

2014-2018年中国大健康产业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国大健康产业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1402/E647753874.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-02-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国大健康产业市场分析与投资前景研究报告》共七章。报告利用博思数据研究中心对大健康市场的专业跟踪和研究，采用国际先进的科学分析模型，全面而准确的为您架构分析体系。报告以行业所处的经济、政策、社会等各方面宏观环境为依托，全面而深入地分析了当前大健康战略的发展状况、典型案例以及发展前景；介绍了医药生产企业、药品销售企业等不同性质企业的大健康战略发展情况；并详尽介绍了国际、国内领先企业的发展经验。同时，佐之以整个市场近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地了解企业实施大健康战略的要点、重点。

近年来，我国药物研发成本与日俱增，药品研发难度和上市周期在不断扩大。在原材料尤其是中药材成本快速上升的大环境下，医药行业饱受基本药物制度、招标采购和药品价格管理等多方面因素困扰，处方药的竞争日益加剧，药企向“大健康”领域延伸，发展新业务，拓展新市场，成为转变经济发展方式、寻求新的增长点已迫在眉睫。与此同时，在药店方面，单纯的药品利润下滑严重，“平价”渐渐走到尽头，终端急需创新业态；而同时，消费者需要能够提供健康服务、养生保健的平台；因此，药店大健康战略运营而生，在药店中铺设一些高毛利的健康产品品种，正适合终端胃口。

大健康战略有市场需求，有潜力可挖，但是在当前大健康市场上取得成功的企业寥寥无几。本报告对国内药企、药店进军大健康进行全方位剖析；对大健康细分市场投资潜力进行深度挖掘；结合国内外大量“大健康”案例经验，分析其成功或失败原因；总结出一条切实有效的“大健康”之路，帮助企业在转型升级的路上少走弯路、错路，帮助准备进军大健康的企业成功进军大健康，实现企业发展质的飞跃。

第1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2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 前瞻对未来年大健康政策预判

2.2 药企进军大健康产业现状

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產品分布

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 前瞻对药企进军大健康产业的前景研判

第3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

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“店中店”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

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 前瞻对连锁药店转型大健康药店的前景研判

第4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

(1) 洗护用品市场市场规模

(2) 洗护用品市场盈利状况

(3) 洗护用品市场竞争格局

(4) 洗护用品市场投资风险

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状况

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) 沐浴露投资潜力

(3) 洗手液投资潜力

(4) 肥皂投资潜力

4.1.6 大健康洗护用品发展前景预测

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

(1) 日化产品市场市场规模

(2) 日化产品市场盈利状况

(3) 日化产品市场竞争格局

(4) 日化产品市场投资风险

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状况

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 大健康日化产品发展前景预测

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

(1) 药妆产品市场市场规模

(2) 药妆产品市场盈利状况

(3) 药妆产品市场竞争格局

(4) 药妆产品市场投资风险

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状况

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 大健康药妆产品发展前景预测

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 保健品市场市场规模

4.4.3 保健品市场盈利状况

4.4.4 保健品市场竞争格局

4.4.5 保健品市场投资风险

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 保健品发展前景预测

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 凉茶饮料市场市场规模

4.5.3 凉茶饮料市场盈利状况

4.5.4 凉茶饮料市场竞争格局

4.5.5 凉茶饮料市场投资风险

4.5.6 凉茶饮料产品投资潜力

4.5.7 凉茶饮料发展前景预测

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 保健器械市场市场规模

4.6.3 保健器械市场盈利状况

4.6.4 保健器械市场竞争格局

4.6.5 保健器械市场投资风险

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 保健器械发展前景预测

第5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情况

(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状况

(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状况
- (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状况
- (4) 企业大健康战略经验借鉴
- (5) 企业在华投资情况分析

第6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
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业大健康产品分析
 - 1) 企业产品结构分析
 - 2) 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
 - (7) 企业投资兼并与重组分析
 - (8) 企业最新发展动向分析

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

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

（7）企业投资兼并与重组分析

（8）企业最新发展动向分析

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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（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

（7）企业投资兼并与重组分析

（8）企业最新发展动向分析

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

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.1.5 广州药业股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业最新发展动向分析

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

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

(7) 企业最新发展动向分析

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

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业最新发展动向分析

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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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
- (7) 企业投资兼并与重组分析

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
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (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
- (7) 企业最新发展动向分析

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
 - 1) 企业主要经济指标
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业大健康产品分析
 - 1) 企业产品结构分析
 - 2) 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
- (7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.1.11 漳州片仔癀药业股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业投资兼并与重组分析

6.1.12 康美药业股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业投资兼并与重组分析

6.1.13 贵州益佰制药股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

(7) 企业投资兼并与重组分析

6.1.14 贵州百灵企业集团制药股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.1.15 河南太龙药业股份有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业大健康产品分析

1) 企业产品结构分析

2) 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

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

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) 企业大健康战略发展分析

(8) 企业大健康战略优劣势分析

(9) 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

⋯⋯另有6家企业分析

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

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (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
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (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
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

⋯⋯另有5家企业分析

第7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 大健康产业发展前景分析

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：《医学科技十二五规划》对大健康产业规划示意图

图表4：《新医疗体制改革》的“四位一体”体系

图表5：2013年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表6：2008-2013年中国国内生产总值及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表7：2008-2013年医药行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表8：2007-2013年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表9：2010-2013年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表10：2007-2013年中国老年人口数量及预测（单位：亿人次，%）

图表11：2014-2018年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图

图表12：2007-2013年中国门诊病人人次均医疗费走势图（单位：元）

图表13：2007-2013年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）

图表14：2013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：%）

图表16：2000-2013年我国城镇人口所占比例（单位：%）

图表17：社会因素对大健康战略的影响列表

图表18：美国大健康产业发展现状示意图

图表19：美国大健康产业结构图

图表20：中国大健康产业结构图

图表21：美国的家庭保健服务介绍表

图表22：2010-2013年美国雅培（Abbott）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）

图表23：2010-2013年雅培（Abbott）主要经济指标分析（单位：亿美元）

图表24：美国雅培（Abbott）公司产品结构图（单位：%）

图表25：美国雅培（Abbott）公司大健康产品列表

图表26：世界十大奶粉列表

图表27：美国雅培（Abbott）公司营业收入区域分布图（单位：%）

图表28：强生（Johnson & Johnson）基本信息表

图表29：2010-2013年美国强生（JNJ）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）

图表30：2010-2013年强生公司经营情况（单位：亿美元）

图表31：2013年强生公司营业收入分业务（单位：%）

图表32：美国强生（Johnson & Johnson）公司产品结构

图表33：2010-2013年强生公司在华主要经济指标（单位：亿元）

图表34：诺华公司（Novartis AG）基本信息表

图表35：2008-2013年诺华公司（Novartis AG）销售收入情况（单位：亿美元，%）

图表36：2008-2013年诺华公司（Novartis AG）主要经济指标（单位：亿美元）

图表37：美国诺华（Novartis AG）产品结构图（单位：%）

图表38：美国诺华（Novartis AG）公司产品结构

图表39：葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）基本信息表

图表40：2010-2013年葛兰素史克（GSK）销售收入情况（单位：亿英镑，%）

图表41：2010-2013年葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）主要经济指标（单位：亿英镑）

图表42：2010-2013年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司产品结构

图表43：2013年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司产品结构

图表44：2013年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司消费区域分布

图表45：赛诺菲 - 安万特（Sanofi-Aventis）基本信息表

图表46：2010-2013年赛诺菲-安万特（SNY）销售收入情况（单位：亿欧元，%）

图表47：2010-2013年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）主要经济指标（单位：亿欧元）

图表48：天士力制药股份有限公司基本信息表

图表49：天津天士力制药股份有限公司业务能力简况表

图表50：2010-2013年天津天士力制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表51：2010-2013年天津天士力制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表52：2010-2013年天津天士力制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表53：2010-2013年天津天士力制药股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表54：2010-2013年天津天士力制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表55：2013年天士力制药集团股份有限公司产品占比图（按营业收入）（单位：%）

图表56：天士力制药集团股份有限公司大健康产品结构图

图表57：2013年天士力制药集团股份有限公司业务区域分布（单位：%）

图表58：2013年天士力制药集团股份有限公司前五大客户、供货商情况（单位：万元，%）

图表59：天津天士力制药股份有限公司大健康战略列表

图表60：天士力制药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表61：云南白药集团股份有限公司基本信息表

图表62：云南白药集团股份有限公司业务能力简表

图表63：2010-2013年云南白药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表64：2010-2013年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表65：2013年云南白药集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表66：2010-2013年云南白药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表67：2010-2013年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表68：2010-2013年云南白药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表69：云南白药集团股份有限公司主要产品

图表70：云南白药集团股份有限公司大健康产品规划列表

图表71：云南白药集团股份有限公司销售区域分布图（按营业收入）（单位：%）

图表72：云南白药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表73：北京同仁堂股份有限公司基本信息表

图表74：北京同仁堂股份有限公司业务能力简况表

图表75：2010-2013年北京同仁堂股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表76：2010-2013年北京同仁堂股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表77：2010-2013年北京同仁堂股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表78：2010-2013年北京同仁堂股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表79：2010-2013年北京同仁堂股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表80：2013年北京同仁堂股份有限公司地区分布（单位：%）

图表81：北京同仁堂股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表82：马应龙药业集团股份有限公司基本信息表

图表83：马应龙药业集团股份有限公司业务能力简表

图表84：2010-2013年马应龙药业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表85：2013年马应龙药业集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元、%）

图表86：2010-2013年马应龙药业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表87：2013年马应龙药业集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元、%）

图表88：2010-2013年马应龙药业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表89：2010-2013年马应龙药业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表90：2010-2013年马应龙药业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表91：2013年马应龙药业集团股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表92：2013年马应龙药业集团股份有限公司的产品结构图（按营业收入）（单位：%）

图表93：马应龙药业集团股份有限公司大健康产品列表

图表94：2013年马应龙药业集团股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）

图表95：马应龙药业集团股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表96：广州药业股份有限公司基本信息表

图表97：2010-2013年广州药业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表98：2013年广州药业股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元、%）

图表99：2010-2013年广州药业股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表100：2010-2013年广州药业股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表101：2010-2013年广州药业股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表102：2010-2013年广州药业股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表103：2013年广州药业股份有限公司主营业务区域分布图（按营业收入）（单位：%）

图表104：广州药业股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表105：修正药业集团基本信息表

图表106：修正药业集团组织结构图

图表107：2010-2013年修正药业集团产销能力分析（单位：万元）

图表108：2010-2013年修正药业集团盈利能力分析（单位：%）

图表109：2010-2013年修正药业集团运营能力分析（单位：次）

图表110：2010-2013年修正药业集团偿债能力分析（单位：%、倍）

图表111：2010-2013年修正药业集团发展能力分析（单位：%）

图表112：修正药业集团大健康战略产品列表

图表113：修正药业集团营销网络分布图

图表114：修正药业集团大健康战略优劣势分析

图表115：河南省宛西制药股份有限公司基本信息表

图表116：河南省宛西制药股份有限公司业务能力简表

图表117：2010-2013年河南省宛西制药股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表118：2010-2013年河南省宛西制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表119：2010-2013年河南省宛西制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表120：2010-2013年河南省宛西制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

本报告最大的特点就是前瞻性、适时性和实用性。本报告是医药生产企业、药店等医疗机构、体检/健身机构、投资企业准确了解大健康战略发展前景，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对大健康战略进行全方位剖析以及典型案例进行全面系统分析的重量级报告。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1402/E647753874.html>