2026-2031年中国大健康战略发展模式与典型案例分析报告

目 录

CONTENTS

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（Novartis AG）
（4）葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）
（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 大健康战略转型的前瞻建议
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4：2014-2025年中国国内生产总值（单位：亿元，%）
图表5：2015-2025年我国居民人均GDP及增长率（单位：元，%）
图表6：2020-2025年中国医药行业规模及增长情况（单位：亿元）
图表7：2016-2025年中国医药行业利润总额及增长情况（单位：亿元，元，%）
图表8：2015-2025年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）
图表9：2015-2025年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入（单位：元）
图表10：2016-2025年中国卫生费用支出及其增长情况（单位：亿元，元，%）
图表11：2020-2025年主要经济指标增长（单位：%）
图表12：2016-2025年我国65岁及以上人口数量及占比情况（单位：万人，%）
图表13：2025年337个城市环境空气质量达标情况
图表14：2025年全国流域总体水质状况
图表15：2012-2025年我国医院次均门诊费用走势图（单位：元）
图表16：2019-2025年国内食品安全重大事件回顾
图表17：2025年受访公众认为最重要的事调查结果（单位：%）
图表18：2025年受访公众健康困扰问题调查结果（单位：%）
图表19：2006-2025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24：2026-2031年美国国家健康支出规模及预测（单位：亿美元）
图表25：2025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29：2019-2025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33：2015-2025年美国强生（JNJ）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）
图表34：2025年强生公司销售收入区域情况（单位：十亿美元，%）
图表35：2021-2025年强生公司经营情况（单位：十亿美元，美元）
图表36：强生公司业务结构及收入情况（单位：十亿美元，%）
图表37：美国强生（Johnson&Johnson）公司产品结构
图表38：诺华公司（Novartis AG）基本信息表
图表39：2019-2025年诺华公司（Novartis AG）主要经济指标（单位：亿美元）
图表40：2025年前三季度诺华公司（Novartis AG）主营业务收入按区域划分（单位：亿美元，%）

图表41：美国诺华（Novartis AG）公司产品结构
图表42：美国诺华（Novartis AG）公司中国业务
图表43：葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）基本信息表
图表44：2019-2025年葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）主要经济指标（单位：亿英镑）
图表45：2019-2025年葛兰素史克公司主营收入变化情况（单位：亿英镑，%）
图表46：2021-2025年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司产品结构-按收入（单位：亿英镑，%）
图表47：赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）基本信息表
图表48：2019-2025年赛诺菲安万特公司主要经营指标（单位：亿欧元，%）
图表49：2019-2025年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）主要经济指标（单位：亿欧元）
图表50：2021-2025年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）公司产品结构-按收入（单位：亿欧元，%）
图表51：2026-2031年全球消费保健品市场规模（单位：亿美元）
图表52：2020-2025年上半年中国大健康产业投资领域细分情况（单位：亿元）
图表53：2017-2025年上半年数字医疗领域累计交易规模细分（单位：亿元）
图表54：国际领先医药企业进入中国市场时间
图表55：大健康战略国内发展历程示意图
图表56：2014-2025年医药制造业增加值增速情况（单位：%）
图表57：2018-2025年我国中国医药品进出口总额及贸易逆差分析（单位：亿美元）
图表58：2018-2025年中国医药品进口数量及增速分析（单位：万吨，%）
图表59：2018-2025年中国医药品进口金额及增速分析（单位：万吨，%）
图表60：2018-2025年中国医药品出口金额及增速分析（单位：万吨，%）
图表61：2021-2025年我国医药工业固定资产增长情况（单位：%）
图表62：药企大健康战略列表
图表63：云南白药牙膏起步期受到诸多质疑
图表64：云南白药牙膏营销团队的调研发现
图表65：云南白药牙膏购买方面的三大障碍
图表66：云南白药牙膏的三大拓展
图表67：云南白药牙膏的渠道策略
图表68：云南白药牙膏的炒作策略
图表69：云南白药牙膏的电视广告策略
图表70：云南白药牙膏的成功经验总结
图表71：药企大健康战略成败关键因素列表
图表72：2020-2025年我国药品零售市场规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表73：2020-2025年中国四大上市连锁药店营收规模（单位：亿元）
图表74：2016-2025年中国药品经营企业数量变化情况（单位：万家，%）
图表75：2016-2025年中国连锁药店企业数量变化情况（单位：家，%）

图表76：2016-2025年中国连锁药店门店数量变化情况（单位：万家，%）
图表77：2016-2025年零售药店数量及增长情况（单位：万家）
图表78：2025年中国零售药品销售区域分布（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81：2017-2025年中国保健品行业市场规模走势图（单位：亿元，%）
图表82：2025年中国保健品企业市场份额（单位：%）
图表83：2026-2031年中国功效性护肤品市场规模及预测（单位：亿元）
图表84：中国药妆市场竞争层次
图表85：2025年中国药妆行业领先上市企业分析（单位：亿元）
图表86：2019-2025年我国医疗器械行业总规模计增长情况（单位：亿元，%）
图表87：2025年国内医疗器械企业产品结构（单位：%）
图表88：我国医疗器械市场各品牌竞争格局
图表89：2019-2025年中国日化市场销售收入走势图（单位：亿美元，%）
图表90：中国本土知名日化品牌一览表
图表91：中国药企横向扩张分析表
图表92：中国药企横向扩张案例
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：分销渠道各细分渠道分布图（按销售收入）（单位：%）
图表96：营养保健品行业价值链情况
图表97：无限极直销模式优势
图表98：大健康领域的五种电子商务模式列表
图表99：中国药企纵向扩张分析表
图表100：中国药企纵向扩张案例
图表101：2025年中国500强Top10大健康企业（单位：百万元）
图表102：2025年实体药店各主要类别销售总额贡献率分布情况（单位：%）
图表103：2025年线上药店各主要类别销售总额贡献率分布情况（单位：%）
图表104：2020-2025年食品/保健品类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表105：2025年领先零售药店线上布局情况
图表106：云南白药集团股份有限公司基本信息表
图表107：截至2025年云南白药集团股份有限公司股权结构图（单位：%）
图表108：云南白药集团股份有限公司中短期大健康战略内容
图表109：云南白药集团股份有限公司中长期大健康战略内容
图表110：2025年云南白药集团股份有限公司销售区域分布图（按营业收入）（单位：%）
图表111：云南白药集团股份有限公司主要产品
图表112：2025年云南白药集团股份有限公司业务结构（单位：亿元，%）
图表113：云南白药集团股份有限公司大健康主打产品列表
图表114：2020-2025年云南白药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表115：2020-2025年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表116：2020-2025年云南白药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表117：2020-2025年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表118：2020-2025年云南白药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表119：云南白药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析
图表120：漳州片仔癀药业股份有限公司基本信息表
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！