



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国大健康行业市场 发展现状调研及投资趋势前景 报告

一、调研说明

《2021-2026年中国大健康行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/358880.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

大健康是根据时代发展、社会需求与疾病谱的改变，提出的一种全局的理念。它围绕着人的衣食住行以及人的生老病死，关注各类影响健康的危险因素和误区，提倡自我健康管理，是在对生命全过程全面呵护的理念指导下提出来的。它追求的不仅是个体身体健康，还包含精神、心理、生理、社会、环境、道德等方面的完全健康。提倡的不仅有科学的健康生活，更有正确的健康消费等。它的范畴涉及各类与健康相关的信息、产品和服务，也涉及到各类组织为了满足社会的健康需求所采取的行动。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》
- 二、《中药现代化科技产业基地发展规划》
- 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》
- 六、《医药健康服务发展规划》
- 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"+n"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 中药所属行业发展状况分析
 - 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、中药饮片所属行业发展状况分析
 - 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、植物提取物所属行业发展状况分析

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所属行业发展潜力分析

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

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

第十三章 2021-2026年中国大健康产业发展前景及投融资策略

第一节 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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 2016-2020年医疗行业发展现状分析

一、2016-2020年医疗行业产业政策分析

二、2016-2020年医疗行业发展现状分析

三、2016-2020年医疗行业主要企业分析

四、2016-2020年中国互联网医疗行业总体规模分析

第二节 2016-2020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 2016-2020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 2021-2026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（AK ZJH）

- 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：2016-2020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：2016-2020年中药材种植市场容量

图表：2016-2020年中药保健品进出口情况

图表：2016-2020年保健饮料企业情况

图表：2016-2020年中国养生保健茶市场规模情况

图表：2016-2020年中药药妆市场零售规模情况

图表：2016-2020年保健洗发水市场规模

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/358880.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专业提供投资咨询报告、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。