

2015-2020年中国健康养生 行业分析与发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2015-2020年中国健康养生行业分析与发展策略咨询报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/201502/15-177020.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。

二、说明、目录、图表目录

健康服务业包括医疗护理、康复保健、健身养生等领域，是现代服务业的重要内容和薄弱环节。未来我国医疗卫生健康产业发展重点将从以治疗为主转为预防为主，以传染病预防为主转变为以慢性病预防为主。2013年，我国大健康产业规模接近2万亿元，如果包括医疗卫生开支就接近4万亿元。到2016年“十二五”结束，我国健康产业的规模预计将接近3万亿元，达全球第一。健康产业从病患医疗业中“漂移”出来，成为单独的一个产业也是近几年的事情，各企业积极参展的情况足见这个朝阳产业的发展趋势值得期待。其中，创建于1995年的天狮集团，秉承“健康人类、服务社会”的经营理念，一直领军保健品行业。1998年挺进国际市场，先后在110个国家和地区建立了分公司，其产品辐射190个国家，目前在全球已经拥有1600万个家庭的稳定消费群体。在圣彼得堡天狮六周年生日庆典上，国际航空航天人问题研究院的院长马卡洛夫为天狮颁发了“航空航天人最佳保健品”证书，肯定其产品为高难度条件下作业的人解决职业寿命问题。

就目前来说，中国健康产业正处于全球产业转移及自身的产业升级过程中。各企业拥有低成本优势，这促使了全球医药制造业向中国制药转移，国内医药产品出口量迅速增加，形成了内部需求与外部需求双轮驱动的局面。同时，中国医药产业开始由制造低成本优势阶段向以高端产品低成本生产及低成本研发为核心的阶段过渡，像天狮这样成长中的优势企业就开始具备长期投资价值。

然而，作为一个处在探索中的产业来说，其中存在的瓶颈也不可忽略。比如，我国健康检测和评估的相关技术不具有自主知识产权，健康产业仍旧依赖传统医疗服务机构，健康产业方面的检测和服务面临着费用昂贵等问题。后奥运时期，北京奥运会遗产将逐步全民化、社会化，人们对自身健康更加重视，对健康产业的期待也不断增强。在国务院法制办欲将8月8日定为全民健身日之际，健康产业应该快马加鞭向前冲了！

中国产业研究报告网发布的《2015-2020年中国健康养生行业分析与发展策略咨询报告》共十章。首先介绍了中国健康养生行业市场发展环境、中国健康养生整体运行态势等，接着分析了中国健康养生行业市场运行的现状，然后介绍了中国健康养生市场竞争格局。随后，报告对中国健康养生做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健康养生行业发展趋势与投资预测。您若想对健康养生产业有个系统的了解或者想投资健康养生行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。报告目录：第一部分 行业发展环境分析1

第一章 健康养生产业发展环境分析1

第一节 经济环境分析1

一、国民经济运行情况GDP1

二、消费价格指数CPI、PPI4

三、全国居民收入情况6

四、恩格尔系数7

五、工业发展形势8

六、固定资产投资情况18

七、中国汇率调整26

八、对外贸易&进出口27

九、我国医疗卫生财政投入现状31

第二节 政策环境分析31

一、提升创新中药研发水平促进产业化发展31

二、健康养生指定产品贴标流程33

三、医疗技术临床应用管理办法37

四、保健食品中防腐剂限量卫生标准47

五、保健食品命名规定48

六、国家规定要严厉打击假劣保健品49

七、国家对保健品宣传的规定50

八、保健与养生将首次纳入中医药产业规划50

第三节 医疗卫生分析52

一、中国农村医疗卫生状况52

三、中国医疗卫生资源配置地区差异55

四、医疗改革的历程59

第四节 医疗费用分析60

一、医疗服务价格变化趋势60

二、医疗费用高主要表现61

三、医疗费用上涨原因62

四、降低医疗费用建议措施63

第五节 医疗保障制度分析64

一、当前医疗系统分析64

二、中国医疗保障覆盖情况	70
三、中国基本医疗保险制度的主要政策	71
四、中国医疗保障制度存在的主要问题	74
五、医疗保险业现状和主要问题	75
第二部分 行业发展分析	79
第二章 保健产业发展分析	79
第一节 保健产业状况	79
一、保健产业的状况	79
二、保健产业存在的问题和困难	83
三、保健产业发展空间分析	88
第二节 中医保健产业发展分析	89
一、中医保健产业发展状况	89
二、中医药保健产业发展分析	90
三、中医药保健产业规范与支持分析	92
四、发展中医药保健产业的建议	93
五、中医保健产业的未来发展	94
六、韩国保健产业现状及进口安全管理政策方向	95
第三章 健康养生市场分析	99

第一节 健康养生市场分析99

一、养生市场分析99 据不完全统计，目前我国健康产业年产值5600亿元左右，生产企业共约1700家，销售企业约2.5万家，销售规模达900亿元，目前全年销售规模超过千亿元。

数据显示：截至2013年底，我国共批准了13759个保健食品，其中国产保健食品为13048个，进口保健食品为711个。2013年底中国获得批文的保健品数量资料来源：中国产业研究报告网整理 目前我国市面上比较热门的保健品保健功能主要集中在调节免疫，辅助降血脂，抗疲劳和维生素等几个方面，占保健品总数的50%以上。2013年底我国保健品产品结构资料来源：中国产业研究报告网整理2013年底我国保健品细分产品数量（个）

国产保健品		进口保健品		免疫力
2149	49	降血脂		1374
130		抗疲劳	1935	65
美容养颜	268	20		减肥
340	8	降血糖		261
12	睡眠	439		45
补钙	273	41		维生素
1410	114	其他		4599

整理二、我国中医保健市场现状分析102

三、中医中药保健品市场前景分析103

四、中国药膳产品将走向国际市场108

五、中医养生存在问题109

六、养生保健市场亟待规范110

第二节 健康养生市场供需111

一、健康养生需求拉动未来新商机111

二、社会中存在巨大的中医养生需求121

三、亚健康催生巨大中医养生需求122

四、中医养生服务需求水涨船高122

五、保健行业保健品的市场需求分析124

第三节 2013年中国健康养生产品市场分析125

一、中国保健品行业健康发展情况分析125

二、保健食品市场面临的问题分析126

三、2007-2014年医疗保健用品价格指数分析127

第四节 中国健康养生基地建设情况分析132

一、全国高科技健康养生产业示范基地132

二、中国健康产业新高地132

三、国际健康养生休闲文化名区133

四、养生之都136第四章 健康养生服务市场分析137

第一节 中医保健服务分析137

一、中医保健服务发展状况137

二、中医保健服务体系138

三、发展中医保健服务的建议139

四、构建中医保健服务体系的目标140

第二节 健康养生度假旅游142

一、养生如何与乡村相结合142

二、健康养生度假的资源基础142

三、健康养生度假旅游市场分析143

四、健康养生度假旅游产品类型143

五、健康养生度假产品的特点	145
六、如何开发健康养生度假旅游产品	146
七、健康养生度假开发类型	147
八、国内养生文化游的现存问题及对策研究	148
第五章 养生产业	153
第一节 养生概述	153
一、养生概述	153
二、养生目的要求	154
三、养生的基本原则	156
四、养生方法	158
五、健康养生产业的发展历程	161
第二节 养生产业发展分析	162
一、中国养生行业的发展现状	162
二、中国民族传统养生产业开发研究	163
第三节 养生产业对社会影响	167
一、健康养生产业对社会发展影响	167
二、养生产业助力城市竞争力全面发展	167
第六章 健康产业	170
第一节 健康产业概述	170
一、健康产业	170
二、中国健康产业发展现状	170
三、老年健康产业将占据主导地位	171
第二节 健康产业发展分析	171
一、国内外健康产业的现状	171
二、营养保健将迎来巨大发展空间	172
三、健身娱乐成为健康产业新亮点	173
四、中国健康产业的出路分析	173
五、健康产业形势与需求	174
六、中医药健康产业发展的基础	175
七、健康产业发展	176
八、发展健康产业，促进产业升级	178
第三节 健康产业发展问题分析	180
一、目前健康产业存在的主要问题	180
二、中国健康产业存在的问题及对策	181

三、中国健康产业品牌营销	182
第四节 健康产业投资分析	186
一、中国健康产业具备长期投资价值	186
二、中国健康产业的市场发展机会	187
三、中国医疗健康产业投资分析	189
四、健康产业投资风险分析	191
第七章 医疗行业	193
第一节 医疗器械产业分析	193
一、中国医疗器械市场分析	193
二、中国医疗器械产业结构分析	200
三、中国医疗器械产业发展特点分析	201
四、中国医疗器械产业面临的问题	202
五、影响我国医疗器械产业发展的原因	204
第二节 医疗行业信息化分析	207
一、医疗行业信息化建设进程分析	207
二、医疗信息化需求模式分析	215
三、医疗行业信息化趋势	216
四、中国医疗行业信息化存在的问题分析	217
五、医疗行业信息化需求的特点	223
六、医疗行业信息化具有更大挑战性	227
第三节 医疗改革分析	228
一、看病难、看病贵的根源	228
二、新医改最终方案的主要内容	230
三、医疗行业需求分析	234
四、医疗行业供给分析	236
五、新医疗改革投资策略	252
六、医疗改革风险因素	254
第四节 医疗行业竞争分析	255
一、医疗服务市场竞争特点	255
二、医疗市场化竞争将更加激烈	260
三、医疗行业竞争四个特点	261
第五节 医疗行业投资分析	262
一、中国医疗市场投资机会	262

二、营销策略在医疗市场竞争中的地位与运用263第八章 医院行业268

第一节 医院行业现状268

一、我国医院行业现状268

二、医院运作模式285

第二节 医院市场的营销287

一、医院市场营销287

二、医院市场营销策略287

第三节 民营医院分析292

一、民资涌进医疗行业292

二、民营医院市场营销竞争与发展策略294

三、民营医院发展前景分析298

四、民营医院发展特点307

五、民营医院发展态势308

六、医院人力资源管理308

七、民营医院人力资源管理存在的问题310

八、民营医院管理基本问题311

第四节 医院集团化316

一、医院集团化的原因316

二、医院集团的联结方式和运作模式318

三、组建医疗集团利弊分析319

四、医院集团化后的思考321第九章 健康养生重点竞争企业分析322

第一节 哈药集团322

一、企业基本概述322

二、企业发展分析323

三、企业转型分析326

四、企业竞争优势326

五、2012-2014年企业经营情况327

第二节 新时代健康产业有限公司331

一、企业基本概述331

二、企业发展历程333

三、企业经营模式334

四、企业发展优势334

第三节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司335

一、企业基本概述335

二、企业发展历程336

三、企业经营范围336

四、2012-2014年企业经营分析337

第四节 通策医疗投资股份有限公司341

一、企业基本概述341

二、企业经营范围341

三、2012-2014年企业经营分析341

第五节 协和医院346

一、华中科技大学同济医学院附属协和医院346

二、北京协和医院346

三、福建医科大学附属协和医院346

第六节 爱尔眼科医院347

一、企业基本概述347

二、企业主营业务348

三、企业行业地位349

四、企业竞争优势349第三部分 行业发展趋势分析354

第十章 健康养生产业发展趋势分析354

第一节 健康养生前景分析354

一、健康养生前景广阔354

二、健康养生产业增长速度354

三、我国健康产业市场前景355

第二节 健康养生产业发展方向355

一、御道养生文化355

二、健康养生产业未来的发展特点357

第三节 健康养生发展趋势358

一、养生的发展趋势358

二、养生馆未来发展趋势359

三、保健产业发展趋势360

四、健康产业发展趋势361

五、健康管理发展趋势362

六、中国医院专科化将成发展趋势364 ZY LZG图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201502/15-177020.html>