

中国大健康运营状况及前景发展动向分析报告2021-2026年

产品名称	中国大健康运营状况及前景发展动向分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国大健康运营状况及前景发展动向分析报告2021-2026年【报告编号】：323546【出版时间】：2021年1月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/323546.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章：大健康战略发展概述1.1 大健康战略相关定义1.1.1 大健康1.1.2 大健康产业1.1.3 大健康战略1.2 大健康战略研究范围与分析方法1.2.1 报告研究范围界定1.2.2 报告分析方法介绍1.3 大健康战略效益分析1.3.1 经济效益1.3.2 社会效益1.3.3 营销效益第2章：大健康战略发展环境分析2.1 经济环境2.1.1 经济环境现状及展望（1）国内宏观经济环境现状（2）国内医药行业发展现状（3）国内居民收入水平现状（4）国内宏观经济展望2.1.2 对大健康战略的影响评述2.2 社会环境2.2.1 相关社会因素分析（1）人口结构变化（2）生态环境变化（3）医疗成本变化（4）食品安全问题（5）药品安全问题（6）生活/工作压力（7）城镇化因素2.2.2 对大健康战略的影响评述2.3 政策环境2.3.1 监管体制2.3.2 相关政策解读2.3.3 对大健康战略的影响评述第3章：大健康战略发展现状与趋势分析3.1 国际大健康产业现状与经验启示3.1.1 国际发展概况（1）国际大健康产业历程（2）国际大健康产业规模（3）国际大健康产业结构（4）国际大健康产业细分3.1.2 国际领先案例分析（1）雅培（Abbott）1）企业发展概况2）大健康产品经营状况分析3）企业在华投资情况分析（2）强生（Johnson&Johnson）1）企业发展概况2）大健康产品经营状况分析3）企业在华投资情况分析（3）诺华（NovartisAG）1）企业发展概况2）大健康产品经营状况分析3）企业在华投资情况分析（4）葛兰素史克（GlaxoSmithKline）1）企业发展概况2）大健康产品经营状况分析3）企业在华投资情况分析（5）赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）1）企业发展概况2）大健康产品经营状况分析3）企业在华投资情况分析3.1.3 国际发展经验启示3.2 国内大健康战略实施现状分析3.2.1 发展历程3.2.2 医药生产企业（1）药企发展现状分析1）药品销售规模2）药企数量增长3）药企区域分布（2）药企大健康战略概况（3）药企大健康战略的主要优势（4）药企大健康战略典型案例分析（5）药企大健康战略尝试经验总结3.2.3 药品销售企业（1）药店发展现状分析1）药品销售规模2）药店数量增长3）药店区域分布4）药店产品结构（2）药店大健

康战略概况(3) 药店大健康战略的主要优势(4) 药店大健康战略典型案例分析(5) 药店大健康战略尝试经验总结

3.3 国内大健康产业发展趋势分析

3.3.1 政策趋势

3.3.2 产品趋势

3.3.3 需求趋势

第4章：大健康战略发展模式分析

4.1 横向扩张模式分析

4.1.1 横向扩张模式概述

4.1.2 横向扩张分析(重点产品)

- (1) 营养保健
- 1) 行业规模分析
- 2) 企业竞争格局

- (2) 药妆
- 1) 行业规模分析
- 2) 企业竞争格局

- (3) 医疗器械
- 1) 行业规模分析
- 2) 企业竞争格局

- (4) 日化
- 1) 行业规模分析
- 2) 企业竞争格局

4.1.3 横向扩张分析(重点企业)

- (1) 横向扩张现状
- (2) 横向扩张案例

4.2 纵向延伸模式分析

4.2.1 纵向延伸模式概述

4.2.2 纵向延伸模式分析(重点模式)

- (1) 分销模式
- (2) 直销模式

- 1) 直销模式分析
- 2) 直销案例分析

- (3) 电子商务模式
- 1) 电商模式分析
- 2) 电商案例分析

4.2.3 纵向扩张分析(重点企业)

- (1) 纵向扩张现状
- (2) 纵向扩张案例

第5章：大健康战略典型案例分析

5.1 大健康战略典型案例整体概况分析

5.1.1 龙头药企整体进军大健康

5.1.2 药店先行者大多成“先烈”

- (1) 药店百强企业大健康产品销售额占比变化
- (2) 药店百强企业大健康产品利润贡献率变化

5.2 药企大健康战略典型案例分析

5.2.1 天士力制药集团股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业zui新发展动向分析

5.2.2 云南白药集团股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (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zui新发展动向分析

5.2.3 北京同仁堂股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 企业大健康产品分析

- (5) 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

- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业zui新发展动向分析

5.2.4 马应龙药业集团股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业zui新发展动向分析

5.2.5 广州药业股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业zui新发展动向分析

5.2.6 修正药业集团大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 企业大健康产品分析

- (5) 企业经营情况分析

- (6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.7 河南省宛西制药股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 企业经营情况分析

- (6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.8 哈药集团三精制药股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 企业大健康产品分析

- (5) 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

- (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

5.2.9 滇虹药业集团股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 企业大健康产品分析

- (5) 企业经营情况分析

- (6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.10 浙江康恩贝制药股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (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zui新发展动向分析

5.2.11 漳州片仔癀药业股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (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zui新发展动向分析

5.2.12 康美药业股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业大健康战略分析
- (3) 企业大健康市场分析
- (4) 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
- 3) 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

- (6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.13 贵州益佰制药股份有限公司大健康战略分析

- (1) 企业发

展情况简介(2)企业大健康战略分析(3)企业大健康市场分析(4)企业大健康产品分析(5)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(6)企业大健康战略优劣势分析5.2.14 贵州百灵企业集团制药股份有限公司大健康战略分析(1)企业发展情况简介(2)企业大健康战略分析(3)企业大健康市场分析(4)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(5)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(6)企业大健康战略优劣势分析5.3 药店大健康战略典型案例5.3.1 云南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业大健康战略优劣势分析5.3.2 西安怡康医药连锁有限责任公司大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业大健康战略优劣势分析5.3.3 甘肃众友健康医药连锁有限公司经营情况分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业大健康战略优劣势分析5.3.4 上海复美益星大药房连锁有限公司大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业大健康战略优劣势分析5.3.5 安徽丰原大药房连锁有限公司大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业大健康战略优劣势分析5.3.6 湖南千金大药房连锁有限公司大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业经营优劣势分析(9)企业最新发展动向分析5.3.7 无锡延寿堂大药房大健康战略分析(1)企业大健康战略尝试内容(2)企业大健康战略尝试分析5.3.8 上海华氏大药房大健康战略分析(1)企业发展简况分析(2)企业定位与服务对象(3)企业大健康战略发展战略1)企业大健康战略尝试内容2)企业大健康战略尝试分析(4)企业经营情况分析(5)企业门店数量与分布(6)企业市场拓展分析(7)企业供应商与采购(8)企业经营优劣势分析5.3.9 无锡市民大药房大健康战略分析(1)企业大健康战略尝试内容(2)企业大健康战略尝试分析5.3.10 杭州九洲大药房大关店大健康战略分析(1)企业大健康战略尝试内容(2)企业大健康战略尝试分析5.3.11 上海开心人大药房杨浦店大健康战略分析(1)企业大健康战略尝试内容(2)企业大健康战略尝试分析5.3.12 深信百年健康新概念药店大健康战略分析(1)企业大健康战略尝试内容(2)企业大健康战略尝试分析第6章：大健康战略发展建议6.1 大健康战略转型机遇分析6.1.1 药企大健康战略的优势分析6.1.2 药店大健康战略的优势分析6.1.3 大健康战略的机遇分析6.2 大健康战略转型风险分析6.2.1 产品安全风险6.2.2 市场变化风险6.2.3 自身经营风险6.2.4 产品同质化风险6.3 大健康战略转型必备素质6.3.1 药企发展大健康战略的必备素质分析6.3.2 药店发展大健康战略的必备素质分析6.4 大健康战略转型的前瞻建议6.4.1 药企大健康战略建议6.4.2 药店大健康战略建议图表目录图表1：大健康产业分类图表2：大健康战略报告分析架构图图表3：2015-2020年中国国内生产总值及其预测(单位：万亿元，%)图表4：2015-2020年中国医药行业发展规模及增长情况(单位：亿元，%)图表5：2015-2020年中国城乡居民收入水平(单位：元，%)图表6：2015-2020年中国城乡居民医疗保健支出增长(单位：元)图表7：2015-2020年主要经济指标增长及预测(单位：%)图表8：2015-2020年中国老年人口所占比例(单位：%)图表9：2015-2020年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图图表10：2015-2020年中国门诊病人均医疗费走势图(单位：元)图表11：2015-2020年中国出院病人人均医药费走势图(单位：元)图表12：2017-2020年中国重大食品安全事件列表图表13：全球生活/工作压力对比(单位：%)图表14：2015-2020年我国城镇人口所占比例(单位：%)图表15：社会因素对大健康战略的影响列表图表16：中国大健康产业监管部门及主要职能图表17：《医学科技十三五规划》对大健康产业规划示意图图表18：《新医疗体制改革》的“四位一体”体系图表19：美国大健康产业发展现状示意图图表20：美国大健康产业结构图图表21：中国大健康产业结构图图表22：美国的家庭保健服务介绍表图表23：2015-2020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27：2020年雅培销售分地区情况(单位：%)图表28：强生(Johnson&Johnson)基本信息表图表29：2015-2020年美国强生(JNJ)公司销售收入情况(单位：亿美元，%)图表30：2015-2020年强生公司经营情况(单位：亿美

元) 图表31：2020年强生公司营业收入分业务(单位：%) 图表32：2015-2020年强生公司主营业务收入(单位：百万美元，%) 图表33：美国强生(Johnson&Johnson)公司产品结构图 图表34：2015-2020年强生公司在华主要经济指标(单位：亿元) 图表35：诺华公司(NovartisAG)基本信息表 图表36：2015-2020年诺华公司(NovartisAG)销售收入情况(单位：亿美元，%) 图表37：2015-2020年诺华公司(NovartisAG)主要经济指标(单位：亿美元) 图表38：2015-2020年美国诺华(NovartisAG)产品结构图(单位：%) 图表39：2015-2020年诺华公司(NovartisAG)细分产品收入及变化(单位：百万美元，%) 图表40：美国诺华(NovartisAG)公司产品结构图 图表41：2015-2020年诺华公司(NovartisAG)消费区域分布(单位：%) 图表42：2015-2020年诺华公司(NovartisAG)细分产品收入及变化(单位：百万美元，%) 图表43：葛兰素史克(GlaxoSmithKline)基本信息表 图表44：2015-2020年葛兰素史克公司主要经济指标(单位：亿英镑) 图表45：2015-2020年葛兰素史克(GlaxoSmithKline)主要经济指标(单位：亿英镑) 图表46：2015-2020年英国葛兰素史克(GlaxoSmithKline)公司产品结构(单位：%) 图表47：2015-2020年葛兰素史克公司细分产品销售规模(单位：百万英镑) 图表48：2020年英国葛兰素史克(GlaxoSmithKline)公司消费区域分布(单位：%) 图表49：赛诺菲-安万特(Sanofi-Aventis)基本信息表 图表50：2015-2020年赛诺菲安万特公司主要经营指标(单位：亿欧元) 图表51：2015-2020年赛诺菲-安万特(Sanofi-Aventis)主要经济指标(单位：亿欧元) 图表52：2020年赛诺菲-安万特(Sanofi-Aventis)产品结构图(单位：%) 图表53：美国的家庭保健服务介绍表 图表54：大健康战略国内发展历程示意图 图表55：2015-2020年中国药企销售收入走势图(单位：亿元，%) 图表56：2015-2020年中国规模以上药企数量及增长情况(单位：万家，%) 图表57：2020年中国药企地区分布图(单位：%) 图表58：2020年中国药企数量及收入排名前10省市(单位：家，万元，%) 图表59：药企大健康战略列表 图表60：云南白药牙膏起步期受到诸多质疑图 图表61：云南白药牙膏营销团队的调研发现图 图表62：云南白药牙膏购买方面的三大障碍图 图表63：云南白药牙膏的三大拓展图 图表64：云南白药牙膏的渠道策略图 图表65：云南白药牙膏的炒作策略图 图表66：云南白药牙膏的电视广告策略图 图表67：云南白药牙膏的成功经验总结图 图表68：药企大健康战略成败关键因素列表 图表69：2015-2020年我国药品零售市场规模及预测(单位：亿元) 图表70：2015-2020年中国连锁药店行业百强销售收入变化情况(单位：万元，%) 图表71：2015-2020年中国连锁药店行业百强销售总额变化(单位：亿元，%) 图表72：2015-2020年中国连锁药店行业不同位次入围门槛变化情况(单位：万元) 图表73：2015-2020年零售药店数量及增长情况(单位：万家，%) 图表74：中国零售药店地区分布(单位：%) 图表75：2015-2020年上半年我国零售企业区域分布情况(单位：家，%，人) 图表76：2020年连锁药店直营门店数量区域分布情况(单位：家，%) 图表77：中国零售药店产品销售额占比图(单位：%) 图表78：2015-2020年零售市场产品销售额增速图(单位：%) 图表79：药店大健康战略列表 图表80：药企大健康战略成败关键因素列表 图表81：行业生命周期示意图 图表82：2015-2020年中国营养保健品行业市场规模走势图(单位：亿元，%) 图表83：2020年中国营养保健品行业前10名厂商销售额及销售份额(单位：万元，%) 图表84：2015-2020年中国药妆市场销售收入走势图(单位：亿元，%) 图表85：中国药妆市场竞争格局(单位：%) 图表86：2015-2020年中国医疗器械市场销售收入走势图(单位：亿元，%) 图表87：2020年中国医疗器械行业市场竞争格局(按企业数量)(单位：%) 图表88：2020年中国医疗器械行业市场竞争格局(按销售收入)(单位：%) 图表89：2015-2020年中国日化市场销售收入走势图(单位：亿元，%) 图表90：2015-2020年中国日化市场企业格局图(按销售收入)(单位：%) 图表91：中国本土知名日化品牌一览表 图表92：中国药企横向扩张分析表 图表93：中国化妆品行业的利润总体分布图(单位：%) 图表94：中国化妆品行业渠道分布图(按销售收入)(单位：%) 图表95：营养保健品行业价值链情况图 图表96：近年来屈臣氏和莎莎的毛利率对比图(单位：%) 图表97：大健康领域的五种电子商务模式列表 图表98：中国药企纵向扩张分析表 图表99：2015-2020年进军大健康产业的十大药企销售收入排名(单位：亿元) 图表100：2015-2020年食品/保健品类占销售总额比例区间分布(单位：%) 图表101：2020年食品/保健品类占销售总额比例十强(单位：%) 图表102：2015-2020年食品/保健品类产品利润贡献率区间分布(单位：%) 图表103：2020年食品/保健品类产品利润贡献率十强(单位：%) 图表104：天士力制药股份有限公司基本信息表 图表105：天津天士力制药股份有限公司业务能力简况表 图表106：天津天士力制药股份有限公司大健康战略列表 图表107：2020年天士力制药集团股份有限公司业务区域分布(单位：%) 图表108：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109：天士力制药集团股份有限公司大健康产品结构图 图表110：2015-2020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111：2015-2020年天津天士力制药股份有限公司营业收入与利润总额走势图(单位：万元，%) 图表112：2015-2020年天津天士力制药股份有限公司盈利能力分析(单位：%) 图表113：2015-2020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114：2015-2020年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115：2015-2020年天津天士力制药

股份有限公司发展能力分析（单位：%） 图表116：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117：云南白药集团股份有限公司基本信息表 图表118：云南白药集团股份有限公司业务能力简况表
图表119：截至2020年云南白药集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 图表120：
：云南白药集团股份有限公司健康事业部品种