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