|  |
| --- |
| [中国大健康市场现状调研与发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国大健康市场现状调研与发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 150A099　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　大健康行业作为涵盖预防、治疗、康复、保健等全方位健康服务的领域，近年来在全球范围内展现出蓬勃的发展态势。数字化医疗、远程医疗、精准医疗等新型健康服务模式的兴起，提高了医疗服务的可及性和个性化。同时，健康产业的跨界融合，如健康旅游、健康食品、健康保险，拓宽了大健康行业的边界和价值。
　　未来，大健康行业的发展将更加注重个性化和智慧化。个性化体现在利用基因组学、微生物组学等前沿科技，提供基于个体健康状况的精准医疗服务，以及通过健康数据的长期跟踪，实现健康管理的个性化、动态化。智慧化则是指利用物联网、人工智能、区块链技术，实现健康数据的互联互通，以及通过智能健康平台，提供疾病预警、健康咨询、康复指导等智慧健康服务，构建覆盖全生命周期的智慧健康生态系统。
　　《[中国大健康市场现状调研与发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html)》基于权威机构及大健康相关协会等渠道的资料数据，全方位分析了大健康行业的现状、市场需求及市场规模。大健康报告详细探讨了产业链结构、价格趋势，并对大健康各细分市场进行了研究。同时，预测了大健康市场前景与发展趋势，剖析了品牌竞争状态、市场集中度，以及大健康重点企业的表现。此外，大健康报告还揭示了行业发展的潜在风险与机遇，为大健康行业企业及相关投资者提供了科学、规范、客观的战略建议，是制定正确竞争和投资决策的重要依据。

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（Novartis AG）
　　　　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（Glaxo Smith Kline）
　　　　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 中:智:林: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
　　　　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

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 3：2019-2024年中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）
　　图表 4：2019-2024年中国医药行业发展规模及增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 5：2019-2024年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）
　　图表 6：2019-2024年中国城乡居民医疗保健支出增长（单位：元）
　　图表 7：2024-2030年主要经济指标增长及预测（单位：%）
　　图表 8：2019-2024年中国老年人口所占比例（单位：%）
　　图表 9：中国环保部规划的PM2.5监测范围示意图
　　图表 10：2019-2024年中国门诊病人次均医疗费走势图（单位：元）
　　图表 11：2019-2024年中国出院病人人均医药费走势图（单位：元）
　　图表 12：2024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 14：2019-2024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 23：2019-2024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 27：2024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 29：2019-2024年美国强生（JNJ）公司销售收入情况（单位：亿美元，%）
　　图表 30：2019-2024年强生公司经营情况（单位：亿美元）
　　图表 31：2024年强生公司营业收入分业务（单位：%）
　　图表 32：2024-2030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 34：2024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（Novartis AG）基本信息表
　　图表 36：2019-2024年诺华公司（Novartis AG）销售收入情况（单位：亿美元，%）
　　图表 37：2019-2024年诺华公司（Novartis AG）主要经济指标（单位：亿美元）
　　图表 38：2024-2030年美国诺华（Novartis AG）产品结构图（单位：%）
　　图表 39：2024-2030年诺华公司（Novartis AG）细分产品收入及变化（单位：百万美元，%）
　　图表 40：美国诺华（Novartis AG）公司产品结构
　　图表 41：2024-2030年诺华公司（Novartis AG）消费区域分布（单位：%）
　　图表 42：2024-2030年诺华公司（Novartis AG）细分产品收入及变化（单位：百万美元，%）
　　图表 43：葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）基本信息表
　　图表 44：2019-2024年葛兰素史克公司主要经济指标（单位：亿英镑）
　　图表 45：2019-2024年葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）主要经济指标（单位：亿英镑）
　　图表 46：2019-2024年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）公司产品结构（单位：%）
　　图表 47：2019-2024年葛兰素史克公司细分产品销售规模（单位：百万英镑）
　　图表 48：2024年英国葛兰素史克（Glaxo Smith Kline）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 50：2019-2024年赛诺菲安万特公司主要经营指标（单位：亿欧元）
　　图表 51：2019-2024年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）主要经济指标（单位：亿欧元）
　　图表 52：2024年赛诺菲-安万特（Sanofi-Aventis）产品结构图（单位：%）
　　图表 53：美国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 55：2019-2024年中国药企销售收入走势图（单位：亿元，%）
　　图表 56：2019-2024年中国规模以上药企数量及增长情况（单位：万家，%）
　　图表 57：2024年中国药企地区分布图（单位：%）
　　图表 58：2024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：药企大健康战略成功关键因素列表
　　图表 69：2019-2024年我国药品零售市场规模及预测（单位：亿元）
　　图表 70：2019-2024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 71：2019-2024年中国连锁药店行业百强销售总额变化（单位：亿元，%）
　　图表 72：2019-2024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 73：2019-2024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 75：2019-2024年我国零售企业区域分布情况（单位：家，%，人）
　　图表 76：2024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 78：2019-2024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：药企大健康战略失败关键因素列表
　　图表 81：行业生命周期示意图
　　图表 82：2019-2024年中国营养保健品行业市场规模走势图（单位：亿元，%）
　　图表 83：2024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 84：2019-2024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 86：2019-2024年中国医疗器械市场销售收入走势图（单位：亿元，%）
　　图表 87：2024年中国医疗器械行业市场竞争格局（按企业数量）（单位：%）
　　图表 88：2024年中国医疗器械行业市场竞争格局（按销售收入）（单位：%）
　　图表 89：2019-2024年中国日化市场销售收入走势图（单位：亿元，%）
　　图表 90：2024-2030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 99：2019-2024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 100：2019-2024年食品/保健品类占销售总额比例区间分布（单位：%）
　　图表 101：2024年食品/保健品类占销售总额比例十强（单位：%）
　　图表 102：2019-2024年食品/保健品类产品利润贡献率区间分布（单位：%）
　　图表 103：2024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 107：2024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 110：2019-2024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 111：2019-2024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 112：2019-2024年天津天士力制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
　　图表 113：2019-2024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 114：2019-2024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 115：2019-2024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2023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
略……

了解《[中国大健康市场现状调研与发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：150A099，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_YiLiaoBaoJian/99/DaJianKangWeiLaiFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！