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.....15
1.1 大健康战略相关定义.....15
1.1.1 大健康.....15
1.1.2 大健康产业.....15
1.1.3 大健康战略.....15
1.2 大健康战略研究范围与分析方法.....16
1.2.1 报告研究范围界定.....16
1.2.2 报告分析方法介绍.....16
1.3 大健康战略效益分析.....16
1.3.1 经济效益.....16
1.3.2 社会效益.....17
1.3.3 营销效益.....17
第2章：大健康战略发展环境分析.....19
2.1 经济环境.....19
2.1.1 经济环境现状及展望.....19
（1）国际宏观经济形势分析及展望.....19
1）国际宏观经济现状.....19
2）国际宏观经济展望.....19
（2）国内宏观经济形势分析及展望.....20
1）国内宏观经济环境现状.....20
2）国内医药行业发展现状.....21
3）国内居民收入水平现状.....22
4）2012年国内宏观经济展望.....22
2.1.2 对大健康战略的影响评述.....22
2.2 社会环境.....23
2.2.1 相关社会因素分析.....23
（1）人口结构变化.....23
（2）生态环境变化.....23
（3）医疗成本变化.....24
（4）食品安全问题.....25
（5）生活/工作压力.....27
（6）城镇化因素.....27
2.2.2 对大健康战略的影响评述.....28
2.3 政策环境.....29
2.3.1 监管体制.....29
2.3.2 相关政策解读.....29
2.3.3 对大健康战略的影响评述.....31
第3章：大健康战略发展现状与趋势分析.....32
3.1 国际大健康产业现状与经验启示.....32
3.1.1 国际发展概况.....32
（1）国际大健康产业历程.....32
（2）国际大健康产业规模.....32
（3）国际大健康产业结构.....33
（4）国际大健康产业细分.....34
3.1.2 国际领先案例分析.....36
（1）雅培（Abbott）.....36
1）企业发展概况.....36
2）大健康产品经营状况分析.....36
3）企业在华投资情况分析.....38
（2）强生（Johnson & Johnson）.....39
1）企业发展概况.....39

2）大健康产品经营状况分析.....39
3）企业在华投资情况分析.....40
（3）诺华（Novartis AG）.....40
1）企业发展概况.....40
2）大健康产品经营状况分析.....41
3）企业在华投资情况分析.....42
（4）葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）.....43
1）企业发展概况.....43
2）大健康产品经营状况分析.....43
3）企业在华投资情况分析.....44
（5）赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）.....45
1）企业发展概况.....45
2）大健康产品经营状况分析.....45
3）企业在华投资情况分析.....45
3.1.3 国际发展经验启示.....45
3.2 国内大健康战略实施现状分析.....46
3.2.1 发展历程.....46
3.2.2 医药生产企业.....47
（1）药企发展现状分析.....47
1）药品销售规模.....47
2）药企数量分布.....48
（2）药企大健康战略概况.....49
（3）药企大健康战略的主要优势.....50
（4）药企大健康战略典型案例分析.....50
（5）药企大健康战略尝试经验总结.....54
3.2.3 药品销售企业.....55
（1）药店发展现状分析.....55
1）药品销售规模.....55
2）药店数量分布.....56
3）药店产品结构.....57
（2）药店大健康战略概况.....59
（3）药店大健康战略的主要优势.....59
（4）药店大健康战略典型案例分析.....60
（5）药店大健康战略尝试经验总结.....60
3.3 国内大健康产业发展趋势分析.....61
3.3.1 政策趋势.....61
3.3.2 产品趋势.....62
3.3.3 需求趋势.....63
第4章：大健康战略发展模式分析.....64
4.1 横向扩张模式分析.....64
4.1.1 横向扩张模式概述.....64
4.1.2 横向扩张分析（重点产品）.....64
（1）营养保健.....64
1）行业规模和前景.....64
2）企业竞争格局.....65
（2）药妆.....65
1）行业规模和前景.....65
2）企业竞争格局.....66
（3）医疗器械.....67
1）行业规模和前景.....67
2）企业竞争格局.....67
（4）日化.....68
1）行业规模和前景.....68
2）企业竞争格局.....69
4.1.3 横向扩张分析（重点企业）.....69
（1）横向扩张现状.....69
（2）横向扩张案例.....70
4.2 纵向延伸模式分析.....72
4.2.1 纵向延伸模式概述.....72

4.2.2 纵向延伸模式分析（重点模式）.....72
（1）分销模式.....72
（2）直销模式.....73
1）直销模式分析.....73
2）直销案例分析.....74
（3）电子商务模式.....76
1）电商模式分析.....76
2）电商案例分析.....77
4.2.3 纵向扩张分析（重点企业）.....78
（1）纵向扩张现状.....78
（2）纵向扩张案例.....79
第5章：大健康战略典型案例分析.....81
5.1 大健康战略典型案例整体概况分析.....81
5.2 药企大健康战略典型案例分析.....82
5.2.1 天士力制药集团股份有限公司大健康战略分析.....82
（1）企业发展情况简介.....82
（2）企业大健康战略分析.....83
（3）企业大健康市场分析.....84
（4）企业大健康产品分析.....85
1）企业产品结构分析.....85
2）企业大健康产品分析.....85
（5）企业经营情况分析.....86
1）主要经济指标分析.....86
2）企业盈利能力分析.....87
3）企业运营能力分析.....88
4）企业偿债能力分析.....89
5）企业发展能力分析.....89
（6）企业大健康战略优劣势分析.....90
（7）企业投资兼并与重组分析.....91
（8）企业最新发展动向分析.....91
5.2.2 云南白药集团股份有限公司大健康战略分析.....91
（1）企业发展情况简介.....91
（2）企业大健康战略分析.....93
（3）企业大健康市场分析.....93
（4）企业大健康产品分析.....94
1）企业产品结构分析.....94
2）企业大健康产品分析.....94
（5）企业经营情况分析.....95
1）企业主要经济指标.....95
2）企业盈利能力分析.....96
3）企业运营能力分析.....97
4）企业偿债能力分析.....97
5）企业发展能力分析.....98
（6）企业大健康战略优劣势分析.....99
（7）企业投资兼并与重组分析.....99
（8）企业最新发展动向分析.....100
5.2.3 北京同仁堂股份有限公司大健康战略分析.....100
（1）企业发展情况简介.....100
（2）企业大健康战略分析.....101
（3）企业大健康市场分析.....101
（4）企业大健康产品分析.....102
（5）企业经营情况分析.....102
1）主要经济指标分析.....102
2）企业盈利能力分析.....103
3）企业运营能力分析.....104
4）企业偿债能力分析.....104
5）企业发展能力分析.....105
（6）企业大健康战略优劣势分析.....106
（7）企业投资兼并与重组分析.....106

……另有12家企业分析

5.3 药店大健康战略典型案例分析.....187
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.....187
（1）企业发展简况分析.....187
（2）企业定位与服务对象.....188
（3）企业大健康战略发展分析.....188
（4）企业经营情况分析.....188
1）企业主要经济指标.....188
2）企业盈利能力分析.....189
3）企业运营能力分析.....190
4）企业偿债能力分析.....190
5）企业发展能力分析.....191
（5）企业门店数量与分布.....192
（6）企业市场拓展分析.....192
（7）企业供应商与采购.....193
（8）企业大健康战略优劣势分析.....194
（9）企业最新发展动向分析.....194
5.3.2 西安怡康医药连锁有限责任公司大健康战略分析.....194
（1）企业发展简况分析.....194
（2）企业定位与服务对象.....195
（3）企业大健康战略发展分析.....195
（4）企业经营情况分析.....195
（5）企业门店数量与分布.....195
（6）企业市场拓展分析.....195
（7）企业供应商与采购.....196
（8）企业大健康战略优劣势分析.....196

……另有10家企业分析

第6章：大健康战略发展建议.....211
6.1 大健康战略转型机遇分析.....211
6.1.1 药企大健康战略的优势分析.....211
6.1.2 药店大健康战略的优势分析.....211
6.1.3 大健康战略的机遇分析.....212
6.2 大健康战略转型风险分析.....212
6.2.1 产品安全风险.....212
6.2.2 市场变化风险.....212
6.2.3 自身经营风险.....213
6.2.4 产品同质化风险.....213
6.3 大健康战略转型必备素质.....213
6.3.1 药企发展大健康战略的必备素质分析.....213
6.3.2 药店发展大健康战略的必备素质分析.....214
6.4 大健康战略转型的前瞻建议.....214
6.4.1 药企大健康战略建议.....214
6.4.2 药店大健康战略建议.....215

图表目录

图表1：大健康产业分类.....15
图表2：大健康战略报告分析架构图.....16
图表3：2005-2012年全球GDP增速走势图（单位：%）.....19
图表4：2012-2016年全球主要经济体经济增速及预测（单位：%）.....20
图表5：2005-2012年中国GDP增长趋势图（单位：%）.....20
图表6：2005-2012年中国医药行业市场规模变化情况（单位：亿元，%）.....21

图表7：2001-2012年中国城镇居民人均总收入变化情况（单位：元）.....22
图表8：2006-2012年我国老龄人口比重及变化趋势（单位：%）.....23
图表9：2012-2016年中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图.....24
图表10：2007-2012年中国门诊病人次均医疗费走势图（单位：元）.....24
图表11：2007-2012年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）.....25
图表12：2012年中国重大食品安全事件列表.....25
图表13：2007-2012年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）.....27
图表14：2005-2030年中国城镇人口所占比例走势及预测图（单位：%）.....27
图表15：社会因素对大健康战略的影响列表.....28
图表16：中国大健康产业监管部门及主要职能.....29
图表17：《医学科技十二五规划》对大健康产业规划示意图.....30
图表18：《新医疗体制改革》的“四位一体”体系.....30
图表19：美国大健康产业发展现状示意图.....32
图表20：美国大健康产业结构图.....33
图表21：中国大健康产业结构图.....34
图表22：美国的家庭保健服务介绍表.....34
图表23：2009-2012年美国雅培（Abbott）公司主要经济指标（单位：亿美元）.....36
图表24：2012年美国雅培（Abbott）公司产品结构图（单位：%）.....37
图表25：美国雅培（Abbott）公司大健康产品列表.....37
图表26：2012年世界十大奶粉列表.....37
图表27：2012年美国雅培（Abbott）公司营业收入区域分布图（单位：%）.....38
图表28：2012年美国强生（Johnson & Johnson）公司产品结构图（单位：%）.....39
图表29：2012年美国强生（Johnson & Johnson）公司产品结构.....39
图表30：2009-2012年强生公司在华主要经济指标（单位：亿元）.....40
图表31：2012年美国诺华（Novartis AG）产品结构图（单位：%）.....41
图表32：2012年美国诺华（Novartis AG）公司产品结构.....41
图表33：2009-2012年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司主要经济指标（单位：亿英镑）.....43
图表34：2009-2012年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司产品结构.....43
图表35：美国的家庭保健服务介绍表.....46
图表36：大健康战略国内发展历程示意图.....46
图表37：2007-2012年中国药企销售收入走势图（单位：亿元，%）.....47
图表38：2007-2012年中国规模以上药企数量及增长情况（单位：万家，%）.....48
图表39：2012年中国药企地区分布图（单位：%）.....48
图表40：2012年中国药企数量排名前10省市（单位：%）.....49
图表41：药企大健康战略列表.....50
图表42：南白药牙膏起步期受到的质疑列表.....51
图表43：云南白药牙膏营销团队的调研发现.....51
图表44：云南白药牙膏购买方面的三大障碍.....52
图表45：云南白药牙膏的三大拓展.....52
图表46：云南白药牙膏的渠道策略.....53
图表47：云南白药牙膏的炒作策略.....53
图表48：云南白药牙膏的电视广告策略.....53
图表49：云南白药牙膏的成功经验总结.....54
图表50：药企大健康战略成败关键因素列表.....54
图表51：2007-2012年中国百强药店销售规模趋势图（单位：亿元，%）.....55
图表52：2007-2012年零售药店数量及增长情况（单位：万家，%）.....56
图表53：2012年中国零售药店地区分布（单位：%）.....56
图表54：2012年中国零售药店数量排名前10省市（单位：%）.....57
图表55：2012年中国零售药店产品销售额占比图（单位：%）.....58
图表56：2010-2012年零售市场产品销售额增速图（单位：%）.....58
图表57：药店大健康战略列表.....59
图表58：药企大健康战略成败关键因素列表.....61
图表59：行业生命周期示意图.....63
图表60：2007-2012年中国营养保健品行业市场规模走势图（单位：亿元，%）.....64
图表61：2012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，%）.....65
图表62：2007-2012年中国药妆市场销售收入走势图（单位：亿元，%）.....65
图表63：2012年中国药妆市场企业格局图（按销售收入）（单位：%）.....66
图表64：2007-2012年中国医疗器械市场销售收入走势图（单位：亿元，%）.....67
图表65：2012年中国医疗器械行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）.....67

图表66：2007-2012年中国日化市场销售收入走势图（单位：亿元，%）.....68
图表67：2012年中国日化市场企业格局图（按销售收入）（单位：%）.....69
图表68：中国药企横向扩张分析表.....69
图表69：中国化妆品行业的利润总体分布图（单位：%）.....72
图表70：中国化妆品行业渠道分布图（按销售收入）（单位：%）.....72
图表71：营养保健品行业价值链情况.....73
图表72：2003-2012年屈臣氏和莎莎的毛利率对比图（单位：%）.....74
图表73：大健康领域的五种电子商务模式列表.....76
图表74：中国药企纵向扩张分析表.....79
图表75：进军大健康产业的十大药企（单位：亿元）.....81
图表76：2012年全国百强药店食品/保健品类占销售总额比例十强（单位：%）.....82
图表77：天士力制药集团股份有限公司基本信息表.....82
图表78：天津天士力制药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.....83
图表79：天津天士力制药股份有限公司大健康战略列表.....83
图表80：2012年天津天士力制药股份有限公司主营业务区域分布图（按营业收入）（%）.....85
图表81：天士力制药集团股份有限公司大健康产品结构图.....85
图表82：2012年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：%）.....86
图表83：2009-2012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）.....87
图表84：2012年天士力制药集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）.....87
图表85：2009-2012年天津天士力制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....88
图表86：2012年天士力制药集团股份有限公司分产品情况表（单位：万元，%）.....88
图表87：2009-2012年天津天士力制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....88
图表88：2009-2012年年天津天士力制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....89
图表89：2009-2012年天津天士力制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....90
图表90：天士力制药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析.....90
图表91：云南白药集团股份有限公司基本信息表.....91
图表92：云南白药集团股份有限公司业务能力简表.....92
图表93：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方框图.....92
图表94：2012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：%）.....93
图表95：2012年云南白药集团股份有限公司的产品结构图（按营业收入）（单位：%）.....94
图表96：云南白药集团股份有限公司大健康产品规划列表.....94
图表97：2009-2012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）.....95
图表98：2012年云南白药集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）.....96
图表99：2009-2012年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....96
图表100：2012年云南白药集团股份有限公司分产品情况表（单位：万元，%）.....96
图表101：2009-2012年云南白药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....97
图表102：2009-2012年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....98
图表103：2009-2012年云南白药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....98
图表104：云南白药集团股份有限公司大健康战略优劣势分析.....99
图表105：北京同仁堂股份有限公司基本信息表.....100
图表106：北京同仁堂股份有限公司业务能力简况表.....100
图表107：北京同仁堂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.....101
图表108：2009-2012年北京同仁堂股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）.....103
图表109：2012年北京同仁堂股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）.....103
图表110：2009-2012年北京同仁堂股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....103
图表111：2009-2012年北京同仁堂股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....104
图表112：2009-2012年北京同仁堂股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....105
图表113：2009-2012年北京同仁堂股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....105
图表114：北京同仁堂股份有限公司大健康战略优劣势分析.....106
图表115：马应龙药业集团股份有限公司基本信息表.....106
图表116：马应龙药业集团股份有限公司业务能力简表.....107
图表117：马应龙药业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.....107
图表118：2012年马应龙药业集团股份有限公司产品主营业务区域分布图（按营业收入）（单位：%）.....108
图表119：2012年马应龙药业集团股份有限公司的产品结构图（按营业收入）（单位：%）.....109
图表120：2012年马应龙药业集团股份有限公司的产品结构图（按营业收入）（单位：%）.....109

……另有141个图表

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！