

2025-2031年中国大健康行业分析与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国大健康行业分析与市场年度调研报告》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.cction.com/report/202411/472507.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2025-2031年中国大健康行业分析与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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) 医药行业业态发生转变

(2) 药店谋求创新发展模式

(3) 行业前景广阔

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大健康战略经济环境分析

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) 国内宏观经济指标

2.1.2对大健康战略的影响评述

2.2大健康战略社会环境分析

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) 国民健康意识
- (7) 城镇化因素

2.2.2对大健康战略的影响评述

2.3大健康战略政策环境分析

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)
- (2) 强生 (Johnson&Johnson)
- (3) 诺华 (NovartisAG)
- (4) 葛兰素史克 (GlaxoSmithKline)
- (5) 赛诺菲-安万特 (Sanofi-Aventis)

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
- (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
- (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
- (2) 功效性护肤品
- (3) 医疗器械
- (4) 日化

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
- (3) 电子商务模式

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 药店加速整合向线上布局

(1) 药店十强单店大健康产品销售额占比

(2) 药店百强企业大健康产品利润贡献率变化

(3) 领先连锁药店加快线上业务布局

5.2 药企大健康战略典型案例分析

5.2.1 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

(5) 企业经营情况分析

(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

5.2.2 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

(5) 企业经营情况分析

(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

5.2.3 天士力医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

- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

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
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.2.5 哈药集团人民同泰医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
- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.2.6 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
- (6) 企业大健康战略优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.2.7 广州白云山医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

(5) 公司经营情况分析

(6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.8修正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

5.2.9仲景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

(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

5.2.11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

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业大健康战略优劣势分析

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

(5) 企业经营情况分析

(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

(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

(5) 企业经营情况分析

(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分析

5.3.1 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) 企业经营产品结构

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业门店数量与分布

(7) 企业市场拓展分析

(8) 企业供应商与采购

(9) 企业大健康战略优劣势分析

5.3.2 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

5.3.3甘肃众友健康医药股份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国药控股国大药房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

5.3.7 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

(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

5.3.8 大参林医药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

5.3.9 老百姓大药房连锁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情况
- (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

5.3.10 益丰大药房连锁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情况
- (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

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

- (1) 品牌优势
- (2) 产品质量优势
- (3) 广告营销优势

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

- (1) 人口驱动力
- (2) 经济驱动力
- (3) 技术驱动力
- (4) 环境驱动力

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：大健康范畴

图表2：大健康产业分类

图表3：大健康战略报告分析架构图

图表4：2020-2024年中国国内生产总值（单位：亿元，%）

图表5：2020-2024年我国居民人均GDP及增长率（单位：元，%）

图表6：2020-2024年中国医药行业规模及增长情况（单位：亿元）

图表7：2020-2024年中国医药行业利润总额及增长情况（单位：亿元，元，%）

图表8：2020-2024年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表9：2020-2024年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入（单位：元）

图表10：2020-2024年中国卫生费用支出及其增长情况（单位：亿元，元，%）

图表11：2020-2024年主要经济指标增长（单位：%）

图表12：2020-2024年我国65岁及以上人口数量及占比情况（单位：万人，%）

图表13：2024年337个城市环境空气质量达标情况

图表14：2024年全国流域总体水质状况

图表15：2020-2024年我国医院次均门诊费用走势图（单位：元）

图表16：2020-2024年国内食品安全重大事件回顾

图表17：2024年受访公众认为最重要的事调查结果（单位：%）

图表18：2024年受访公众健康困扰问题调查结果（单位：%）

图表19：2020-2024年中国城镇化率变化情况（单位：%）

图表20：社会因素对大健康战略的影响列表

图表21：中国大健康产业监管部门及主要职能

图表22：大健康产业相关政策

图表23：中国“三医联动”格局

图表24：2025-2031年美国国家健康支出规模及预测（单位：亿美元）

图表25：2024年美国非政府生产部门GDP分行业占比（单位：%）

图表26：美国大健康产业结构图（单位：%）

图表27：中国大健康产业结构图（单位：%）

图表28：美国的家庭保健服务介绍表

图表29：2020-2024年雅培（Abbott）主要经济指标分析（单位：亿美元）

图表30：美国雅培（Abbott）公司大健康产品列表

图表31：第三届进博会雅培（Abbott）达成的战略合作相关内容

图表32：强生（Johnson&Johnson）基本信息表

图表33：2020-2024年美国强生（JNJ）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/472507.html>