

2015-2020年中国健康产业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国健康产业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitayiyao1411/W450437ZQE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国健康产业深度调研与投资前景研究报告》共八章。介绍了健康行业相关概述、中国健康产业运行环境、分析了中国健康行业的现状、中国健康行业竞争格局、对中国健康行业做了重点企业经营状况分析及中国健康产业发展前景与投资预测。您若想对健康产业有个系统的了解或者想投资健康行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。保守估计，2015年，我国健康产业的市场规模将达5万亿-6万亿元。蓬勃发展的健康产业将成为我国国民经济的新增长点，具体地看：

医药产业。2009年，医药产业产值规模已经超过1万亿元。按每年20%增长的速度，保守估计，至2015年医药产业生产规模将达3万亿元。

保健品产业。据世界卫生组织估计，全世界成人有1 / 10的人处于亚健康。我国亚健康的人数估计有数亿人。保健品的重要功能在于提高和调整这一类人群的生理功能和机体免疫力，随着经济社会发展，生活水平的提高，人们的自我保健意识将日益增强，对保健品的需求越来越高，保健品产业无疑是一个正在快速发展的朝阳产业。参考国际上保健品市场的增长情况，结合我国经济社会发展情况，保守估计，到2015年，我国保健品产业市场规模将达到5000亿～6000亿元。

除了医药产业和保健品产业，医疗卫生服务产业和健康管理产业也是我国国民经济新的增长点。预计到2015年，医疗卫生服务产业的产值规模将达到2万亿元。健康管理产业预计未来数十年也将保持高速增长态势。预计到2015年，健康管理产业规模将超过2000亿元。

报告目录：

第一章 健康产业基本概况 10

第一节 健康产业的界定和特征 10

一、健康的衡量标准 10

二、健康产业特点 10

三、健康产业范围界定 12

第二节 健康产业领域细分 12

一、医疗产业 12

二、医药产业 12

三、保健食品产业 12

四、保健用品产业 13

五、康复疗养产业 13

六、运动健身产业 14

七、健康管理服务产业 14

第三节 健康产业的发展条件和发展意义 14

一、健康产业的发展条件 14

二、健康产业的发展意义 15

第四节 健康规划引领健康产业发展 17

一、世界卫生组织 17

二、美国国家健康战略 17

三、英国国家健康战略 19

四、加拿大健康发展战略 19

五、“健康日本21”战略 20

六、“健康中国2020”战略 20

第五节 健康产业的发展概况分析 21

一、健康产业的市场规模 21

二、中国健康产业的需求分析 21

三、健康产业面临的障碍和矛盾 23

第二章 中国健康产业运行环境分析 26

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 26

一、中国GDP增长情况分析 26

二、工业经济发展形势分析 27

三、社会固定资产投资分析	28
四、全社会消费品零售总额	29
五、城乡居民收入增长分析	30
六、居民消费价格变化分析	31
第二节 中国健康产业政策环境分析	32
一、《医学科技发展“十二五”规划》	32
二、《中医药事业发展“十二五”规划》	33
三、提升创新中药研发水平促进产业化发展	34
四、《营养与保健食品“十二五”发展规划》	36
五、中医养生保健服务机构基本标准	36
第三节 中国医疗卫生事业发展概况	38
一、医疗卫生服务机构数量统计	38
二、医疗卫生服务机构床位数量	39
三、医疗卫生服务机构人员情况	40
四、医疗卫生服务工作量的统计	42
五、农村卫生医疗服务情况分析	44
六、医疗卫生总费用情况分析	45
第四节 中国健康产业社会环境分析	46
一、人口环境分析	46
二、中国城镇化率	48
三、医疗保健支出	48
四、病人医药费用	49

第三章 健康产业细分行业发展研究 52

第一节 保健食品产业 52

一、中国保健食品制造业经济指标分析	52
二、中国保健食品特定消费人群分析	53
三、中国保健食品市场消费形态	55
四、中国保健食品市场规模分析	56
五、中国保健食品需求情况分析	57
六、中国保健食品发展方向分析	57
七、2015-2020年中国保健食品市场盈利预测	58

第二节 保健用品产业 58

- 一、保健用品产业发展现状 58
- 二、保健用品产业发展蓝皮书 59
- 三、保健用品市场规模及增长 59
- 四、保健用品细分产品结构 60
- 五、2015-2020年中国保健用品产值预测 60

第三节 医疗产业 61

- 一、中国医疗市场现状 61
- 二、医改对中国医疗产业的影响 61
- 三、医药中间体及原料药市场分析 63
- 四、医药运营管理与营利情况 64
- 五、中低端医疗器械市场分析 65
- 六、中药制剂市场发展分析 65

第四节 医药行业 68

- 一、中国医药行业发展概述 68
- 二、医药行业市场规模分析 69
- 三、医药产业发展总体概述 69
- 四、医药业发展取得的成就 70
- 五、医药行业产销状况分析 73
- 六、医药生产情况统计分析 78

第五节 康复疗养产业 81

- 一、行业基本概述 81
- 二、康复疗养产品 81
- 三、行业集群分布 82
- 四、乳山打造康复医疗产业高地 83
- 五、海南大力发展康复疗养项目 84

第六节 运动健身产业 85

- 一、行业特征构成 85
- 二、行业经济地位 85
- 三、行业发展现状 86
- 四、行业市场规模 88
- 五、行业从业人员 88

第七节 健康管理服务产业 89

- 一、行业发展历程 89
- 二、行业特点分析 90
- 三、行业基本模型 90
- 四、行业发展现状 91
- 五、行业投资潜力 92

第四章 健康产业发展案例分析 95

第一节 国外健康产业集群 95

- 一、印第安纳州健康产业集群 95
- 二、神户：医疗产业都市构想 96
- 三、丹麦“药谷”——生物制药产业的集聚地 98
- 四、纳什维尔：医疗保健产业集群 98

第二节 国内健康产业集群 99

- 一、苏州：环球国际健康产业园 99
- 二、珠海：世界健康产业原材料城 101
- 三、蓬莱CHINA-NEWSTART中心规划 102
- 四、成都国际医学城-新医疗健康产业集群模式 102
- 五、张家界打造领先国内森林健康产业 105
- 六、中山健康科技产业集群 106
- 七、道滘健康产业园 109

第五章 健康产业典型企业分析 110

第一节 保健食品企业 110

- 一、天狮集团有限公司 110
 - （一）企业发展基本情况 110
 - （二）企业业务范围分析 110
 - （三）企业主要产品分析 111
 - （四）企业销售渠道建设 111
 - （五）企业发展战略分析 112
- 二、宝健（中国）日用品有限公司 112
 - （一）企业发展基本情况 112

(二) 企业业务范围分析	113
(三) 企业品牌经营分析	113
(四) 产品销售渠道建设	114
(五) 企业发展战略分析	114
三、江西汪氏蜜蜂园有限公司	114
(一) 企业发展基本情况	114
(二) 企业业务范围分析	115
(三) 企业主要产品分析	115
(四) 企业销售渠道建设	116
(五) 企业发展战略规划	117
四、北京康比特体育科技股份有限公司	118
(一) 企业发展基本情况	118
(二) 企业主要产品分析	118
(三) 企业销售渠道建设	119
(四) 企业发展战略分析	119
(五) 企业竞争优势分析	120
五、上海交大昂立股份有限公司	121
(一) 企业发展基本情况	121
(二) 企业主要业务分析	121
(三) 企业经营情况分析	122
(四) 企业销售渠道建设	122
(五) 企业发展战略分析	123
六、新时代健康产业集团有限公司	124
(一) 企业发展基本情况	124
(二) 企业主要产品分析	124
(三) 企业主要架构分析	125
(四) 企业销售渠道建设	126
(五) 企业发展战略分析	126
七、康宝莱(中国)保健品有限公司	127
(一) 企业发展基本情况	127
(二) 企业经营情况分析	127
(三) 企业品牌经营分析	128

(四) 产品销售渠道建设 129

(五) 企业发展战略分析 129

第二节 保健用品企业 130

一、中脉科技集团 130

(一) 企业发展基本情况 130

(二) 企业主要产品分析 130

(三) 企业销售渠道建设 131

(四) 企业发展战略分析 132

(五) 企业竞争优势分析 133

二、济南欧脉医疗器械有限公司 133

(一) 企业发展基本情况 133

(二) 企业主要产品分析 134

(三) 企业销售渠道建设 135

(四) 企业发展战略分析 135

三、康复之家医疗器械 136

(一) 企业发展基本情况 136

(二) 企业主要产品分析 136

(三) 企业品牌经营分析 136

(四) 企业发展战略分析 137

(五) 企业竞争优势分析 137

第三节 医疗产业企业 137

一、上海仁爱医院 137

(一) 医院发展基本情况 137

(二) 医院主要科室介绍 138

(三) 医院主要专家介绍 138

(四) 医院竞争优势分析 139

二、上海沪申五官科医院 139

(一) 医院发展基本情况 139

(二) 医院主要科室介绍 140

(三) 医院主要专家介绍 140

(四) 医院主要设备介绍 140

三、北京和平医院 141

(一) 医院发展基本情况	141
(二) 医院主要科室介绍	141
(三) 医院主要设备分析	141
(四) 医院发展战略分析	142
第四节 康复疗养企业	143
一、汤岗子康复理疗中心	143
(一) 中心发展基本情况	143
(二) 中心主要科室分析	143
(三) 中心特色疗法分析	143
二、三亚市中医院“中医疗养游”	144
(一) 医院发展基本情况	144
(二) “中医疗养游”介绍	145
(三) “中医疗养游”特色	146
(四) “中医疗养游”问题	146
三、重庆富侨保健服务有限公司	146
(一) 企业发展基本情况	146
(二) 企业服务项目简介	147
(三) 企业品牌经营分析	148
(四) 企业销售渠道建设	148
(五) 企业竞争优势分析	149
第五节 运动健身企业	149
一、宝力豪健身	149
(一) 企业发展基本情况	149
(二) 企业主要产品分析	150
(三) 企业主要课程分析	151
(四) 企业环境设施分析	152
(五) 企业健身门店分布	152
二、浩沙实业(福建)有限	153
(一) 企业发展概况	153
(二) 企业经营项目	154
(三) 企业网点建设	154
(四) 企业经营模式	154

三、英派斯健康科技有限公司 154

（一）企业发展概况 154

（二）企业经营项目 155

（三）企业网点建设 155

（四）企业经营模式 155

四、中体倍力健身俱乐部有限公司 156

（一）企业发展概况 156

（二）企业经营项目 156

（三）企业网点建设 156

（四）企业经营模式 157

第六节 健康管理服务企业 157

一、爱康国宾 157

（一）企业发展基本情况 157

（二）企业主要业务分析 158

（三）企业疾病评估模型 159

（四）企业销售渠道建设 159

（五）企业发展战略分析 160

二、北京美兆体检 160

（一）企业发展基本情况 160

（二）企业健检产品介绍 161

（三）企业健检设备介绍 161

（四）企业竞争优势分析 162

三、联合基因科技集团 162

（一）企业发展基本情况 162

（二）企业产品服务分析 163

（三）企业技术平台介绍 164

（四）企业品牌形象分析 164

四、上海量健生物科技发展有限公司 165

（一）企业发展基本情况 165

（二）企业自然精品产品 165

（三）企业健康服务分析 166

（四）企业竞争优势分析 166

第六章 博思数据关于中国健康产业前景预测 168

第一节 2015-2020年中国健康产业前景分析 168

- 一、健康产业成国内外风投新宠 168
- 二、消费趋成熟健康服务商机初显 169
- 三、健康产业未来发展前景分析 169

第二节 2015-2020年中国健康产业趋势分析 171

- 一、中国健康产业形成多元化趋势 171
- 二、健康体检市场发展趋势分析 171

第三节 2015-2020年中国健康产业市场预测分析 173

第四节 2015-2020年中国健康产业盈利预测分析 174

第七章 2015-2020年中国健康产业发展战略 175

第一节 市场策略分析 175

- 一、健康服务价格策略分析 175
- 二、健康服务渠道策略分析 180

第二节 销售策略分析 181

- 一、媒介选择策略分析 181
- 二、产品定位策略分析 183
- 三、企业宣传策略分析 184

第三节 提高健康服务企业竞争力的策略 187

- 一、提高中国健康服务企业核心竞争力的对策 187
- 二、影响健康服务企业核心竞争力的因素及提升途径 188
- 三、提高健康服务企业竞争力的策略 189

第四节 对我国健康服务品牌的战略思考 191

- 一、健康服务实施品牌战略的意义 191
- 二、健康服务企业品牌的现状分析 192
- 三、中国健康服务企业的品牌战略 193
- 四、健康服务品牌战略管理的策略 196

第八章 2015-2020年中国健康服务产业投资机会商机与风险预警 198

第一节 2012-2013年中国健康服务产业投资概况 198

- 一、中国健康服务产业投资特性分析 198

二、健康产业投资之医疗篇-医疗器械	200
三、健康产业投资之非医疗篇	201
(一) 健康管理将成疾病防控主流	201
(二) 服务与营销创新是关键	201
四、跨行业合作及行业监管有待改善	202
五、外资对中国健康管理行业的投资热情很高	202
第二节 2015-2020年中国健康服务业投资机会分析	203
一、健康服务投资潜力分析	203
二、健康服务投资项目分析	203
三、健康服务细分行业投资机会	204
四、我国健康服务市场蕴藏的商机	207
第三节 2015-2020年中国健康服务产业投资风险及控制策略分析	207
一、市场风险及控制策略	207
二、政策风险及控制策略	208
三、经营风险及控制策略	208
四、竞争风险及控制策略	208
第四节 中国健康服务产业发展战略分析	209

图表目录

图表 1 2009-2012年中国健康产业市场规模增长趋势图	21
图表 2 2013年国内生产总值构成及增长速度统计	26
图表 3 2009-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图	27
图表 4 2013年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图	28
图表 5 2013年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速	28
图表 6 2009-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图	29
图表 7 2009-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	30
图表 8 2009-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	31
图表 9 2009-2013年农村居民人均纯收入及增长趋势图	31
图表 10 2012-2013年中国居民消费价格月度变化趋势图	32
图表 11 中国中医预防保健服务发展重点	34
图表 12 2011-2012年中国医疗卫生机构数量统计	39
图表 13 2008-2012年医疗卫生机构数量变化趋势图	39

图表 14 2011-2012年中国卫生机构床位数量	40
图表 15 2008-2012年中国医疗卫生机构人员统计情况	41
图表 16 2011-2012年中国卫生人员数	42
图表 17 2011-2012年中国各类医疗卫生人员数	42
图表 18 2011-2012年全国医疗服务工作量统计	43
图表 19 2008-2012年全国医疗卫生机构门诊量及增长速度	43
图表 20 2008-2012年全国医疗卫生机构住院量及增长速度	44
图表 21 2011-2012年全国新型农村合作医疗情况	44
图表 22 2011-2012年全国农村乡镇卫生院医疗服务情况	45
图表 23 2007-2012年中国卫生总费用统计	46
图表 24 2006-2012年中国人口数量及增长率变化趋势图	46
图表 25 2012年中国人口数量及其构成情况统计	47
图表 26 2012年末中国各年龄段人口比重	47
图表 27 2006-2015年中国城镇化率变化趋势图	48
图表 28 2005-2012年中国城乡居民医疗保健支出统计	49
图表 29 2011-2012年全国医院病人门诊及住院费用统计	50
图表 30 2011-2012年基层医疗卫生机构病人门诊及住院费用统计	50
图表 31 2012-2013年中国保健食品制造行业经济指标分析	52
图表 32 2009-2012年中国保健用品产值增长趋势图	59
图表 33 中国保健用品细分行业结构图	60
图表 34 2015-2020年中国保健用品产值预测趋势图	60
图表 35 2012-2013年中国医药行业经济指标统计	68
图表 36 2007-2012年中国医药行业销售收入变化趋势图	69
图表 37 2009-2012年中国医药行业工业总产值情况	73
图表 38 2009-2012年中国医药行业增加值增速情况	73
图表 39 2011-2012年中国医药行业增加值增长率走势图	74
图表 40 2009-2012年中国医药行业工业销售产值情况	75
图表 41 2011-2012年中国医药行业单月销售产值及其增速走势图	76
图表 42 2011-2012年中国医药行业累计销售产值及其增速走势图	76
图表 43 2009-2012年中国中西药品零售总额情况	77
图表 44 2011-2012年中国中西药品单月零售总额及其增速走势图	77
图表 45 2011-2012年中国中西药品累计零售总额及其增速走势图	78

图表 46 2011-2012年中国化学药品原药日平均产量及其增速走势图	79
图表 47 2011-2012年中国化学药品原药产量及其增速走势图	79
图表 48 2011-2012年中国中成药日平均产量及其增速走势图	80
图表 49 2011-2012年中国中成药产量及其增速走势图	80
图表 50 2007-2012年中国运动健身市场规模增长趋势图	88
图表 51 汪氏蜜蜂园有限公司主要产品表	115
图表 52 汪氏蜜蜂园有限公司巢牌汪氏蜂胶软胶囊图	116
图表 53 汪氏蜜蜂园销售网络图	117
图表 54 北京康比特体育科技股份有限公司产品系列表	119
图表 55 上海交大昂立股份有限公司“天然元”营养补充剂维生素类产品图	122
图表 56 新时代健康产业（集团）有限公司主要产品表	124
图表 57 新时代健康产业（集团）有限公司松花参宝片	125
图表 58 中脉科技集团（公司）牛初乳、蜂灵胶囊	131
图表 59 济南欧脉医疗器械有限公司产品系列表	134
图表 60 济南欧脉医疗器械有限公司服务网络图	135
图表 61 北京和平医院先进设备图	142
图表 62 宝力豪健身亚健康解决方案实施流程图	151
图表 63 宝力豪健身门店分布图	153
图表 64 爱康国宾体检套餐表	158
图表 65 爱康国宾疾病检测系列表	158
图表 66 爱康国宾各项评估系列表	159
图表 67 爱康国宾体检中心分布表	160
图表 68 北京美兆健检产品表	161
图表 69 联合基因科技集团6大技术平台表	164
图表 70 量健生物保健品博可麦记图	166
图表 71 2015-2020年中国健康产业市场规模预测趋势图	173
图表72 健康服务行业价格策略	175
图表73 健康服务行业的定价目标	176
图表 74 企业品牌化过程	191
图表 75 产品生命周期描述图	198
图表 76 中国健康服务区域特征	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitayiyao1411/W450437ZQE.html>