

# 2021-2027年中国大健康行业市场竞争态势及未来趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国大健康行业市场竞争态势及未来趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/904278.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国大健康行业市场竞争态势及未来趋势预测报告》共七章。首先介绍了大健康行业市场发展环境、大健康整体运行态势等，接着分析了大健康行业市场运行的现状，然后介绍了大健康市场竞争格局。随后，报告对大健康做了重点企业经营状况分析，最后分析了大健康行业发展趋势与投资预测。您若想对大健康产业有个系统的了解或者想投资大健康行业，本报告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局数据，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
- 3.3 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
  - 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

#### 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

#### 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

#### 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

### 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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 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

### 第七章 中国大健康产业投资建议(ZY TL)

#### 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(ZY TL)

部分图表目录：

图表：大健康产业分类

图表：中国大健康产业监管部门及主要职能

图表：《医学科技十三五规划》对大健康产业规划示意图

图表：2021年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表：2016-2020年中国国内生产总值及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表：2016-2020年医药行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表：2016-2020年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表：2016-2020年中国老年人口数量及预测（单位：亿人次，%）

图表：2016-2020年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图

图表：2016-2020年中国门诊病人均医疗费走势图（单位：元）

图表：2016-2020年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）

图表：2020年中国重大食品安全事件列表

图表：全球生活/工作压力对比（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/904278.html>