

2015-2020年中国大健康行业 行业市场监测与投资策略研究报告

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

《2015-2020年中国大健康行业行业市场监测与投资策略研究报告》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/qtzzh1507/V35043QLJW.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】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

前言

大健康从本质上讲是一种广义的健康概念，是随着人们的健康理念的延伸而产生的，它围绕着人的衣食住行和生老病死，关注各类影响健康的危险因素和误区，提倡自我健康管理，即不仅有科学的健康生活，更要有正确的健康观念。

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								

资料来源：博思数据整理

本大健康行业研究报告共二十章是博思数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国大健康行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思数据提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国大健康行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国大健康行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国大健康行业趋势预测分析。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 2013-2014年国际大健康产业发展现状	9
2.1 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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	60
3.2 社会环境	61
3.2.1 人口结构变化	61
3.2.2 居民收入水平	63
3.2.3 消费结构变化	63
3.2.4 医疗成本变化	70
3.2.5 人口老龄化进程	70
3.2.6 城镇化扩张	71
3.3 国民健康需求	72
3.3.1 国民健康素养状况	72
3.3.2 国民健康状况调查	73
3.3.3 国民健康威胁因素	74
3.3.4 中国健康战略规划	75
第四章 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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
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	
资料来源：博思数据整理	
5.2.3 产业发展态势	189
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 2015-2020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	238
6.5.4 投资机会分析	240
6.5.5 投资建议	244
6.6 中药产业投资潜力分析	246
6.6.1 行业发展现状	246
6.6.2 发展特征分析	246
6.6.3 投融资特点	250
6.6.4 投资价值分析	252
6.6.5 产业前景分析	252
6.7 生物医药产业投资潜力分析	257
6.7.1 行业发展现状	257
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	263
6.7.5 产业前景分析	264
第七章 2015-2020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
7.2.2 市场集中度分析	273

7.2.3 生产经营企业规模	274
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 行业前景调研剖析	284
7.3.5 投资热点预测	284
7.4 医疗器械行业投资前景预警	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 2015-2020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 市场竞争格局分析	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 2015-2020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 2015-2020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 投资前景分析	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 2015-2020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 市场竞争格局	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 投资前景调研分析	434
11.4.4 投资空间分析	435
11.5 健康保险业的投资前景及建议	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 2015-2020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 健身娱乐业投资策略分析	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 2015-2020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 投资前景	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 2015-2020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 2015-2020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 2013-2014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 2013-2014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	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	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	612
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	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	625
17.3.5 核心竞争力分析	625
17.3.6 企业发展战略	626
17.3.7 未来前景展望	626
17.4 山东东阿阿胶股份有限公司	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	633

17.4.4	财务状况分析	634
17.4.5	核心竞争力分析	635
17.4.6	企业发展战略	636
17.4.7	未来前景展望	638
17.5	北京同仁堂股份有限公司	638
17.5.1	企业发展概况	638
17.5.2	经营效益分析	639
17.5.3	业务经营分析	646
17.5.4	财务状况分析	647
17.5.5	核心竞争力分析	647
17.5.6	企业发展战略	648
17.5.7	未来前景展望	649
17.6	华润三九医药股份有限公司	649
17.6.1	企业发展概况	649
17.6.2	经营效益分析	650
17.6.3	业务经营分析	657
17.6.4	财务状况分析	657
17.6.5	核心竞争力分析	658
17.6.6	企业发展战略	659
17.6.7	未来前景展望	659
17.7	广州白云山医药集团股份有限公司	659
17.7.1	企业发展概况	659
17.7.2	经营效益分析	663
17.7.3	业务经营分析	670
17.7.4	财务状况分析	670
17.7.5	核心竞争力分析	671
17.7.6	企业发展战略	674
17.7.7	未来前景展望	674
17.8	美年大健康产业集团股份有限公司	674
17.8.1	企业发展概况	674
17.8.2	经营状况分析	674
17.8.3	核心竞争力分析	675

17.8.4 企业发展战略	675
17.9 慈铭健康体检管理集团股份有限公司	675
17.9.1 企业发展概况	675
17.9.2 经营状况分析	676
17.9.3 核心竞争力分析	681
17.9.4 企业发展战略	681
17.10 上市公司财务比较分析	682
17.10.1 盈利能力分析	682
17.10.2 成长能力分析	687
17.10.3 营运能力分析	688
17.10.4 偿债能力分析	690
第十八章 2013-2014年大健康产业市场营销分析	696
18.1 大健康产品营销综述	696
18.1.1 大健康产品及市场消费特点	696
18.1.2 大健康产品的营销渠道	698
18.1.3 大健康产品的营销终端	698
18.1.4 大健康产品的品牌营销	699
18.1.5 大健康产品的营销战略	700
18.1.6 大健康产品的市场突围	703
18.2 直销在大健康产业的运用	705
18.2.1 直销的特征及优势	705
18.2.2 直销经营模式与策略分析	705
18.2.3 直销在大健康产业运用现状	706
18.2.4 直销在大健康产业应用前景	707
18.3 医药产业营销	708
18.3.1 医药企业买断制营销模式	708
18.3.2 医药企业代理制营销模式	708
18.3.3 医药企业经自营制营销模式	708
18.3.4 医药企业直销制营销模式	709
18.3.5 药企选择营销模式的影响因素	709
18.3.6 医药企业大健康营销法则	710
18.3.7 药品的营销渠道发展分析	715

18.4 保健品行业营销	718
18.4.1 保健品营销的要素分析	718
18.4.2 保健品营销热门模式介绍	730
18.4.3 保健品的专卖店营销分析	730
18.4.4 保健品营销需注意的问题	732
18.4.5 保健品营销可行路径探索	733
18.4.6 保健品企业营销方向探析	736
18.5 健康服务产业营销	738
18.5.1 营销模式分析	738
18.5.2 营销组合策略	738
18.5.3 产品策略分析	739
18.5.4 价格策略分析	739
18.5.5 渠道策略分析	740
18.5.6 促销策略分析	740
18.6 大健康药店的经营战略	741
18.6.1 大健康药店的误区	741
18.6.2 大健康药店的经营之道	741
18.6.3 药店大健康商业模式实践	745
18.6.4 药店大健康营销案例分析	748
第十九章 大健康产业的投资分析	751
19.1 市场投资主体分析	751
19.1.1 医药企业争相介入大健康产业	751
19.1.2 中药企业发展大健康产业的优势	752
19.1.3 中药企业投资大健康产业的逻辑	752
19.1.4 中药企业转型大健康前景分析	757
19.1.5 连锁药店积极向大健康产业转型	758
19.2 产业投资状况	759
19.2.1 大健康产业投融资规模	759
19.2.2 大健康产业掀起投资热潮	759
19.2.3 大健康产业热点投资领域	760
19.2.4 医疗健康产业获资本青睐	761
19.2.5 健康产业对风投的吸引力分析	761

19.3 投资机会分析	762
19.3.1 大健康产业的投资特性	762
19.3.2 大健康产业具有抗周期投资特征	764
19.3.3 大健康产业面临良好的政策机遇	764
19.3.4 大健康产业迎来较好投资时机	765
19.3.5 大健康产业的投资方向预测	765
19.4 投资热点剖析	767
19.4.1 制药业	767
19.4.2 医疗机构行业	768
19.4.3 新药研发外包领域	769
19.4.4 医药物流配领域	772
19.4.5 健康管理服务产业	772
19.4.6 医养产业	774
19.4.7 移动医疗业	777
19.5 投资前景及建议	780
19.5.1 投资前景分析	780
19.5.2 投资主线及核心	780
第二十章 2015-2020年大健康产业趋势预测及趋势分析	782
20.1 大健康产业趋势预测分析	782
20.1.1 大健康产业发展利好因素	782
20.1.2 大健康产业趋势预测展望	783
20.1.3 健康服务业增长动力分析	786
20.2 大健康产业发展趋势分析	787
20.2.1 未来大健康产业发展趋势	787
20.2.2 未来医疗健康市场走势分析	789
20.3 2015-2020年大健康产业预测分析	792
20.3.1 2015-2020年大健康产业市场规模预测	792
20.3.2 2015-2020年医药制造行业预测分析	792
20.3.3 2015-2020年医疗器械行业预测分析	793
20.3.4 2015-2020年保健品市场预测分析	793
20.3.5 2015-2020年健康保险业预测分析	794
20.3.6 2015-2020年健康体检业预测分析	794

附录：796

附录一：中华人民共和国药品管理法 796

附录二：药品注册管理办法 808

附录三：医疗器械监督管理条例 834

附录四：医疗器械注册管理办法 852

附录五：医疗器械生产质量管理规范（试行） 863

附录六：医疗机构管理条例 872

附录七：保健食品管理办法 877

附录八：保健食品注册管理办法（试行） 882

附录九：健康保险管理办法 896

附录十：互联网医疗保健信息服务管理办法 904

附录十一：国务院关于促进健康服务业发展的若干意见 909

附录十二：国务院关于加快发展养老服务业的若干意见 917

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1507/V35043QLJW.html>