
 - 10.5.1 市场容量分析403
 - 10.5.2 行业主体分析404
 - 10.5.3 市场竞争模式405
 - 10.5.4 企业战略动向406
 - 10.5.5 资本投资动态406
 - 10.5.6 投资机会分析407
- 第十一章 2017-2022年中国健康保险业投资潜力分析408
 - 11.1 中国健康保险业相关介绍408
 - 11.1.1 健康保险的内涵及范畴408
 - 11.1.2 健康保险业的发展阶段408

- 11.1.3 健康保险业的基本情况409
- 11.1.4 健康保险业的政策环境410
- 11.1.5 健康保险的经济学原理411
- 11.2 中国健康保险业运行现状413
 - 11.2.1 产业运营现状413
 - 11.2.2 产业规模分析414
 - 11.2.3 区域规模分析414
 - 11.2.4 需求特征分析415
 - 11.2.5 市场竞争态势416
- 11.3 健康保险业的商业模式分析417
 - 11.3.1 经营形式对比417
 - 11.3.2 现行经营模式评价417
 - 11.3.3 介入医保模式分析418
 - 11.3.4 主要盈利模式剖析419
 - 11.3.5 最优商业模式探索420
- 11.4 健康保险业的投资机会分析420
 - 11.4.1 市场驱动因素420
 - 11.4.2 市场潜力分析421
 - 11.4.3 未来趋势分析421
 - 11.4.4 投资空间分析422
- 11.5 健康保险业的投资风险及建议423
 - 11.5.1 政策性风险423
 - 11.5.2 产品自身风险423
 - 11.5.3 产品设计风险424
 - 11.5.4 外界风险424
 - 11.5.5 投资要点把握424

第十二章 2017-2022年中国健身娱乐业投资潜力分析426

- 12.1 中国健身娱乐业相关概述426
 - 12.1.1 产业地位及作用426
 - 12.1.2 发展阶段及特征427
 - 12.1.3 行业发展趋势428
- 12.2 中国健身娱乐业运行现状428
 - 12.2.1 行业整体概况428
 - 12.2.2 产业运行态势428

12.2.3 市场消费特征429

12.2.4 主要问题分析429

12.2.5 经营模式分析429

12.3 健身娱乐业发展策略分析431

12.3.1 品牌经营策略431

12.3.2 成长战略研究434

12.3.3 加快发展思路436

12.3.4 产业提升途径437

12.4 健身娱乐业投资潜力分析437

12.4.1 产业前景分析437

12.4.2 投资回报分析438

12.4.3 投资壁垒分析438

12.4.4 投资运作建议439

第十三章 2017-2022年中国健康养老产业投资潜力分析441

13.1 健康养老产业特征及模式441

13.1.1 养老产业的概念及特征441

13.1.2 养老产业的起源和发展443

13.1.3 养生养老的基本模式443

13.1.4 养老产业的市场空间444

13.2 健康养老产业运行现状444

13.2.1 行业整体态势444

13.2.2 行业区域布局446

13.2.3 市场竞争格局450

13.2.4 市场供需形势451

13.2.5 行业投资动态453

13.2.6 政策环境分析454

13.3 健康养老产业发展的不足及建议454

13.3.1 问题分析454

13.3.2 战略措施455

13.3.3 保障建议457

13.4 健康养老产业投资潜力分析457

13.4.1 投资特征457

13.4.2 投资机会457

13.4.3 投资风险458

13.4.4 投资建议458

13.5 健康养老产业细分市场投资潜力分析459

13.5.1 老年人医疗保健需求分析459

13.5.2 老年人用药市场前景广阔460

13.5.3 中老年失禁用品需求增长460

13.5.4 老年人专用化妆品市场庞大461

第十四章 2017-2022年中国新型健康产业投资潜力分析463

14.1 健康家居市场投资机会分析463

14.1.1 行业概念界定463

14.1.2 产业发展现状463

14.1.3 投资机会分析464

14.2 医疗旅游产业投资机会分析464

14.2.1 产业内涵及产业链构成464

14.2.2 综合效益分析468

14.2.3 产业发展现状468

14.2.4 成功要素分析469

14.2.5 发展优势分析471

14.2.6 投资机会分析472

14.2.7 未来前景展望472

14.3 有机农业产业投资机会分析473

14.3.1 行业定义及特征473

14.3.2 产业发展现状475

14.3.3 投资态势分析476

14.3.4 市场空间分析476

14.3.5 投资机会分析476

14.3.6 投资运作策略477

第十五章 2017-2022年目标客户细分市场投资机会分析479

15.1 儿童市场479

15.1.1 我国儿童健康状况479

15.1.2 儿童健康市场特点483

15.1.3 市场增长前景分析484

15.1.4 市场投资机会分析487

15.2 老年人市场488

- 15.2.1 老年人健康状况488
- 15.2.2 老年人健康服务需求分析489
- 15.2.3 老年人保健产品消费状况490
- 15.2.4 老年人健康服务营销策略491
- 15.2.5 老年人健康市场投资机会493
- 15.3 女性市场495
 - 15.3.1 我国女性健康状况495
 - 15.3.2 女性美容美体服务市场分析496
 - 15.3.3 育龄女性健康服务市场分析498
 - 15.3.4 女性健康服务市场营销策略499
 - 15.3.5 女性健康服务市场投资机会500
- 15.4 生殖健康市场500
 - 15.4.1 生殖健康概念界定500
 - 15.4.2 生殖健康产业发展环境502
 - 15.4.3 生殖健康产业需求特征503
 - 15.4.4 生殖健康细分市场机会504
 - 15.4.5 生殖健康产业发展规划505
- 15.5 亚健康群体市场507
 - 15.5.1 亚健康状态介绍507
 - 15.5.2 亚健康群体规模507
 - 15.5.3 亚健康服务产业链508
 - 15.5.4 亚健康服务市场需求509
 - 15.5.5 亚健康产业投资机会509
- 15.6 高收入群体市场509
 - 15.6.1 高收入阶层分类及规模509
 - 15.6.2 高收入群体健康状况511
 - 15.6.3 高收入人群健康服务市场特点512
 - 15.6.4 高收入人群健康服务投资机会512
- 15.7 职业白领市场513
 - 15.7.1 职业白领健康状况513
 - 15.7.2 职业白领健康服务市场需求514
 - 15.7.3 职业白领健康服务市场建议515

第十六章 2013-2015年部分地区大健康产业发展状况516

- 16.1 浙江省大健康产业发展分析516

- 16.1.1 产业发展基础516
- 16.1.2 区域发展态势516
- 16.1.3 主要问题分析517
- 16.1.4 对策建议分析517
- 16.2 海南省大健康产业发展分析519
 - 16.2.1 产业发展意义519
 - 16.2.2 产业发展优势520
 - 16.2.3 对策建议分析521
- 16.3 山东省潍坊市大健康产业发展分析522
 - 16.3.1 产业发展基础522
 - 16.3.2 产业发展现状529
 - 16.3.3 主要问题分析531
 - 16.3.4 产业发展形势532
 - 16.3.5 未来规划情况535
- 16.4 广东省深圳市大健康产业发展分析537
 - 16.4.1 产业发展基础537
 - 16.4.2 产业发展形势538
 - 16.4.3 未来规划情况539
 - 16.4.4 对策建议分析551
- 16.5 江西省鹰潭市大健康产业发展分析553
 - 16.5.1 产业结构情况553
 - 16.5.2 产业发展基础553
 - 16.5.3 主要问题分析554
 - 16.5.4 未来规划情况555
- 16.6 四川省成都市大健康产业发展分析556
 - 16.6.1 产业发展优势556
 - 16.6.2 主要问题分析557
 - 16.6.3 未来规划情况557
 - 16.6.4 对策建议分析558
- 16.7 其他地区559
 - 16.7.1 吉林省559
 - 16.7.2 湖北省560
 - 16.7.3 江西省565
 - 16.7.4 河北秦皇岛市569
 - 16.7.5 河北宣化县570

16.7.6 江苏如皋市571

第十七章 2015-2016年大健康产业重点企业竞争力分析574

17.1 天士力制药集团股份有限公司 (600535) 574

17.1.1 企业发展概况574

17.1.2 经营效益分析575

17.1.3 业务经营分析579

17.1.4 财务状况分析580

17.1.5 核心竞争力分析580

17.1.6 企业发展战略583

17.1.7 未来前景展望584

17.2 云南白药集团股份有限公司 (000538) 586

17.2.1 企业发展概况586

17.2.2 经营效益分析587

17.2.3 业务经营分析591

17.2.4 财务状况分析591

17.2.5 核心竞争力分析592

17.2.6 企业发展战略593

17.2.7 未来前景展望594

17.3 江中药业股份有限公司 (600750) 595

17.3.1 企业发展概况595

17.3.2 经营效益分析596

17.3.3 业务经营分析600

17.3.4 财务状况分析601

17.3.5 核心竞争力分析601

17.3.6 企业发展战略602

17.3.7 未来前景展望602

17.4 山东东阿阿胶股份有限公司 (000423) 603

17.4.1 企业发展概况603

17.4.2 经营效益分析604

17.4.3 业务经营分析608

17.4.4 财务状况分析608

17.4.5 核心竞争力分析609

17.4.6 企业发展战略610

17.4.7 未来前景展望612

- 17.5 北京同仁堂股份有限公司 (600085) 612
 - 17.5.1 企业发展概况612
 - 17.5.2 经营效益分析613
 - 17.5.3 业务经营分析617
 - 17.5.4 财务状况分析618
 - 17.5.5 核心竞争力分析618
 - 17.5.6 企业发展战略619
 - 17.5.7 未来前景展望620
- 17.6 华润三九医药股份有限公司 (000999) 621
 - 17.6.1 企业发展概况621
 - 17.6.2 经营效益分析622
 - 17.6.3 业务经营分析626
 - 17.6.4 财务状况分析627
 - 17.6.5 核心竞争力分析627
 - 17.6.6 企业发展战略628
 - 17.6.7 未来前景展望628
- 17.7 广州白云山医药集团股份有限公司 (600332) 629
 - 17.7.1 企业发展概况629
 - 17.7.2 经营效益分析630
 - 17.7.3 业务经营分析634
 - 17.7.4 财务状况分析634
 - 17.7.5 核心竞争力分析634
 - 17.7.6 企业发展战略636
 - 17.7.7 未来前景展望637
- 17.8 美年大健康产业集团股份有限公司638
 - 17.8.1 企业发展概况638
 - 17.8.2 经营状况分析638
 - 17.8.3 核心竞争力分析638
 - 17.8.4 企业发展战略638
- 17.9 慈铭健康体检管理集团股份有限公司 (002710) 639
 - 17.9.1 企业发展概况639
 - 17.9.2 经营状况分析639
 - 17.9.3 核心竞争力分析644
 - 17.9.4 企业发展战略644
- 17.10 上市公司财务比较分析645

17.10.1 盈利能力分析645

17.10.2 成长能力分析646

17.10.3 营运能力分析646

17.10.4 偿债能力分析647

第十八章 2013-2015年大健康产业市场营销分析648

18.1 大健康产品营销综述648

18.1.1 大健康产品及市场消费特点648

18.1.2 大健康产品的营销渠道650

18.1.3 大健康产品的营销终端650

18.1.4 大健康产品的品牌营销651

18.1.5 大健康产品的营销战略652

18.1.6 大健康产品的市场突围655

18.2 直销在大健康产业的运用657

18.2.1 直销的特征及优势657

18.2.2 直销经营模式与策略分析657

18.2.3 直销在大健康产业运用现状658

18.2.4 直销在大健康产业应用前景659

18.3 医药产业营销659

18.3.1 医药企业买断制营销模式659

18.3.2 医药企业代理制营销模式660

18.3.3 医药企业经自营制营销模式660

18.3.4 医药企业直销制营销模式660

18.3.5 药企选择营销模式的影响因素661

18.3.6 医药企业大健康营销法则662

18.3.7 药品的营销渠道发展分析666

18.4 保健品行业营销669

18.4.1 保健品营销的要素分析669

18.4.2 保健品营销热门模式介绍673

18.4.3 保健品的专卖店营销分析674

18.4.4 保健品营销需注意的问题675

18.4.5 保健品营销可行路径探索676

18.4.6 保健品企业营销方向探析680

18.5 健康服务产业营销681

18.5.1 营销模式分析681

- 18.5.2 营销组合策略682
- 18.5.3 产品策略分析682
- 18.5.4 价格策略分析683
- 18.5.5 渠道策略分析683
- 18.5.6 促销策略分析684
- 18.6 大健康药店的经营战略684
- 18.6.1 大健康药店的误区684
- 18.6.2 大健康药店的经营之道685
- 18.6.3 药店大健康商业模式实践688
- 18.6.4 药店大健康营销案例分析692

第十九章 大健康产业的投资分析695

- 19.1 市场投资主体分析695
- 19.1.1 医药企业争相介入大健康产业695
- 19.1.2 中药企业发展大健康产业的优势696
- 19.1.3 中药企业投资大健康产业的逻辑696
- 19.1.4 中药企业转型大健康前景分析700
- 19.1.5 连锁药店积极向大健康产业转型702
- 19.2 产业投资状况703
- 19.2.1 大健康产业投融资规模703
- 19.2.2 大健康产业掀起投资热潮704
- 19.2.3 大健康产业热点投资领域705
- 19.2.4 医疗健康产业获资本青睐705
- 19.2.5 健康产业对风投的吸引力分析706
- 19.3 投资机会分析707
- 19.3.1 大健康产业的投资特性707
- 19.3.2 大健康产业具有抗周期投资特征708
- 19.3.3 大健康产业面临良好的政策机遇708
- 19.3.4 大健康产业迎来较好投资时机709
- 19.3.5 大健康产业的投资方向预测709
- 19.4 投资热点剖析711
- 19.4.1 制药业711
- 19.4.2 医疗机构行业712
- 19.4.3 新药研发外包领域713
- 19.4.4 医药物流配领域715

19.4.5 健康管理服务产业716

19.4.6 医养产业717

19.4.7 移动医疗业720

19.5 投资风险及建议723

19.5.1 投资风险分析723

19.5.2 投资主线及核心723

第二十章 2017-2022年大健康产业发展前景及趋势分析725

20.1 大健康产业发展前景预测725

20.1.1 大健康产业发展利好因素725

20.1.2 大健康产业发展前景展望726

20.1.3 健康服务业增长动力分析729

20.2 大健康产业发展趋势分析730

20.2.1 未来大健康产业发展趋势730

20.2.2 未来医疗健康市场走势分析732

20.3 2017-2022年大健康产业预测分析734

20.3.1 2017-2022年大健康产业市场规模预测734

20.3.2 2017-2022年医药制造行业预测分析735

20.3.3 2017-2022年医疗器械行业预测分析736

20.3.4 2017-2022年保健品市场预测分析736

20.3.5 2017-2022年健康保险业预测分析737

20.3.6 2017-2022年健康体检业预测分析738

附录：739

附录一：中华人民共和国药品管理法739

附录二：药品注册管理办法751

附录三：医疗器械监督管理条例777

附录四：医疗器械注册管理办法795

附录五：医疗器械生产质量管理规范（试行）806

附录六：医疗机构管理条例815

附录七：保健食品管理办法820

附录八：保健食品注册管理办法（试行）825

附录九：健康保险管理办法839

附录十：互联网医疗保健信息服务管理办法847

附录十一：国务院关于促进健康服务业发展的若干意见852

附录十二：国务院关于加快发展养老服务业的若干意见860

图表目录：

图表1：我国GDP发展运行情况

图表2：我国居民价格指数变化情况（CPI）

图表3：2015年城镇与农村居民消费价格指数

图表4：我国工业生产在出厂价格指数（PPI）

图表5：我国居民收入及消费支出情况

图表6：2003-2015年我国居民收入基尼系数

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/292213.html>