

2015-2020年中国健康市场 深度评估及市场趋势分析报告

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

《2015-2020年中国健康市场深度评估及市场趋势分析报告》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/qitayiyao1502/G81651LF9A.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-04

【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

报告目录：

第一部分 产业环境分析

第一章 健康产业基本概况 1

第一节 健康产业的界定和特征 1

一、健康的衡量标准 1

二、健康产业的概念界定 6

三、健康产业的主要特征 6

第二节 健康产业领域细分 10

一、医疗产业 10

二、医药产业 13

三、保健食品产业 16

四、保健用品产业 22

五、健康疗养和康复疗养产业 22

六、运动健身产业 23

七、健康管理服务产业 27

第三节 健康产业的发展条件和发展意义 30

一、健康产业的发展条件 30

二、健康产业的发展意义 39

三、健康产业存在的问题 40

第四节 健康规划引领健康产业发展 41

一、世界卫生组织 41

二、美国国家健康战略 41

三、英国国家健康战略 43

四、加拿大健康发展战略 44

五、“健康日本”战略 46

六、“健康中国”战略 47

第五节 健康产业的发展趋势 49

一、健康产业的市场规模 49

二、健康产业发展的热点门类 50

三、健康产业发展趋势	52
第二章 中国健康产业运行环境分析	56
第一节 年中国宏观经济环境分析	56
一、中国GDP增长情况分析	56
二、工业经济发展形势分析	60
三、社会固定资产投资分析	67
四、全社会消费品零售总额	71
五、城乡居民收入增长分析	73
六、居民消费价格变化分析	75
第二节 中国健康产业政策环境分析	78
一、《医学科技发展“十二五”规划》	78
二、《中医药事业发展“十二五”规划》	88
三、提升创新中药研发水平促进产业化发展	90
四、《营养与保健食品“十二五”发展规划》	92
五、中医养生保健服务机构基本标准	96
第三节 中国医疗卫生事业发展概况	99
一、医疗卫生服务机构数量统计	99
二、医疗卫生服务机构床位数量	102
三、医疗卫生服务机构人员情况	103
四、医疗卫生服务工作量的统计	106
五、农村卫生医疗服务情况分析	108
六、医疗卫生总费用情况分析	112
第四节 中国健康产业社会环境分析	114
一、人口环境分析	114
二、中国城镇化率	117
三、医疗保健支出	118
四、病人医药费用	120
第二部分 行业深度透视	
第三章 健康产业细分行业发展研究	121
第一节 保健食品产业	121
一、中国保健食品制造业经济指标分析	121
二、中国保健食品特定消费人群分析	122

三、中国保健食品市场消费形态	123
四、中国保健食品市场规模分析	125
五、中国保健食品需求情况分析	127
六、中国保健食品发展方向分析	127
七、2015-2020年中国保健食品市场盈利预测	128
第二节 保健用品产业	129
一、产业概述	129
二、细分行业	131
三、运行特点	135
四、市场规模	137
五、2015-2020年中国保健用品产值预测	138
第三节 医疗产业	138
一、中国医疗市场现状	138
二、医改对中国医疗产业的影响	139
三、医药中间体及原料药市场分析	141
四、医药运营管理与营利情况	143
五、中低端医疗器械市场分析	144
六、中药制剂市场发展分析	146
第四节 医药行业	149
一、中国医药行业发展概述	149
二、医药行业市场规模分析	151
三、医药产业发展总体概述	152
四、医药业发展取得的成就	153
五、医药行业产销状况分析	155
六、医药生产情况统计分析	156
第五节 康复疗养产业	158
一、行业基本概述	158
二、康复疗养产品	159
三、行业细分	161
四、乳山康复医疗产业	171
五、海南康复疗养项目	172
第六节 运动健身产业	173

一、行业特征构成	173
二、行业经济地位	177
三、行业发展现状	179
四、行业市场规模	183
五、行业从业人员	184
第七节 健康管理服务产业	184
一、行业发展历程	184
二、行业特点分析	189
三、行业基本模型	190
四、行业发展现状	193
五、行业投资潜力	194
第四章 健康产业发展案例分析	197
第一节 国外健康产业集群	197
一、印第安纳州健康产业集群	197
二、神户：医疗产业都市构想	198
三、丹麦“药谷”——生物制药产业的集聚地	200
四、纳什维尔：医疗保健产业集群	202
第二节 国内健康产业集群	203
一、苏州：环球国际健康产业园（SIHP）	203
二、珠海：世界健康产业原材料城	204
三、蓬莱CHINA——NEWSTART中心规划	205
四、成都国际医学城——新医疗健康产业集群模式	206
五、四川和新镇打造森林养生疗养健康产业	210
六、道健康产业园	213
七、张家界打造领先国内森林健康产业	215
八、中山健康科技产业集群	215
第三部分 行业竞争格局	
第五章 健康产业典型企业分析	219
第一节 保健食品企业	219
一、天狮集团有限公司	219
二、宝健（中国）日用品有限公司	223
三、江西汪氏蜜蜂园有限公司	226

四、北京康比特体育科技股份有限公司 227

五、上海交大昂立股份有限公司 229

六、新时代健康产业集团有限公司 232

七、康宝莱(中国)保健品有限公司 234

第二节 保健用品企业 235

一、中脉科技集团 235

二、济南欧脉医疗器械有限公司 237

三、康复之家医疗器械 239

第三节 医疗产业企业 241

一、上海仁爱医院 241

二、上海沪申五官科医院 251

三、北京和平医院 252

第四节 康复疗养企业 255

一、汤岗子康复理疗中心 255

二、三亚市中医院“中医疗养游” 257

三、重庆富侨保健服务有限公司 259

第五节 运动健身企业 261

一、九木高尔夫俱乐部 261

二、黑骏马健身产业集团公司 262

三、济南金芙蓉健身俱乐部有限公司 264

四、上海美格菲健身中心有限公司 265

五、上海一兆韦德健身管理有限公司 269

第六节 健康管理服务企业 271

一、爱康国宾 271

二、北京美兆体检 275

三、联合基因科技集团 276

四、威康健身管理咨询(上海)有限公司 279

第四部分 行业趋势预测

第六章 2015-2020年中国健康产业趋势分析 281

第一节 2015-2020年中国健康产业前景分析 281

一、健康产业成国内外风投新宠 281

二、消费趋成熟健康服务商机初显 284

三、健康产业投资前景调研预测分析	285
第二节 2015-2020年中国健康产业趋势分析	285
一、中国健康产业形成多元化趋势	285
二、健康体检市场发展趋势分析	286
第三节 2015-2020年中国健康产业市场预测分析	288
第四节 2015-2020年中国健康产业盈利预测分析	289
第七章 2015-2020年中国健康产业发展战略	290
第一节 市场策略分析	290
一、健康服务价格策略分析	290
二、健康服务渠道策略分析	292
第二节 销售策略分析	295
一、媒介选择策略分析	295
二、产品定位策略分析	299
三、企业宣传策略分析	306
第三节 提高健康服务企业竞争力的策略	309
一、提高中国健康服务企业核心竞争力的对策	309
二、影响健康服务企业核心竞争力的因素及提升途径	309
三、提高健康服务企业竞争力的策略	310
第四节 对我国健康服务品牌的战略思考	312
一、品牌的重要性	312
二、实施品牌战略的意义	313
三、企业品牌的现状分析	314
四、企业的品牌战略	315
五、品牌战略管理的策略	317
六、健康服务品牌战略注意事项	320
第五部分 投资机会分析	
第八章 2015-2020年中国健康服务产业投资机会商机与风险预警	323
第一节 2012-2014年中国健康服务产业投资概况	323
一、中国健康服务产业投资特性分析	323
二、健康产业投资之医疗篇-医疗器械	327
三、健康产业投资之非医疗篇	328
四、跨行业合作及行业监管有待改善	330

第二节 2015-2020年中国健康服务业投资机会分析 330

一、健康服务投资潜力分析 330

二、健康服务投资项目分析 331

三、健康服务细分行业投资机会 332

四、我国健康服务市场蕴藏的商机 333

第三节 2015-2020年中国健康服务产业投资前景及控制策略分析 334

一、市场风险及控制策略 334

二、政策风险及控制策略 335

三、经营风险及控制策略 336

四、竞争风险及控制策略 338

第四节 中国健康服务产业发展战略分析 339

一、市场扩张战略 339

二、信息化战略 340

三、质量制胜战略 340

四、人力资源战略 340

五、本土化战略 341

六、同盟战略 342

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1502/G81651LF9A.html>