



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国大健康市场监 测及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国大健康市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277010.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。 2009-2014年中国健康服务产业结构（单位：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

2013年我国健康服务产业市场规模约3.74万亿元，到2014年我国健康服务产业达到了4.5万亿元，近几年我国健康服务产业市场规模情况如下图所示： 2009-2014年中国健康服务产业市场规模

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。

报告揭示了健康服务行业市场潜在需求与市场机会，报告对健康服务行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国健康服务行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。 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 2013-2015年国际大健康产业发展现状9

2.1 2013-2015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

2.1.4 财政投入12

2.1.5 科技投入12

2.1.6 政策环境19

2.2 2013-2015年领先地区大健康产业发展状况19

2.2.1 美国19

2.2.2 欧盟22

2.2.3 日本23

2.2.4 韩国29

2.2.5 中国台湾31

2.3 国际大健康产业成功经验借鉴34

2.3.1 国家法律和政策的支持34

2.3.2 相对成熟的医疗保障机制34

2.3.3 健康信息系统的完备34

第三章 2013-2015年中国大健康产业发展潜力分析36

3.1 经济环境36

3.1.1 国际经济形势分析36

3.1.2 中国经济运行特征57

3.1.3 中国经济运行现状57

3.1.4 中国经济发展趋势59

3.2 社会环境60

3.2.1 人口结构变化60

3.2.2 居民收入水平63

3.2.3 消费结构变化65

3.2.4 医疗成本变化70

3.2.5 人口老龄化进程71

3.2.6 城镇化扩张72

3.3 国民健康需求73

3.3.1 国民健康素养状况73

3.3.2 国民健康状况调查73

3.3.3 国民健康威胁因素75

3.3.4 中国健康战略规划75

第四章 2013-2015年中国大健康产业政策环境分析77

4.1 行业监管体制77

4.1.1 医疗产业监管体制77

4.1.2 保健食品业监管体制79

4.1.3 健康管理市场监管体制79

4.2 行业法规规范81

4.2.1 医疗产业法规体系81

4.2.2 保健食品业法规体系83

4.2.3 健康保险业法规体系84

4.2.4 健康管理服务规范95

4.3 政策利好形势99

4.3.1 国家对医疗产业的鼓励政策99

4.3.2 符合国家产业结构调整政策99

4.3.3 国家政策支持健康服务业发展174

4.3.4 老年人健康服务相关推动政策175

4.3.5 低价药品产销迎来政策利好178

第五章 2013-2015年中国大健康产业发展综合分析179

5.1 中国大健康产业发展背景179

5.1.1 大健康产业发展的重要性阐述179

5.1.2 大健康产业对中国经济的助益182

5.1.3 中国大健康产业发展需求动力183

5.1.4 大健康产业渐成企业投资蓝海187

5.2 2013-2015年中国大健康产业发展现状188

5.2.1 产业体系结构188

5.2.2 产业规模现状189

5.2.3 产业发展态势189

1、企业规模发展分析 2011-2014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

2、企业技术研发分析

2015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,2015年必将迎来健康产业黄金时代。

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年将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191

5.2.5 空间布局特征193

5.2.6 行业发展动向194

5.3 中国大健康产业发展的问题分析196

5.3.1 阻碍因素196

5.3.2 五大瓶颈198

5.3.3 与国外存在的差距198

5.4 中国大健康产业发展的建议探究199

5.4.1 促进大健康产业发展的策略199

5.4.2 大健康产业发展的政策建议201

5.4.3 大健康产业发展的冷思考204

5.4.4 大健康产业商业模式探讨205

5.4.5 中国健康服务业发展战略206

5.5 大健康产业相关企业运营策略208

5.5.1 企业突围思路208

5.5.2 企业差异化策略209

5.5.3 企业的创新途径209

第六章 2016-2022年中国医药产业投资潜力分析210

6.1 中国医药行业基本特征210

6.1.1 医药行业替代性	210
6.1.2 医药行业垄断程度	210
6.1.3 医药行业技术水平	210
6.1.4 医药行业生命周期	211
6.1.5 医药产业供应链结构	213
6.2 中国医药行业经济运行现状	215
6.2.1 经营效益分析	215
6.2.2 生产情况分析	216
6.2.3 销售情况分析	216
6.2.4 产品价格变化	217
6.2.5 对外贸易特征	220
6.3 中国医药行业竞争状况剖析	222
6.3.1 医药制造行业竞争结构分析	222
6.3.2 化学药制造行业竞争分析	223
6.3.3 中药制造行业竞争分析	225
6.3.4 生物药制造行业竞争分析	226
6.3.5 医药行业的竞争趋势预测	228
6.4 医药行业投资潜力分析	231
6.4.1 投资规模现状	231
6.4.2 投资机会分析	231
6.4.3 投资规模预测	232
6.4.4 投资壁垒分析	232
6.5 化学制药产业投资潜力分析	233
6.5.1 行业发展现状	233
6.5.2 发展特征分析	233
6.5.3 产业链的现状	237
6.5.4 投资机会分析	239
6.5.5 投资建议	244
6.6 中药产业投资潜力分析	245
6.6.1 行业发展现状	245
6.6.2 发展特征分析	246
6.6.3 投融资特点	249

6.6.4 投资价值分析	251
6.6.5 产业前景分析	252
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	257
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 2016-2022年中国医疗器械行业投资潜力分析266

7.1 中国医疗器械行业基本状况	266
7.1.1 行业界定及地位作用分析	266
7.1.2 医疗器械产业发展环境	267
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	270
7.1.5 医疗器械行业企业布局状况	270
7.1.6 医疗器械行业区域布局状况	272
7.1.7 医疗器械行业竞争结构分析	272
7.2 中国医疗器械行业运行现状	273
7.2.1 行业销售规模分析	273
2011-2014年中国医疗器械行业销售规模分析	
年份	主营业务收入
(千元)	
2011年1-12月	135427092
2012年1-12月	156450718
2013年1-12月	188863261
2014年1-12月	213606612
数据来源：国家统计局	
7.2.2 市场集中度分析	273
2014年分省市销售收入统计	
省市	主营业务收入(千元)
北京市	12008203
天津市	2932507
河北省	2725539
内蒙古自治区	323510
辽宁省	8787493
吉林省	5639708
黑龙江省	119490
上海市	10596030
江苏省	50887340
浙江省	8273331
安徽省	5159142
福建省	4452288
江西省	11668397
山东省	29613042
河南省	12278467
湖北省	2038160
湖南省	5403100
广东省	29421969
广西壮族自治区	2864701
重庆市	2509535
四川省	4835408
贵州省	507236
云南省	59850
陕西省	481859
甘肃省	20307
数据来源：国家统计局	

中国医药物资协会发布了《2014中国医疗器械行业发展蓝皮书》，报告显示，国内的医疗器械市场不管在生产还是在销售领域，集中度相对都比较低。2014年，20家上市公司全年销售收入预估为372亿元，占到行业总销售的14.55%，而在医疗器械零售市场上，目前还没有

一家上市企业。

7.2.3 生产经营企业规模274

世界排名前10位的医疗器械企业分别是强生、西门子、GE医疗、美敦力、百特医疗、飞利浦医疗、波士顿科学、碧迪、史赛克、贝朗医疗。

2014，中国本土医疗器械企业中，迈瑞医疗、鱼跃医疗、威尔科技、九安医疗、东软股份、乐普医疗、威高股份、微创医疗、阳普医疗、长峰股份、威达医用、新华医疗、万杰高科、中国医疗、上海医疗等是相对领先的企业品牌。

尽管我国医疗器械市场总规模2014年约为2556亿元，但相比于医药市场总规模预计为13326亿元来说，医药和医疗消费比为1：0.19，还略低，因此业内普遍认为，医疗器械仍然还有较广阔的成长空间。

2011-2014年中国医疗器械行业企业数量统计

年份	规模以上企业单位数（个）
2011年1-12月	821
2012年1-12月	901
2013年1-12月	995
2014年1-12月	1075

数据来源：国家统计局

7.2.4 医械产品注册情况275

7.2.5 终端销售渠道分析275

7.2.6 对外贸易状况分析276

7.2.7 政策规范实施动态277

7.3 医疗器械行业投资潜力分析280

7.3.1 投资特征分析280

7.3.2 出口机会分析283

7.3.3 行业景气度判断283

7.3.4 投资前景剖析284

7.3.5 投资热点预测284

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286

7.4.4 供求风险286

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287

7.5.1 医疗诊断、监护及治疗设备制造业287

- 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288
- 7.5.4 医疗、外科及兽医用器械制造业288
- 7.5.5 机械治疗及病房护理设备制造业289
- 7.5.6 假肢、人工器官及植（介）入器械制造业289

第八章 2016-2022年中国保健品行业投资潜力分析290

- 8.1 中国保健品行业发展特征290
 - 8.1.1 保健品行业运行周期分析290
 - 8.1.2 保健品行业发展的驱动因素291
 - 8.1.3 保健品市场的运作规律简析300
 - 8.1.4 保健品消费人群结构特征302
 - 8.1.5 保健品市场竞争结构及特征303
- 8.2 中国保健品行业运行现状304
 - 8.2.1 产业规模分析304
 - 8.2.2 行业监管现状306
 - 8.2.3 对外贸易状况311
 - 8.2.4 市场竞争态势分析315
 - 8.2.5 企业战略动向分析316
 - 8.2.6 直销公司产品分析316
- 8.3 保健品行业投资潜力分析327
 - 8.3.1 未来增长形势327
 - 8.3.2 市场规模预测328
 - 8.3.3 产业投资建议329
 - 8.3.4 投资思路探讨330
- 8.4 保健品细分市场投资潜力分析332
 - 8.4.1 钙类保健品市场332
 - 8.4.2 美容类保健品市场338
 - 8.4.3 减肥类保健品市场341
 - 8.4.4 降血脂保健品市场351
 - 8.4.5 眼保健品市场353
 - 8.4.6 保健酒市场356

8.4.7 鱼油市场358

第九章 2016-2022年中国医疗服务业投资潜力分析360

9.1 医疗服务业运行状况360

9.1.1 国际行业概况360

9.1.2 国内行业现状364

9.1.3 市场特征分析365

9.1.4 行业规模经济性解析367

9.1.5 运行模式探索368

9.1.6 政策发布动态369

9.1.7 行业发展症结370

9.2 2013-2015年中国医疗服务规模现状371

9.2.1 门诊和住院工作量371

9.2.2 医院医师工作负荷374

9.2.3 病床使用情况375

9.3 社会资本进入医疗服务领域分析375

9.3.1 社会资本在医疗服务领域的地位及作用375

9.3.2 社会资本进入医疗服务领域的现状377

9.3.3 社会资本进入医疗服务领域的主要模式377

9.3.4 社会资本进入医疗服务领域面临的问题378

9.3.5 社会资本进入医疗服务领域的建议379

9.4 医疗服务业投资潜力分析380

9.4.1 行业价值链380

9.4.2 市场前景广阔380

9.4.3 投资主体分析382

9.4.4 投资态势剖析382

9.4.5 投资机会分析383

9.4.6 细分市场投资机会383

9.5 医疗服务业投资建议384

9.5.1 最佳投资时机及细分板块384

9.5.2 各投资板块格局和成功要素388

9.5.3 投资方式选择395

第十章 2016-2022年中国健康管理服务业投资潜力分析399

10.1 中国健康管理服务业相关概述399

10.1.1 内涵特征和服务流程399

10.1.2 产业发展历程401

10.1.3 行业特征及成功因素402

10.1.4 产业链构成状况403

10.1.5 产业主体分析403

10.1.6 外部环境分析404

10.2 中国健康管理服务业运行现状406

10.2.1 产业发展现状406

10.2.2 资本进入状况408

10.2.3 竞争格局分析408

10.2.4 消费市场分析409

10.2.5 主要问题分析410

10.2.6 市场需求走向410

10.3 健康管理服务业发展战略探讨411

10.3.1 市场定位战略411

10.3.2 价格策略分析411

10.3.3 科技发展战略412

10.4 健康管理服务行业投资潜力分析412

10.4.1 投资特征分析412

10.4.2 投资机会分析413

10.4.3 投资热点挖掘414

10.4.4 细分市场商业机会415

10.4.5 投资壁垒分析415

10.4.6 投资风险分析416

10.5 健康体检市场投资潜力分析416

10.5.1 市场容量分析416

10.5.2 行业主体分析417

10.5.3 市场竞争模式418

10.5.4 企业战略动向419

10.5.5 资本投资动态419

10.5.6 投资机会分析420

第十一章 2016-2022年中国健康保险业投资潜力分析421

11.1 中国健康保险业相关介绍421

11.1.1 健康保险的内涵及范畴421

11.1.2 健康保险业的发展阶段421

11.1.3 健康保险业的基本情况422

11.1.4 健康保险业的政策环境423

11.1.5 健康保险的经济学原理425

11.2 中国健康保险业运行现状426

11.2.1 产业运营现状426

11.2.2 产业规模分析427

11.2.3 区域规模分析427

11.2.4 需求特征分析428

11.2.5 市场竞争态势429

11.3 健康保险业的商业模式分析430

11.3.1 经营形式对比430

11.3.2 现行经营模式评价430

11.3.3 介入医保模式分析431

11.3.4 主要盈利模式剖析432

11.3.5 最优商业模式探索433

11.4 健康保险业的投资机会分析433

11.4.1 市场驱动因素433

11.4.2 市场潜力分析434

11.4.3 未来趋势分析434

11.4.4 投资空间分析435

11.5 健康保险业的投资风险及建议436

11.5.1 政策性风险436

11.5.2 产品自身风险437

11.5.3 产品设计风险437

11.5.4 外界风险437

11.5.5 投资要点把握438

第十二章 2016-2022年中国健身娱乐业投资潜力分析439

12.1 中国健身娱乐业相关概述439

12.1.1 产业地位及作用439

12.1.2 发展阶段及特征440

12.1.3 行业发展趋势441

12.2 中国健身娱乐业运行现状441

12.2.1 行业整体概况441

12.2.2 产业运行态势441

12.2.3 市场消费特征442

12.2.4 主要问题分析442

12.2.5 经营模式分析442

12.3 健身娱乐业发展策略分析444

12.3.1 品牌经营策略444

12.3.2 成长战略研究447

12.3.3 加快发展思路449

12.3.4 产业提升途径450

12.4 健身娱乐业投资潜力分析450

12.4.1 产业前景分析450

12.4.2 投资回报分析451

12.4.3 投资壁垒分析451

12.4.4 投资运作建议452

第十三章 2016-2022年中国健康养老产业投资潜力分析454

13.1 健康养老产业特征及模式454

13.1.1 养老产业的概念及特征454

13.1.2 养老产业的起源和发展456

13.1.3 养生养老的基本模式456

13.1.4 养老产业的市场空间457

13.2 健康养老产业运行现状457

13.2.1 行业整体态势457

13.2.2 行业区域布局	459
13.2.3 市场竞争格局	463
13.2.4 市场供需形势	464
13.2.5 行业投资动态	466
13.2.6 政策环境分析	467
13.3 健康养老产业发展的不足及建议	467
13.3.1 问题分析	467
13.3.2 战略措施	468
13.3.3 保障建议	470
13.4 健康养老产业投资潜力分析	470
13.4.1 投资特征	470
13.4.2 投资机会	471
13.4.3 投资风险	471
13.4.4 投资建议	471
13.5 健康养老产业细分市场投资潜力分析	472
13.5.1 老年人医疗保健需求分析	472
13.5.2 老年人用药市场前景广阔	473
13.5.3 中老年失禁用品需求增长	474
13.5.4 老年人专用化妆品市场庞大	474

第十四章 2016-2022年中国新型健康产业投资潜力分析476

14.1 健康家居市场投资机会分析	476
14.1.1 行业概念界定	476
14.1.2 产业发展现状	476
14.1.3 投资机会分析	477
14.2 医疗旅游产业投资机会分析	477
14.2.1 产业内涵及产业链构成	477
14.2.2 综合效益分析	481
14.2.3 产业发展现状	481
14.2.4 成功要素分析	482
14.2.5 发展优势分析	484
14.2.6 投资机会分析	485

14.2.7 未来前景展望485

14.3 有机农业产业投资机会分析486

14.3.1 行业定义及特征486

14.3.2 产业发展现状488

14.3.3 投资态势分析489

14.3.4 市场空间分析489

14.3.5 投资机会分析489

14.3.6 投资运作策略490

第十五章 2016-2022年目标客户细分市场投资机会分析492

15.1 儿童市场492

15.1.1 我国儿童健康状况492

15.1.2 儿童健康市场特点496

15.1.3 市场增长前景分析497

15.1.4 市场投资机会分析500

15.2 老年人市场501

15.2.1 老年人健康状况501

15.2.2 老年人健康服务需求分析503

15.2.3 老年人保健产品消费状况504

15.2.4 老年人健康服务营销策略505

15.2.5 老年人健康市场投资机会507

15.3 女性市场509

15.3.1 我国女性健康状况509

15.3.2 女性美容美体服务市场分析510

15.3.3 育龄女性健康服务市场分析512

15.3.4 女性健康服务市场营销策略512

15.3.5 女性健康服务市场投资机会514

15.4 生殖健康市场514

15.4.1 生殖健康概念界定514

15.4.2 生殖健康产业发展环境516

15.4.3 生殖健康产业需求特征517

15.4.4 生殖健康细分市场机会518

15.4.5 生殖健康产业发展规划519

15.5 亚健康群体市场521

15.5.1 亚健康状态介绍521

15.5.2 亚健康群体规模521

15.5.3 亚健康服务产业链522

15.5.4 亚健康服务市场需求523

15.5.5 亚健康产业投资机会523

15.6 高收入群体市场523

15.6.1 高收入阶层分类及规模523

15.6.2 高收入群体健康状况525

15.6.3 高收入人群健康服务市场特点526

15.6.4 高收入人群健康服务投资机会526

15.7 职业白领市场527

15.7.1 职业白领健康状况527

15.7.2 职业白领健康服务市场需求528

15.7.3 职业白领健康服务市场建议529

第十六章 2013-2015年部分地区大健康产业发展状况530

16.1 浙江省大健康产业发展分析530

16.1.1 产业发展基础530

16.1.2 区域发展态势530

16.1.3 主要问题分析531

16.1.4 对策建议分析531

16.2 海南省大健康产业发展分析533

16.2.1 产业发展意义533

16.2.2 产业发展优势534

16.2.3 对策建议分析535

16.3 山东省潍坊市大健康产业发展分析536

16.3.1 产业发展基础536

16.3.2 产业发展现状543

16.3.3 主要问题分析545

16.3.4 产业发展形势546

16.3.5 未来规划情况	550
16.4 广东省深圳市大健康产业发展分析	552
16.4.1 产业发展基础	552
16.4.2 产业发展形势	554
16.4.3 未来规划情况	555
16.4.4 对策建议分析	567
16.5 江西省鹰潭市大健康产业发展分析	569
16.5.1 产业结构情况	569
16.5.2 产业发展基础	569
16.5.3 主要问题分析	570
16.5.4 未来规划情况	572
16.6 四川省成都市大健康产业发展分析	573
16.6.1 产业发展优势	573
16.6.2 主要问题分析	573
16.6.3 未来规划情况	574
16.6.4 对策建议分析	574
16.7 其他地区	575
16.7.1 吉林省	575
16.7.2 湖北省	576
16.7.3 江西省	581
16.7.4 河北秦皇岛市	586
16.7.5 河北宣化县	587
16.7.6 江苏如皋市	588

第十七章 2013-2015年大健康产业重点企业竞争力分析590

17.1 天士力制药集团股份有限公司（600535）	590
17.1.1 企业发展概况	590
17.1.2 经营效益分析	591
17.1.3 业务经营分析	598
17.1.4 财务状况分析	599
17.1.5 核心竞争力分析	600
17.1.6 企业发展战略	600

17.1.7 未来前景展望	603
17.2 云南白药集团股份有限公司 (000538)	603
17.2.1 企业发展概况	603
17.2.2 经营效益分析	604
17.2.3 业务经营分析	611
17.2.4 财务状况分析	611
17.2.5 核心竞争力分析	612
17.2.6 企业发展战略	616
17.2.7 未来前景展望	616
17.3 江中药业股份有限公司 (600750)	617
17.3.1 企业发展概况	617
17.3.2 经营效益分析	618
17.3.3 业务经营分析	624
17.3.4 财务状况分析	624
17.3.5 核心竞争力分析	625
17.3.6 企业发展战略	625
17.3.7 未来前景展望	625
17.4 山东东阿阿胶股份有限公司 (000423)	626
17.4.1 企业发展概况	626
17.4.2 经营效益分析	627
17.4.3 业务经营分析	632
17.4.4 财务状况分析	633
17.4.5 核心竞争力分析	634
17.4.6 企业发展战略	635
17.4.7 未来前景展望	637
17.5 北京同仁堂股份有限公司 (600085)	637
17.5.1 企业发展概况	637
17.5.2 经营效益分析	638
17.5.3 业务经营分析	645
17.5.4 财务状况分析	646
17.5.5 核心竞争力分析	646
17.5.6 企业发展战略	647

17.5.7 未来前景展望	647
17.6 华润三九医药股份有限公司（000999）	648
17.6.1 企业发展概况	648
17.6.2 经营效益分析	648
17.6.3 业务经营分析	655
17.6.4 财务状况分析	656
17.6.5 核心竞争力分析	657
17.6.6 企业发展战略	657
17.6.7 未来前景展望	658
17.7 广州白云山医药集团股份有限公司（600332）	658
17.7.1 企业发展概况	658
17.7.2 经营效益分析	662
17.7.3 业务经营分析	668
17.7.4 财务状况分析	668
17.7.5 核心竞争力分析	669
17.7.6 企业发展战略	672
17.7.7 未来前景展望	672
17.8 美年大健康产业集团股份有限公司	672
17.8.1 企业发展概况	672
17.8.2 经营状况分析	672
17.8.3 核心竞争力分析	673
17.8.4 企业发展战略	673
17.9 慈铭健康体检管理集团股份有限公司（002710）	673
17.9.1 企业发展概况	673
17.9.2 经营状况分析	674
17.9.3 核心竞争力分析	679
17.9.4 企业发展战略	679
17.10 上市公司财务比较分析	680
17.10.1 盈利能力分析	680
17.10.2 成长能力分析	685
17.10.3 营运能力分析	686
17.10.4 偿债能力分析	688

第十八章 2013-2015年大健康产业市场营销分析694

18.1 大健康产品营销综述694

18.1.1 大健康产品及市场消费特点694

18.1.2 大健康产品的营销渠道696

18.1.3 大健康产品的营销终端696

18.1.4 大健康产品的品牌营销697

18.1.5 大健康产品的营销战略698

18.1.6 大健康产品的市场突围701

18.2 直销在大健康产业的运用703

18.2.1 直销的特征及优势703

18.2.2 直销经营模式与策略分析703

18.2.3 直销在大健康产业运用现状704

18.2.4 直销在大健康产业应用前景705

18.3 医药产业营销706

18.3.1 医药企业买断制营销模式706

18.3.2 医药企业代理制营销模式706

18.3.3 医药企业经自营制营销模式706

18.3.4 医药企业直销制营销模式707

18.3.5 药企选择营销模式的影响因素707

18.3.6 医药企业大健康营销法则708

18.3.7 药品的营销渠道发展分析713

18.4 保健品行业营销716

18.4.1 保健品营销的要素分析716

18.4.2 保健品营销热门模式介绍728

18.4.3 保健品的专卖店营销分析728

18.4.4 保健品营销需注意的问题730

18.4.5 保健品营销可行路径探索731

18.4.6 保健品企业营销方向探析734

18.5 健康服务产业营销736

18.5.1 营销模式分析736

18.5.2 营销组合策略736

- 18.5.3 产品策略分析737
- 18.5.4 价格策略分析737
- 18.5.5 渠道策略分析738
- 18.5.6 促销策略分析738
- 18.6 大健康药店的经营战略739
 - 18.6.1 大健康药店的误区739
 - 18.6.2 大健康药店的经营之道739
 - 18.6.3 药店大健康商业模式实践743
 - 18.6.4 药店大健康营销案例分析746

第十九章 大健康产业的投资分析749

- 19.1 市场投资主体分析749
 - 19.1.1 医药企业争相介入大健康产业749
 - 19.1.2 中药企业发展大健康产业的优势750
 - 19.1.3 中药企业投资大健康产业的逻辑750
 - 19.1.4 中药企业转型大健康前景分析755
 - 19.1.5 连锁药店积极向大健康产业转型756
- 19.2 产业投资状况757
 - 19.2.1 大健康产业投融资规模757
 - 19.2.2 大健康产业掀起投资热潮757
 - 19.2.3 大健康产业热点投资领域758
 - 19.2.4 医疗健康产业获资本青睐759
 - 19.2.5 健康产业对风投的吸引力分析759
- 19.3 投资机会分析760
 - 19.3.1 大健康产业的投资特性760
 - 19.3.2 大健康产业具有抗周期投资特征762
 - 19.3.3 大健康产业面临良好的政策机遇762
 - 19.3.4 大健康产业迎来较好投资时机763
 - 19.3.5 大健康产业的投资方向预测763
- 19.4 投资热点剖析765
 - 19.4.1 制药业765
 - 19.4.2 医疗机构行业766

19.4.3 新药研发外包领域767

19.4.4 医药物流配领域770

19.4.5 健康管理服务产业770

19.4.6 医养产业772

19.4.7 移动医疗业775

19.5 投资风险及建议778

19.5.1 投资风险分析778

19.5.2 投资主线及核心778

第二十章 2016-2022年大健康产业发展前景及趋势分析780

20.1 大健康产业发展前景预测780

20.1.1 大健康产业发展利好因素780

20.1.2 大健康产业发展前景展望781

20.1.3 健康服务业增长动力分析784

20.2 大健康产业发展趋势分析785

20.2.1 未来大健康产业发展趋势785

20.2.2 未来医疗健康市场走势分析787

20.3 2016-2022年大健康产业预测分析790

20.3.1 2016-2022年大健康产业市场规模预测790

20.3.2 2016-2022年医药制造行业预测分析790

20.3.3 2016-2022年医疗器械行业预测分析791

20.3.4 2016-2022年保健品市场预测分析791

20.3.5 2016-2022年健康保险业预测分析792

20.3.6 2016-2022年健康体检业预测分析792

附录:

附录一：中华人民共和国药品管理法794

附录二：药品注册管理办法806

附录三：医疗器械监督管理条例832

附录四：医疗器械注册管理办法850

附录五：医疗器械生产质量管理规范（试行）861

附录六：医疗机构管理条例870

附录七：保健食品管理办法875

附录八：保健食品注册管理办法（试行）880

附录九：健康保险管理办法894

附录十：互联网医疗保健信息服务管理办法902

附录十一：国务院关于促进健康服务业发展的若干意见907

附录十二：国务院关于加快发展养老服务业的若干意见915

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：大健康行业产业链

图表：2011-2015年年我国大健康行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国大健康行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国大健康行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国大健康行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年大健康行业市场供给

图表：2011-2015年大健康行业市场需求

图表：2011-2015年大健康行业市场规模

图表：大健康所属行业生命周期判断

图表：大健康所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国大健康行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国大健康行业供给预测

图表：2016-2022年中国大健康行业需求预测

图表：2016-2022年中国大健康行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277010.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。