

2016-2022年中国大健康市场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年中国大健康市场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/yiliaoqxie/R43802P6U0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

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。

21世纪将是一个大健康产业获得极大发展的时代。为人们提供健康生活解决方案，这才是大健康产业最大的商机。

当下，大多数人的共识是医药事业将是二十一世纪的黄金行业。如果把整个大健康产业比做海上的一座冰山，那么，治病救人的医药事业只是浮在海面上的冰山一角，而治未病的保健事业尚且沉在水面下的部分大得更加惊人。国内的众多医药企业虽然还没有找到真正的突破之路，但大多已经开始反思，谋求转型。

无疑，大健康产业是21世纪经济的核心产业，是其他产业突破困局的催化剂；就像网络对各行业的影响一样巨大。日本等国已经将大健康产业列为重点投资对象，如果说美国靠软件产业异军突起的话，谁又能否认日本借大健康产业复兴的野心呢？随着人类基因图谱的破译，科技领先未必就是未来的大赢家，率先应用才能占尽先机，而拿来就用本来就是日本人最擅长的，其最大的优点就是速度快、成本低、获利丰厚。

目前大健康产业利润率在10%-30%之间，其中药品制造行业年均销售利润率10.11%（2011-2015）、医疗器械行业年均销售利润率10.61%（2011-2015）、保健品行业年均销售利润率20.80%（2013-2015），而2010至2014年，全部A股年均销售净利率为8.79%，由此可见，大健康产业利润率处于较高水平。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国大健康市场研究与战略咨询报告》共六章。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：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

1.3.2 社会效益

1.3.3 营销效益

第二章：大健康战略发展环境分析

2.1 经济环境

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) 国内宏观经济展望

2.1.2 对大健康战略的影响评述

2.2 社会环境

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) 生活/工作压力

(7) 城镇化因素

2.2.2 对大健康战略的影响评述

2.3 政策环境

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

第三章：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)

1) 企业发展概况

2) 大健康产品经营状况分析

3) 企业在华投资情况分析

(2) 强生 (Johnson&Johnson)

1) 企业发展概况

2) 大健康产品经营状况分析

3) 企业在华投资情况分析

(3) 诺华 (NovartisAG)

1) 企业发展概况

2) 大健康产品经营状况分析

3) 企业在华投资情况分析

(4) 葛兰素史克 (GlaxoSmithKline)

1) 企业发展概况

2) 大健康产品经营状况分析

3) 企业在华投资情况分析

(5) 赛诺菲-安万特 (Sanofi-Aventis)

1) 企业发展概况

2) 大健康产品经营状况分析

3) 企业在华投资情况分析

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

1) 药品销售规模

2) 药企数量增长

3) 药企区域分布

(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

1) 药品销售规模

2) 药店数量增长

3) 药店区域分布

4) 药店产品结构

(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

第四章：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

1) 行业规模分析

2) 企业竞争格局

（2）药妆

1) 行业规模分析

2) 企业竞争格局

（3）医疗器械

1) 行业规模分析

2) 企业竞争格局

（4）日化

1) 行业规模分析

2) 企业竞争格局

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

1) 直销模式分析

2) 直销案例分析

（3）电子商务模式

1) 电商模式分析

2) 电商案例分析

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

第五章：大健康战略典型案例分析

5.1 大健康战略典型案例分析整体概况分析

5.1.1 龙头药企整体进军大健康

5.1.2 药店先行者大多成“先烈”；

(1) 药店百强企业大健康产品销售额占比变化

(2) 药店百强企业大健康产品利润贡献率变化

5.2 药企大健康战略典型案例分析

5.2.1 天士力制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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

(5) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业大健康战略优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

5.2.2 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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

(5) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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 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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业大健康战略优劣势分析

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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

(5) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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 广州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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

- (5) 公司经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.6 修正药业集团大健康战略分析

- (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

5.2.7 河南省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

1) 企业产品结构分析

2) 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

5.2.8 哈药集团三精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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

5.2.9 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

5.2.10 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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

(5) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业大健康战略优劣势分析

5.2.11 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
 - 1) 企业产品结构分析
 - 2) 企业大健康产品分析
- (5) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (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

5.2.12 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
 - 1) 企业产品结构分析
 - 2) 企业大健康产品分析
- (5) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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

1) 企业产品结构分析

2) 企业大健康产品分析

(5) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(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 云南鸿翔一心堂药业(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

5.3.2 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 甘肃众友健康医药连锁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 上海复美益星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

5.3.5 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
- (9) 企业最新发展动向分析

5.3.7 无锡延寿堂大药房大健康战略分析

- (1) 企业大健康战略尝试内容
- (2) 企业大健康战略尝试分析

5.3.8 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
- 1) 企业大健康战略尝试内容
- 2) 企业大健康战略尝试分析
- (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

5.3.9 无锡市民大药房大健康战略分析

- (1) 企业大健康战略尝试内容
- (2) 企业大健康战略尝试分析

5.3.10 杭州九洲大药房大关店大健康战略分析

(1) 企业大健康战略尝试内容

(2) 企业大健康战略尝试分析

5.3.11 上海开心人大药房杨浦店大健康战略分析

(1) 企业大健康战略尝试内容

(2) 企业大健康战略尝试分析

5.3.12 深信百年健康新概念药店大健康战略分析

(1) 企业大健康战略尝试内容

(2) 企业大健康战略尝试分析

第六章：大健康战略发展建议（ZY GXH）

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

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

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（ZY GXH）

图表目录：

图表1：大健康产业分类

图表2：大健康战略报告分析架构图

图表3：2005-2016年中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）

图表4：2009-2016年中国医药行业发展规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表5：2006-2016年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）

图表6：2009-2016年中国城乡居民医疗保健支出增长（单位：元）

图表7：2012-2016年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表8：2006-2016年中国老年人口所占比例（单位：%）

图表9：2012-2016年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图

图表10：2009-2016年中国门诊病人人次均医疗费走势图（单位：元）

图表11：2009-2016年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）

图表12：2016年以来中国重大食品安全事件列表

图表13：全球生活/工作压力对比（单位：%）

图表14：2000-2016年我国城镇人口所占比例（单位：%）

图表15：社会因素对大健康战略的影响列表

图表16：中国大健康产业监管部门及主要职能

图表17：《医学科技十三五规划》对大健康产业规划示意图

图表18：《新医疗体制改革》的“四位一体”体系

图表19：美国大健康产业发展现状示意图

图表20：美国大健康产业结构图

图表21：中国大健康产业结构图

图表22：美国的家庭保健服务介绍表

图表23：2009-2016年雅培（Abbott）主要经济指标分析（单位：亿美元）

图表24：美国雅培（Abbott）公司产品结构图（单位：%）

图表25：美国雅培（Abbott）公司大健康产品列表

图表26：世界十大奶粉列表

图表27：2016年雅培销售分地区情况（单位：%）

图表28：强生（Johnson&Johnson）基本信息表

图表29：2009-2016年美国强生（JNJ）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）

图表30：2009-2016年强生公司经营情况（单位：亿美元）

图表31：2016年强生公司营业收入分业务（单位：%）

图表32：2012-2016年强生公司主营业务收入（单位：百万美元，%）

图表33：美国强生（Johnson&Johnson）公司产品结构

图表34：2009年以来强生公司在华主要经济指标（单位：亿元）

图表35：诺华公司（NovartisAG）基本信息表

图表36：2008-2016年诺华公司（NovartisAG）销售收入情况（单位：亿美元，%）

图表37：2008-2016年诺华公司（NovartisAG）主要经济指标（单位：亿美元）

图表38：2012-2016年美国诺华（NovartisAG）产品结构图（单位：%）

图表39：2012-2016年诺华公司（NovartisAG）细分产品收入及变化（单位：百万美元，%）

图表40：美国诺华（NovartisAG）公司产品结构

图表41：2012-2016年诺华公司（NovartisAG）消费区域分布（单位：%）

图表42：2012-2016年诺华公司（NovartisAG）细分产品收入及变化（单位：百万美元，%）

图表43：葛兰素史克（GlaxoSmithKline）基本信息表

图表44：2008-2016年葛兰素史克公司主要经济指标（单位：亿英镑）

图表45：2009-2016年葛兰素史克（GlaxoSmithKline）主要经济指标（单位：亿英镑）

图表46：2009-2016年英国葛兰素史克（GlaxoSmithKline）公司产品结构（单位：%）

图表47：2009-2016年葛兰素史克公司细分产品销售规模（单位：百万英镑）

图表48：2016年英国葛兰素史克（GlaxoSmithKline）公司消费区域分布（单位：%）

图表49：赛诺菲 - 安万特（Sanofi-Aventis）基本信息表

图表50：2008-2016年赛诺菲安万特公司主要经营指标（单位：亿欧元）

图表51：2009-2016年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）主要经济指标（单位：亿欧元）

图表52：2016年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）产品结构图（单位：%）

图表53：美国的家庭保健服务介绍表

图表54：大健康战略国内发展历程示意图

图表55：2009-2016年中国药企销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表56：2009-2016年中国规模以上药企数量及增长情况（单位：万家，%）

图表57：2012年中国药企地区分布图（单位：%）

图表58：2016年中国药企数量及收入排名前10省市（单位：家，万元，%）

图表59：药企大健康战略列表

图表60：云南白药牙膏起步期受到诸多质疑

图表61：云南白药牙膏营销团队的调研发现

图表62：云南白药牙膏购买方面的三大障碍

图表63：云南白药牙膏的三大拓展

图表64：云南白药牙膏的渠道策略

图表65：云南白药牙膏的炒作策略

图表66：云南白药牙膏的电视广告策略

图表67：云南白药牙膏的成功经验总结

图表68：药企大健康战略成败关键因素列表

图表69：2000-2016年我国药品零售市场规模及预测（单位：亿元）

图表70：2003-2016年中国连锁药店行业百强销售收入变化情况（单位：万元，%）

图表71：2003-2016年中国连锁药店行业百强销售总额变化（单位：亿元，%）

图表72：2009-2016年中国连锁药店行业不同位次入围门槛变化情况（单位：万元）

图表73：2009-2016年零售药店数量及增长情况（单位：万家，%）

图表74：中国零售药店地区分布（单位：%）

图表75：2006-2016年上半年我国零售企业区域分布情况（单位：家，%，人）

图表76：2016年连锁药店直营门店数量区域分布情况（单位：家，%）

图表77：中国零售药店产品销售额占比图（单位：%）

图表78：2010-2016年零售市场产品销售额增速图（单位：%）

图表79：药店大健康战略列表

图表80：药企大健康战略成败关键因素列表

图表81：行业生命周期示意图

图表82：2009-2016年中国营养保健品行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表83：2016年中国营养保健品行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）

图表84：2009-2016年中国药妆市场销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表85：中国药妆市场竞争格局（单位：%）

图表86：2009-2016年中国医疗器械市场销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表87：2016年中国医疗器械行业市场竞争格局（按企业数量）（单位：%）

图表88：2016年中国医疗器械行业市场竞争格局（按销售收入）（单位：%）

图表89：2009-2016年中国日化市场销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表90：2012-2016年中国日化市场企业格局图（按销售收入）（单位：%）

图表91：中国本土知名日化品牌一览表

图表92：中国药企横向扩张分析表

图表93：中国化妆品行业的利润总体分布图（单位：%）

图表94：中国化妆品行业渠道分布图（按销售收入）（单位：%）

图表95：营养保健品行业价值链情况

图表96：近年来屈臣氏和莎莎的毛利率对比图（单位：%）

图表97：大健康领域的五种电子商务模式列表

图表98：中国药企纵向扩张分析表

图表99：2011-2016年进军大健康产业的十大药企销售收入排名（单位：亿元）

图表100：2010-2016年食品/保健品类占销售总额比例区间分布（单位：%）

图表101：2016年食品/保健品类占销售总额比例十强（单位：%）

图表102：2010-2016年食品/保健品类产品利润贡献率区间分布（单位：%）

图表103：2016年食品/保健品类产品利润贡献率十强（单位：%）

图表104：天士力制药股份有限公司基本信息表

图表105：天津天士力制药股份有限公司业务能力简况表

图表106：天津天士力制药股份有限公司大健康战略列表

图表107：2016年天士力制药集团股份有限公司业务区域分布（单位：%）

图表108：天士力制药集团股份有限公司产品占比图（按营业收入）（单位：%）

图表109：天士力制药集团股份有限公司大健康产品结构图

图表110：2009-2016年天津天士力制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表111：2009-2016年天士力制药股份有限公司营业收入与利润总额走势图（单位：万元，%）

图表112：2009-2016年天津天士力制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表113：2009-2016年天津天士力制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表114：2009-2016年年天津天士力制药股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表115：2009-2016年天津天士力制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表116：天士力制药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析

图表117：云南白药集团股份有限公司基本信息表

图表118：云南白药集团股份有限公司业务能力简况表

图表119：截至2016年云南白药集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表120：云南白药集团股份有限公司健康事业部品种

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqxie/R43802P6U0.html>