

## 2025-2030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4：2013-2024年中国国内生产总值（单位：亿元，%）

图表5：2014-2024年我国居民人均GDP及增长率（单位：元，%）

图表6：2019-2024年中国医药行业规模及增长情况（单位：亿元）

图表7：2015-2024年中国医药行业利润总额及增长情况（单位：亿元，元，%）

图表8：2014-2024年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表9：2014-2024年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入（单位：元）

图表10：2015-2024年中国卫生费用支出及其增长情况（单位：亿元，元，%）

图表11：2019-2024年主要经济指标增长（单位：%）

图表12：2015-2024年我国65岁及以上人口数量及占比情况（单位：万人，%）

图表13：2024年337个城市环境空气质量达标情况

图表14：2024年全国流域总体水质状况

图表15：2011-2024年我国医院次均门诊费用走势图（单位：元）

图表16：2018-2024年国内食品安全重大事件回顾

图表17：2024年受访公众认为最重要的事调查结果（单位：%）

图表18：2024年受访公众健康困扰问题调查结果（单位：%）

图表19：2005-2024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: 2025-2030年美国国家健康支出规模及预测 (单位: 亿美元)
- 图表25: 2024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: 2018-2024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: 2014-2024年美国强生 (JNJ) 公司销售收入情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表34: 2024年强生公司销售收入区域情况 (单位: 十亿美元, %)
- 图表35: 2020-2024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: 2018-2024年诺华公司 (Novartis AG) 主要经济指标 (单位: 亿美元)
- 图表40: 2024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: 2018-2024年葛兰素史克 (Glaxo Smith Kline) 主要经济指标 (单位: 亿英镑)
- 图表45: 2018-2024年葛兰素史克公司主营收入变化情况 (单位: 亿英镑, %)
- 图表46: 2020-2024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: 2018-2024年赛诺菲安万特公司主要经营指标 (单位: 亿欧元, %)
- 图表49: 2018-2024年赛诺菲-安万特 (Sanofi-Aventis) 主要经济指标 (单位: 亿欧元)
- 图表50: 2020-2024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: 2025-2030年全球消费保健品市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表52: 2019-2024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: 2016-2024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: 2013-2024年医药制造业增加值增速情况 (单位: %)
- 图表57: 2017-2024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: 2017-2024年中国医药品进口数量及增速分析 (单位: 万吨, %)
- 图表59: 2017-2024年中国医药品进口金额及增速分析 (单位: 万吨, %)
- 图表60: 2017-2024年中国医药品出口金额及增速分析 (单位: 万吨, %)
- 图表61: 2020-2024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: 2019-2024年我国药品零售市场规模及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表73: 2019-2024年中国四大上市连锁药店营收规模 (单位: 亿元)
- 图表74: 2015-2024年中国药品经营企业数量变化情况 (单位: 万家, %)
- 图表75: 2015-2024年中国连锁药店企业数量变化情况 (单位: 家, %)

- 图表76: 2015-2024年中国连锁药店门店数量变化情况 (单位: 万家, %)
- 图表77: 2015-2024年零售药店数量及增长情况 (单位: 万家)
- 图表78: 2024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: 2016-2024年中国保健品行业市场规模走势图 (单位: 亿元, %)
- 图表82: 2024年中国保健品企业市场份额 (单位: %)
- 图表83: 2025-2030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: 2024年中国药妆行业领先上市企业分析 (单位: 亿元)
- 图表86: 2018-2024年我国医疗器械行业总规模计增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表87: 2024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: 2018-2024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: 2024年中国500强Top10大健康企业 (单位: 百万元)
- 图表102: 2024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: 2024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: 2019-2024年食品/保健品类销售总额贡献率变化情况 (单位: %)
- 图表105: 2024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2024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: 2024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: 2024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: 2019-2024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: 2019-2024年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表116: 2019-2024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: 2019-2024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: 2019-2024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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！