

2016-2022年中国健康产业 行业前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国健康产业行业前景研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/qita/B88477Z0SD.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

健康产业是经济社会发展到一定阶段的产物。国内外迄今没有对健康产业做出过权威的界定。一般来讲，健康产业是指直接或间接为人的健康提供相关产品和服务的各类社会经济组织的集合。直接为人的健康提供产品和服务，如药品、医疗器械、医疗服务等；间接为人的健康提供产品和服务，如保健食品、保健用品、健康管理等。目前，我国健康产业的产业链已经逐步完善，新兴业态正在不断涌现。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，而新兴业态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。我国作为拥有十三亿人口、从中等收入迈向高收入的大国，健康产业极具发展前景。

随着物质生活条件的改善，健康的生活方式也逐渐进入公众视野，成为老百姓的生活追求。随之而来的，是健康体检、健康咨询、健康养老、体育健身、养生美容、健康旅游等新兴服务需求的快速增长。为人们提供健康生活解决方案，成为大健康服务产业最大的商机。

在市场前景如此良好的环境下，同时也应该看到产业的各种弊端，以便及时做出调整，促进产业发展。第一是可及性、可支付性与质量：很多年前，我们的目标是人人享有卫生保健。这个很大程度上是可及性以及可支付性，质量是相对淡化一点；第二是政府主导难奏效，现在所谓医改的重点，很大程度上是在这种可及性的基础上强调可支付性；第三是复杂的利益格局，这个行业涉及的利益相关方非常多，包括管理方，包括卫生部、卫生厅、卫生局、药监局等等，所以利益纠葛多，行业风险大。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国健康产业行业前景研究与战略咨询报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 健康产业环境分析

第一章 健康产业基本概况

第一节 健康产业的界定和特征

- 一、健康的衡量标准
- 二、健康产业的概念界定
- 三、健康产业的主要特征

第二节 健康产业领域细分

- 一、医疗产业
- 二、医药产业
- 三、保健食品产业
- 四、保健用品产业
- 五、健康疗养和康复疗养产业
- 六、运动健身产业
- 七、健康管理服务产业

第三节 健康产业的发展条件和发展意义

- 一、健康产业的发展条件
- 二、健康产业的发展意义
- 三、健康产业存在的问题

第四节 健康规划引领健康产业发展

- 一、世界卫生组织
- 二、美国国家健康战略
- 三、英国国家健康战略
- 四、加拿大健康发展战略
- 五、“健康日本”战略
- 六、“健康中国”战略

第五节 健康产业的发展趋势

- 一、健康产业的市场规模
- 二、健康产业发展的热点门类
- 三、健康产业发展趋势

第二章 中国健康产业运行环境分析

第一节 年中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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 中国健康产业政策环境分析

一、《医学科技发展“十二五”规划》

二、《中医药事业发展“十二五”规划》

三、提升创新中药研发水平促进产业化发展

四、《营养与保健食品“十二五”发展规划》

五、中医养生保健服务机构基本标准

第三节 中国医疗卫生事业发展概况

一、医疗卫生服务机构数量统计

二、医疗卫生服务机构床位数量

三、医疗卫生服务机构人员情况

四、医疗卫生服务工作量的统计

五、农村卫生医疗服务情况分析

六、医疗卫生总费用情况分析

第四节 中国健康产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国城镇化率

三、医疗保健支出

四、病人医药费用

第二部分 健康行业深度透视

第三章 健康产业细分行业发展研究

第一节 保健食品产业

一、中国保健食品制造业经济指标分析

二、中国保健食品特定消费人群分析

三、中国保健食品市场消费形态

四、中国保健食品市场规模分析

五、中国保健食品需求情况分析

六、中国保健食品发展方向分析

七、2016-2022年中国保健食品市场盈利预测

第二节 保健用品产业

一、产业概述

二、细分行业

三、运行特点

四、市场规模

五、2016-2022年中国保健用品产值预测

第三节 医疗产业

一、中国医疗市场现状

二、医改对中国医疗产业的影响

三、医药中间体及原料药市场分析

四、医药运营管理与营利情况

五、中低端医疗器械市场分析

六、中药制剂市场发展分析

第四节 医药行业

一、中国医药行业发展概述

二、医药行业市场规模分析

三、医药产业发展总体概述

四、医药业发展取得的成就

五、医药行业产销状况分析

六、医药生产情况统计分析

第五节 康复疗养产业

一、行业基本概述

二、康复疗养产品

三、行业细分

四、乳山康复医疗产业

五、海南康复疗养项目

第六节 运动健身产业

一、行业特征构成

二、行业经济地位

三、行业发展现状

四、行业市场规模

五、行业从业人员

第七节 健康管理服务产业

一、行业发展历程

二、行业特点分析

三、行业基本模型

四、行业发展现状

五、行业投资潜力

第四章 健康产业发展案例分析

第一节 国外健康产业集群

一、印第安纳州健康产业集群

二、神户：医疗产业都市构想

三、丹麦“药谷”——生物制药产业的集聚地

四、纳什维尔：医疗保健产业集群

第二节 国内健康产业集群

一、苏州：环球国际健康产业园（SIHP）

二、珠海：世界健康产业原材料城

三、蓬莱CHINA——NEWSTART中心规划

四、成都国际医学城——新医疗健康产业集群模式

五、四川和新镇打造森林养生疗养健康产业

六、道健康产业园

七、张家界打造领先国内森林健康产业

八、中山健康科技产业集群

第三部分 健康行业竞争格局

第五章 健康产业典型企业分析

第一节 保健食品企业

一、天狮集团有限公司

二、宝健（中国）日用品有限公司

三、江西汪氏蜜蜂园有限公司

四、北京康比特体育科技股份有限公司

- 五、上海交大昂立股份有限公司
- 六、新时代健康产业集团有限公司
- 七、康宝莱（中国）保健品有限公司

第二节 保健用品企业

- 一、中脉科技集团
- 二、济南欧脉医疗器械有限公司
- 三、康复之家医疗器械

第三节 医疗产业企业

- 一、上海仁爱医院
- 二、上海沪申五官科医院
- 三、北京和平医院

第四节 康复疗养企业

- 一、汤岗子康复理疗中心
- 二、三亚市中医院“中医疗养游”
- 三、重庆富侨保健服务有限公司

第五节 运动健身企业

- 一、九木高尔夫俱尔部
- 二、黑骏马健身产业集团公司
- 三、济南金芙蓉健身俱乐部有限公司
- 四、上海美格菲健身中心有限公司
- 五、上海一兆韦德健身管理有限公司

第六节 健康管理服务企业

- 一、爱康国宾
- 二、北京美兆体检
- 三、联合基因科技集团
- 四、威康健身管理咨询(上海)有限公司

第四部分 健康行业发展前景

第六章 2016-2022年中国健康产业前景预测

第一节 2016-2022年中国健康产业前景分析

- 一、健康产业成国内外风投新宠
- 二、消费趋成熟健康服务商机初显

三、健康产业未来发展前景分析

第二节 2016-2022年中国健康产业趋势分析

一、中国健康产业形成多元化趋势

二、健康体检市场发展趋势分析

第三节 2016-2022年中国健康产业市场预测分析

第四节 2016-2022年中国健康产业盈利预测分析

第七章 2016-2022年中国健康产业发展战略

第一节 市场策略分析

一、健康服务价格策略分析

二、健康服务渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高健康服务企业竞争力的策略

一、提高中国健康服务企业核心竞争力的对策

二、影响健康服务企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高健康服务企业竞争力的策略

第四节 对我国健康服务品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

六、健康服务品牌战略注意事项

第五部分 健康产业投资机会分析

第八章 2016-2022年中国健康服务产业投资机会商机与风险预警

第一节 2012-2015年中国健康服务产业投资概况

一、中国健康服务产业投资特性分析

二、健康产业投资之医疗篇-医疗器械

三、健康产业投资之非医疗篇

四、跨行业合作及行业监管有待改善

第二节 2016-2022年中国健康服务业投资机会分析

一、健康服务投资潜力分析

二、健康服务投资项目分析

三、健康服务细分行业投资机会

四、我国健康服务市场蕴藏的商机

第三节 2016-2022年中国健康服务产业投资风险及控制策略分析

一、市场风险及控制策略

二、政策风险及控制策略

三、经营风险及控制策略

四、竞争风险及控制策略

第四节 中国健康服务产业发展战略分析

一、市场扩张战略

二、信息化战略

三、质量制胜战略

四、人力资源战略

五、本土化战略

六、同盟战略

图表目录：

图表：医疗产业分类情况

图表：医疗健康产业

图表：医疗健康产业特征

图表：医疗健康总体产业链

图表：产业价值链结构

图表：2010-2015年我国医药总产值及增长率

图表：2010-2015年我国医药工业销售收入及增长率

图表：2016-2022年中国健康管理的市场规模预测

图表：健康状况的决定因素

图表：2010-2015年中国GDP及增长率

图表：2010-2015年中国人均GDP及增长率

图表：2013-2015年全国工业增加值增长率

图表：2013-2015年全国规模以上工业利润增长率

图表：2013-2015年全国工业生产者出厂价格变动增长率

图表：2013-2015年各地区工业增加值增长率

图表：2015年固定资产投资到位资金情况

图表：2015年中国固定资产投资情况

图表：2013-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年社会消费品零售总额环比增速

图表：2015年全年社会消费品零售总额主要数据

图表：2014-2015年全国卫生医疗机构数量

图表：2015年全国各省卫生医疗机构数量

图表：2010-2015年全国医疗卫生机构床位数

图表：2015年全国医疗卫生各级机构床位数分析

图表：2010-2015年卫生技术人员人数

图表：2012-2015年医疗卫生总从业人数

图表：2012-2015年医疗卫生各机构从业人数

图表：2012-2015年全国医疗服务工作量

图表：2009-2015年全国医疗门诊工作量

图表：2009-2015年全国医疗住院工作量

图表：全国医院病床使用量

图表：2012-2015年全国社区卫生服务情况

图表：2012-2015年全国乡镇卫生院服务情况

图表：2012-2015年全国村卫生室服务情况

图表：2012-2015年全国农村合作医疗服务情况

图表：2012-2015年全国医院门诊和住院费用情况

图表：2012-2015年全国基层医疗机构门诊和住院费用情况

图表：2009-2015年农村居民人均纯收入

图表：2009-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2010-2015年中国人口年龄结构

图表：2010-2015年中国医疗卫生消费情况

图表：2010-2015年中国保健食品市场规模分析

图表：2016-2022年中国保健食品市场规模预测

图表：2015年中国医疗器械进出口情况

图表：2010-2015年健康服务市场规模分析

图表：2016-2022年健康服务市场规模预测

图表：东莞国际健康产业城鸟瞰图

图表：上海交大昂立股份有限公司组织构架

图表：济南欧脉医疗器械有限公司销售服务网络

图表：上海美格菲健身中心有限公司分会所全国分布情况

图表：上海一兆韦德健身管理有限公司品牌公关活动

图表：爱康国宾普通评估模型

图表：爱康国宾基于不同年龄段的评估模型

图表：2016-2022年中国健康产业市场规模预测

图表：2016-2022年中国健康产业盈利预测

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/B88477Z0SD.html>