

2019年中国大健康市场分析报告- 行业规模现状与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国大健康市场分析报告-行业规模现状与投资战略研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/389329389329.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

在我国，医疗产业不仅是大健康领域的重要分支，更是社会民生发展中的重中之重，也是资本市场的香饽饽。长期来看，由于庞大的人口规模以及持续加速的老龄化进程，医疗服务领域的需求还远未饱和。同时，医疗产业发展不均衡，目前仍以医疗卫生服务为主，疗养服务、健康管理等服务尚未形成产业聚集效应，各相关产业缺乏联动和共享。公共医疗卫生资源丰富，但在疗养养护、健康管理和技术支持服务等领域，尚未形成产业规模。

随着医疗服务需求进一步释放以及相关产业不断发展壮大，必将带动医疗产业市场规模的持续增长。在大健康范畴内，医疗产业市场规模已从2010年的2133亿元增长至2016年的5322亿元，增长势头不减。

2010-2017年医疗产业市场规模及变化趋势

数据来源：卫生局

中国大健康产业细分市场占比情况

数据来源：卫生局

2010-2017年医药产业市场规模及变化趋势

数据来源：卫生局

2010-2017年保健品行业市场规模及变化趋势

数据来源：卫生局

国内保健品行业发展仍存在一些问題，如竞争格局混乱、行业集中度不高、管理及自律状况处于初级阶段等。行业发展仍面临诸多挑战，不过在市场需求、技术进步以及管理更新的推动下，国内保健品产业发展空间巨大，未来将呈现消费者群体多元化、保健品销售模式专营化、宣传模式推陈出新以及保健品成日常消费四大趋势。

在产业体系结构方面，我国健康产业由医疗性健康服务和非医疗性健康服务两大部分构成，已形成了四大基本产业群体：以医疗服务机构为主体的医疗产业，以药品、医疗器械以及其他医疗耗材产销为主体的医药产业，以保健食品、健康产品产销为主体的保健品产业如：聚力康成，以个性化健康检测评估、咨询服务、调理康复、保障促进等为主体的健康管理服务产业。

在产业规模方面，我国大健康产业的产业链已经逐步完善，新兴业正在不断涌现。健康领域新兴产业包括养老产业、健康旅游、营养保健产品研发制造、高端医疗器械研发制造

，而新兴产品也呈现多元化趋势，健康需求也不再局限于体检和治病，种类正在不断增加。

最重要的是，消费者对产业了解和认识不够。发展大健康产业，消费者是基础，平台是关键，因为消费者的需求决定市场的容量，平台决定销售渠道和消费者来源。大健康毕竟属于新兴产业，市场还需要一个逐渐适应的过程。大多数健康厂商规模较小，缺乏对竞争力产品、核心技术、健康服务传播路径等的系统整合，不能通过提供完整的健康解决方案和成功的商业模式，让消费者真正持久的拥有健康。（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国大健康市场分析报告-行业规模现状与投资战略研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国大健康行业发展概述

第一节 大健康行业发展情况概述

一、大健康行业相关定义

二、大健康行业基本情况介绍

三、大健康行业发展特点分析

第二节 中国大健康行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、大健康行业产业链条分析

三、中国大健康行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国大健康行业生命周期分析

一、大健康行业生命周期理论概述

二、大健康行业所属的生命周期分析

第四节 大健康行业经济指标分析

一、大健康行业的赢利性分析

二、大健康行业的经济周期分析

三、大健康行业附加值的提升空间分析

第五节 中国大健康行业进入壁垒分析

一、大健康行业资金壁垒分析

二、大健康行业技术壁垒分析

三、大健康行业人才壁垒分析

四、大健康行业品牌壁垒分析

五、大健康行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球大健康行业市场发展现状分析

第一节 全球大健康行业发展历程回顾

第二节 全球大健康行业市场区域分布情况

第三节 亚洲大健康行业地区市场分析

一、亚洲大健康行业市场现状分析

二、亚洲大健康行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲大健康行业市场前景分析

第四节 北美大健康行业地区市场分析

一、北美大健康行业市场现状分析

二、北美大健康行业市场规模与市场需求分析

三、北美大健康行业市场前景分析

第五节 欧盟大健康行业地区市场分析

一、欧盟大健康行业市场现状分析

二、欧盟大健康行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟大健康行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界大健康行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球大健康行业市场规模预测

第三章 中国大健康产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品大健康总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国大健康行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国大健康产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国大健康行业运行情况

第一节 中国大健康行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国大健康行业市场规模分析

第三节 中国大健康行业供应情况分析

第四节 中国大健康行业需求情况分析

第五节 中国大健康行业供需平衡分析

第六节 中国大健康行业发展趋势分析

第五章 中国大健康所属行业运行数据监测

第一节 中国大健康所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国大健康所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国大健康所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国大健康市场格局分析

第一节 中国大健康行业竞争现状分析

一、中国大健康行业竞争情况分析

二、中国大健康行业主要品牌分析

第二节 中国大健康行业集中度分析

一、中国大健康行业市场集中度分析

二、中国大健康行业企业集中度分析

第三节 中国大健康行业存在的问题

第四节 中国大健康行业解决问题的策略分析

第五节 中国大健康行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国大健康行业需求特点与动态分析

第一节 中国大健康行业消费市场动态情况

第二节 中国大健康行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 大健康行业成本分析

第四节 大健康行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国大健康行业价格现状分析

第六节 中国大健康行业平均价格走势预测

一、中国大健康行业价格影响因素

二、中国大健康行业平均价格走势预测

三、中国大健康行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国大健康行业区域市场现状分析

第一节 中国大健康行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区大健康市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区大健康市场规模分析

四、华东地区大健康市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区大健康市场规模分析

四、华中地区大健康市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区大健康市场规模分析

第九章 2016-2018年中国大健康行业竞争情况

第一节 中国大健康行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国大健康行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国大健康行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 大健康行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国大健康行业发展前景分析与预测

第一节 中国大健康行业未来发展前景分析

一、大健康行业国内投资环境分析

二、中国大健康行业市场机会分析

三、中国大健康行业投资增速预测

第二节 中国大健康行业未来发展趋势预测

第三节 中国大健康行业市场发展预测

一、中国大健康行业市场规模预测

二、中国大健康行业市场规模增速预测

三、中国大健康行业产值规模预测

四、中国大健康行业产值增速预测

五、中国大健康行业供需情况预测

第四节 中国大健康行业盈利走势预测

一、中国大健康行业毛利润同比增速预测

二、中国大健康行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国大健康行业投资风险与营销分析

第一节 大健康行业投资风险分析

一、大健康行业政策风险分析

二、大健康行业技术风险分析

三、大健康行业竞争风险

四、大健康行业其他风险分析

第二节 大健康行业企业经营发展分析及建议

一、大健康行业经营模式

二、大健康行业销售模式

三、大健康行业创新方向

第三节 大健康行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国大健康行业发展策略及投资建议

第一节 中国大健康行业品牌战略分析

一、大健康企业品牌的重要性

二、大健康企业实施品牌战略的意义

三、大健康企业品牌的现状分析

四、大健康企业的品牌战略

五、大健康品牌战略管理的策略

第二节 中国大健康行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国大健康行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国大健康行业发展策略及投资建议

第一节 中国大健康行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国大健康行业定价策略分析

第三节 中国大健康行业营销渠道策略

一、大健康行业渠道选择策略

二、大健康行业营销策略

第四节 中国大健康行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国大健康行业重点投资区域分析

二、中国大健康行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/389329389329.html>