2021-2027年中国大健康市场研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国大健康市场研究与战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/202011/02-370853.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

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。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国大健康市场研究与战略咨询报告》共七章。首先介绍了大健康相关概念及发展环境，接着分析了中国大健康规模及消费需求，然后对中国大健康市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国大健康面临的机遇及发展前景。您若想对中国大健康有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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背景
1.1 大健康产业研究范围界定
1.1.1 大健康范围界定
1.1.2 大健康产业范围界定
1.1.3 大健康战略范围界定
1.2 中国大健康产业发展环境分析
1.2.1 大健康产业发展政策环境
1.2.2 大健康产业发展经济环境
1.2.3 大健康产业发展社会环境
1.3 大健康战略综合效益分析
1.3.1 大健康产业经济效益分析
1.3.2 大健康产业社会效益分析
1.3.3 大健康产业营销效益分析

第二章 中国药企进军大健康产业分析
2.1 药企进军大健康的政策环境
2.1.1 国家鼓励性政策法规解读
2.1.2 政府对大健康产业的定位
2.1.3 对未来年大健康政策预判
2.2 药企进军大健康产业现状调研
2.2.1 中国药企进军大健康概述
2.2.2 中国药企进军大健康的优势
2.2.3 中国已进军大健康的药企分析
2.2.4 中国药企的大健康市场规模分析
2.2.5 中国药企进军大健康的利润分析
2.2.6 中国药企进军大健康的产品分布
2.2.7 中国药企进军大健康的渠道选择
2.3 药企进军大健康的渠道策略
2.3.1 连锁药店渠道分析
（1）连锁药店渠道优劣势分析
（2）连锁药店渠道案例及成效
（3）连锁药店渠道选取经验借鉴
（4）连锁药店渠道选取可行性分析
2.3.2 传统商超渠道分析
（1）传统商超渠道的进入壁垒
（2）传统商超渠道的垄断程度
（3）传统商超渠道优劣势分析
（4）传统商超渠道案例及成效
（5）传统商超渠道选取经验借鉴
（6）传统商超渠道选取可行性分析
2.3.3 新兴电子商务渠道分析
（1）新兴电子商务渠道发展速度
（2）新兴电子商务渠道优劣势分析
（3）新兴电子商务渠道选取要点
（4）新兴电子商务渠道选取可行性分析
2.4 药企进军大健康产业的案例经验借鉴

2.4.1 云南白药的成功案例经验借鉴
2.4.2 王老吉的成功案例经验借鉴
2.5 药企进军大健康产业的思路与前景
2.5.1 药企业进军大健康产业的思路分析
（1）产品选择思路分析
（2）产品定位思路分析
（3）渠道选取思路分析
（4）品牌营销思路分析
（5）市场推广思路分析
（6）市场竞争思路分析
2.5.2 对药企进军大健康产业的前景研判

第三章 中国连锁药店转型大健康药店分析
3.1 连锁药店转型大健康药店现状调研
3.1.1 连锁药店转型大健康药店概述
3.1.2 连锁药店转型大健康药店的必然性
3.1.3 已转型大健康药店的连锁药店分析
3.1.4 连锁药店大健康产品市场规模分析
3.1.5 连锁药店转型大健康药店的利润变化
3.1.6 连锁药店转型大健康药店的产品结构
3.2 连锁药店转型大健康药店的主要模式
3.2.1 引入大健康产品模式
3.2.2 引入大健康服务模式
3.2.3 引入&ldquo；店中店&rdquo；模式
3.3 连锁药店转型大健康药店的店内陈列分析
3.3.1 大健康产品的店内陈列现状调研
3.3.2 大健康产品的店内陈列效果调研
3.3.3 大健康产品陈列与业绩关联模型
3.3.4 大健康产品的最佳陈列方案建议
3.4 连锁药店转型大健康药店的案例经验借鉴
3.4.1 连锁药店转型大健康药店的成功经验借鉴
3.4.2 连锁药店转型大健康药店的失败案例剖析

（1）深信百年健康新概念药店失败案例剖析
（2）上海开心人大药房杨浦店失败案例剖析
（3）杭州九洲大药房大关店失败案例剖析
（4）无锡延寿堂大药房失败案例剖析
（5）无锡市民大药房失败案例剖析
3.5 连锁药店转型大健康药店的思路与前景
3.5.1 连锁药店转型大健康药店的思路分析
3.5.2 对连锁药店转型大健康药店的前景研判

第四章 中国大健康产业细分市场投资潜力
4.1 洗护用品市场投资潜力分析
4.1.1 洗护用品市场发展现状调研
（1）洗护用品市场规模
（2）洗护用品市场盈利情况分析
（3）洗护用品市场竞争格局
（4）洗护用品市场投资前景
4.1.2 大健康洗护用品发展概况
4.1.3 大健康洗护用品市场规模
4.1.4 大健康洗护用品盈利情况分析
4.1.5 大健康洗护用品细分产品投资潜力
（1）洗发水投资潜力
（2）淋浴露投资潜力
（3）洗手液投资潜力
（4）肥皂投资潜力
4.1.6 大健康洗护用品趋势预测分析
4.2 日化产品市场投资潜力分析
4.2.1 日化产品市场发展现状调研
（1）日化产品市场规模
（2）日化产品市场盈利情况分析
（3）日化产品市场竞争格局
（4）日化产品市场投资前景
4.2.2 大健康日化产品发展概况

4.2.3 大健康日化产品市场规模
4.2.4 大健康日化产品盈利情况分析
4.2.5 大健康日化产品细分产品投资潜力
（1）化妆品投资潜力
（2）洗涤用品投资潜力
（3）口腔用品投资潜力
（4）其他日化产品投资潜力
4.2.6 大健康日化产品趋势预测分析
4.3 药妆产品市场投资潜力分析
4.3.1 药妆产品市场发展现状调研
（1）药妆产品市场规模
（2）药妆产品市场盈利情况分析
（3）药妆产品市场竞争格局
（4）药妆产品市场投资前景
4.3.2 大健康药妆产品发展概况
4.3.3 大健康药妆产品市场规模
4.3.4 大健康药妆产品盈利情况分析
4.3.5 大健康药妆产品细分产品投资潜力
（1）保湿类药妆投资潜力
（2）祛斑类药妆投资潜力
（3）美白类药妆投资潜力
（4）抗衰老药妆投资潜力
（5）祛痘类药妆投资潜力
（6）去角质药妆投资潜力
（7）其他类药妆投资潜力
4.3.6 大健康药妆产品趋势预测分析
4.4 保健品市场投资潜力分析
4.4.1 保健品发展概况
4.4.2 保健品市场规模
4.4.3 保健品市场盈利情况分析
4.4.4 保健品市场竞争格局
4.4.5 保健品市场投资前景

4.4.6 保健品细分产品投资潜力
（1）增强免疫力保健品投资潜力
（2）缓解疲劳类保健品投资潜力
（3）改善睡眠类保健品投资潜力
（4）营养补充类保健品投资潜力
（5）美容养颜类保健品投资潜力
（6）减肥类保健品投资潜力
（7）降血脂类保健品投资潜力
（8）降血糖类保健品投资潜力
4.4.7 保健品趋势预测分析
4.5 凉茶饮料市场投资潜力分析
4.5.1 凉茶饮料发展概况
4.5.2 凉茶饮料市场规模
4.5.3 凉茶饮料市场盈利情况分析
4.5.4 凉茶饮料市场竞争格局
4.5.5 凉茶饮料市场投资前景
4.5.6 凉茶饮料产品投资潜力
4.5.7 凉茶饮料趋势预测分析
4.6 保健器械市场投资潜力分析
4.6.1 保健器械发展概况
4.6.2 保健器械市场规模
4.6.3 保健器械市场盈利情况分析
4.6.4 保健器械市场竞争格局
4.6.5 保健器械市场投资前景
4.6.6 保健器械细分产品投资潜力
（1）按摩类保健器械投资潜力
（2）健身类保健器械投资潜力
（3）治疗类保健器械投资潜力
（4）其他功能保健器械投资潜力
4.6.7 保健器械趋势预测分析

第五章 国外大健康产业发展经验借鉴

5.1 全球大健康产业发展综述
5.1.1 全球大健康产业发展历程分析
5.1.2 全球大健康产业发展现状分析
5.1.3 全球大健康产业整体规模分析
5.1.4 全球大健康产业产品结构分析
5.1.5 全球大健康产业细分市场分析
5.2 发达国家大健康产业发展经验借鉴
5.2.1 美国大健康产业发展经验借鉴
5.2.2 日本大健康产业发展经验借鉴
5.2.3 韩国大健康产业发展经验借鉴
5.2.4 英国大健康产业发展经验借鉴
5.2.5 法国大健康产业发展经验借鉴
5.2.6 德国大健康产业发展经验借鉴
5.3 领先跨国企业进军大健康经验借鉴
5.3.1 美国雅培公司Abbott
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品经营状况分析
（4）企业大健康战略经验借鉴
（5）企业在华投资情况分析
5.3.2 美国强生公司Johnson&Johnson
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品经营情况分析
（4）企业大健康战略经验借鉴
（5）企业在华投资情况分析
5.3.3 瑞士诺华公司Novartis AG
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）大健康产品经营状况分析
（4）企业大健康战略经验借鉴
（5）企业在华投资情况分析

5.3.4 英国葛兰素史克Glaxo Smith Kline
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品经营情况分析
（4）企业大健康战略经验借鉴
（5）企业在华投资情况分析
5.3.5 法国赛诺菲-安万特Sanofi-Aventis
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品经营情况分析
（4）企业大健康战略经验借鉴
（5）企业在华投资情况分析

第六章 中国大健康产业领先企业经营情况分析
6.1 药企进军大健康经营情况分析
6.1.1 天士力制药集团股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.2 云南白药集团股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.3 北京同仁堂股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析

（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.4 马应龙药业集团股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.5 广州药业股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.6 修正药业集团
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析
6.1.7 河南省宛西制药股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业大健康产品分析
（4）企业大健康市场分布
（5）企业大健康战略分析
（6）企业大健康战略优劣势分析

6.1.8 哈药集团三精制药股份有限公司

（1）企业发展情况简介

（2）企业经营情况分析

（3）企业大健康产品分析

（4）企业大健康市场分布

（5）企业大健康战略分析

（6）企业大健康战略优劣势分析

6.1.9 滇虹药业集团股份有限公司

（1）企业发展情况简介

（2）企业经营情况分析

（3）企业大健康产品分析

（4）企业大健康市场分布

（5）企业大健康战略分析

（6）企业大健康战略优劣势分析

6.1.10 浙江康恩贝制药股份有限公司

（1）企业发展情况简介

（2）企业经营情况分析

（3）企业大健康产品分析

（4）企业大健康市场分布

（5）企业大健康战略分析

（6）企业大健康战略优劣势分析

6.2 连锁药店标杆企业大健康进程分析

6.2.1 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业供应商与采购

（4）企业市场拓展分析

（5）企业门店数量与分布

（6）企业定位与服务对象

（7）企业大健康进程分析

（8）企业最新发展动向分析

6.2.2 中国海王星辰连锁药店有限公司

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业供应商与采购
（4）企业市场拓展分析
（5）企业门店数量与分布
（6）企业定位与服务对象
（7）企业大健康进程分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.3 老百姓大药房连锁股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业供应商与采购
（4）企业市场拓展分析
（5）企业门店数量与分布
（6）企业定位与服务对象
（7）企业大健康进程分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.4 国药控股国大药房有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业供应商与采购
（4）企业市场拓展分析
（5）企业门店数量与分布
（6）企业定位与服务对象
（7）企业大健康进程分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.5 广东大参林连锁药店有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业供应商与采购
（4）企业市场拓展分析
（5）企业门店数量与分布

（6）企业定位与服务对象
（7）企业大健康进程分析
（8）企业最新发展动向分析
6.3 保健品标杆企业经营情况分析
6.3.1 安利（中国）日用品有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业区域市场分布
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析
6.3.2 红牛维他命饮料有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业区域市场分布
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析
6.3.3 健康元药业集团股份有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业区域市场分布
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析
6.3.4 新时代健康产业（集团）有限公司

（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业区域市场分布
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析
6.3.5 完美（中国）有限公司
（1）企业发展情况简介
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业区域市场分布
（5）企业经营战略分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析

第七章 中国大健康产业投资建议
7.1 大健康产业发展机遇分析
7.1.1 大健康产业趋势预测分析
7.1.2 药企进军大健康优势分析
7.1.3 药店进军大健康优势分析
7.2 进军大健康产业风险分析
7.2.1 产品安全风险分析
7.2.2 市场变化风险分析
7.2.3 自身经营风险分析
7.2.4 产品同质化风险分析
7.3 进军大健康产业必备素质
7.3.1 药企发展大健康必备素质
7.3.2 药店发展大健康必备素质
7.4 中国大健康产业投资建议

7.4.1 药企进军大健康建议
7.4.2 药店转型大健康建议

图表目录：

图表 1：大健康产业分类
图表 2：中国大健康产业监管部门及主要职能
图表 3：《医学科技十三五规划》对大健康产业规划示意图
图表 4：《新医疗体制改革》的&ldquo；四位一体&rdquo；体系
图表 5：2019年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）
图表 6：2015-2019年中国国内生产总值及其增长情况（单位：万亿元，%）
图表 7：2015-2019年医药行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表 8：2015-2019年中国城乡居民收入水平（单位：元）
图表 9：2015-2019年主要经济指标增长及预测（单位：%）
图表 10：2015-2019年中国老年人口数量及预测（单位：亿人次，%）
图表 11：2021-2027年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图
图表 12：2015-2019年中国门诊病人次均医疗费走势图（单位：元）
图表 13：2015-2019年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）
图表 14：2019年以来中国重大食品安全事件列表
图表 15：全球生活/工作压力对比（单位：%）
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/202011/02-370853.html