

2017-2022年中国中药大健康行业市场运营态势及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国中药大健康行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/303316.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

根据财政部数据，2016年1-9月我国财政医疗卫生支出（含计划生育）约1.02亿元，同比增长21.14%，同期公共财政支出约13.60亿元，同比增长12.67%，医疗卫生支出增速高出整体公共财政支出5.79PCTs。2010年至2016年9月，我国医疗卫生支出的公共财政占比已由5.30%提升至7.48%，提升了2.18PCTs，医疗健康产业的财政支持力度不断加大。

2010年至今财政医疗卫生支出（亿元）及占比稳步提升

2010年至今财政医疗卫生支出（亿元）及增速

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：

第一篇 发展概况篇 26

第一章 中国中药大健康产业发展综述 26

第一节 中药大健康产业的概念 26

第二节 中药大健康产业的领域 26

一、中药农业 26

二、中药加工业 27

三、中药保健品产业 27

四、中药健康管理服务业 27

第三节 中药大健康产业链分析 27

第四节 中药大健康产业体系的构建 27

一、大健康大保健理念体系 27

二、大健康大保健教育体系 28

三、大健康大保健产业体系 28

四、大健康大保健服务体系 28

第五节 中药大健康理念的推广应用 28

第六节 大健康战略经验与启示分析 28

第二章 全球大健康产业发展状况分析 30

第一节 全球大健康产业发展分析 30

一、全球大健康产业发展历程分析 30

二、全球大健康产业发展现状分析 31

三、全球大健康产业整体规模分析 31

四、全球大健康产业产品结构分析 32

第二节 发达国家大健康产业发展经验借鉴 32

一、美国大健康产业发展经验借鉴 32

(一) 医疗服务市场发展现状 32

(二) 大健康产业发展现状分析 33

(三) 大健康产业发展经验借鉴 33

二、日本大健康产业发展经验借鉴 34

(一) 医疗服务市场发展现状 34

(二) 大健康产业发展现状分析 34

(三) 大健康产业发展经验借鉴 34

三、英国大健康产业发展经验借鉴 35

(一) 医疗服务市场发展现状 35

(二) 大健康产业发展现状分析 36

(三) 大健康产业发展经验借鉴 36

四、法国大健康产业发展经验借鉴 37

(一) 医疗服务市场发展现状 37

(二) 大健康产业发展现状分析 38

(三) 大健康产业发展经验借鉴 38

五、德国大健康产业发展经验借鉴 39

(一) 医疗服务市场发展现状 39

(二) 大健康产业发展现状分析 39

(三) 大健康产业发展经验借鉴 40

第三节 领先跨国企业进军大健康经验借鉴 41

一、美国雅培公司abbott 41

(一) 企业发展简况分析 41

(二) 企业经营情况分析 41

(三) 企业大健康产品经营情况 42

(四) 企业大健康战略经验借鉴 43

(五) 企业在华投资布局情况分析 44

二、美国强生公司johnson&johnson 45

(一) 企业发展简况分析 45

- (二) 企业经营情况分析 45
- (三) 企业大健康产品经营情况 45
- (四) 企业大健康战略经验借鉴 47
- (五) 企业在华投资布局情况分析 47
- 三、瑞士诺华公司novartisag 48
 - (一) 企业发展简况分析 48
 - (二) 企业经营情况分析 48
 - (三) 企业大健康产品经营情况 49
 - (四) 企业大健康战略经验借鉴 50
 - (五) 企业在华投资布局情况分析 50
- 四、英国葛兰素史克glaxosmithkline 51
 - (一) 企业发展简况分析 51
 - (二) 企业经营情况分析 51
 - (三) 企业大健康产品经营情况 52
 - (四) 企业大健康战略经验借鉴 53
 - (五) 企业在华投资布局情况分析 54
- 五、法国赛诺菲-安万特sanofi-aventis 54
 - (一) 企业发展简况分析 54
 - (二) 企业经营情况分析 54
 - (三) 企业大健康产品经营情况 55
 - (四) 企业大健康战略经验借鉴 56
 - (五) 企业在华投资布局情况分析 56

第三章 中国中药大健康产业发展环境分析 58

第一节 中药大健康产业政策环境分析 58

- 一、《中医药创新发展规划纲要(2017-2022年)》 58
- 二、《中药现代化科技产业基地发展规划(2017-2022年)》 59
- 三、《关于促进健康服务业发展的若干意见》 62
- 四、《关于做好2016年城镇居民基本医疗保险工作的通知》 63
- 五、《中药材保护和发展规划(2017-2022)》 64
- 六、《中医药健康服务发展规划(2017-2022年)》 65
- 七、医药电商新政年底将出台 66

第二节 中药大健康产业经济环境分析 66

- 一、中国gdp增长情况分析 66
- 二、工业经济发展形势分析 68

- 三、社会固定资产投资分析 69
- 四、全社会消费品零售总额 70
- 五、城乡居民收入增长分析 71
- 六、居民消费价格变化分析 72
- 七、对外贸易发展形势分析 73
- 第三节 中药大健康产业社会环境分析 74
 - 一、人口环境分析 74
 - 二、中国城镇化率 75
 - 三、人口老龄化进程 76
 - 四、居民医疗保健支出 77

第四章 中国中药大健康产业发展状况分析 78

- 第一节 中药大健康产业市场运营分析 78
 - 一、中药大健康产品消费群体分析 78
 - 二、中药大健康产业市场规模分析 78
 - 三、中药大健康产业竞争现状分析 79
 - 四、中药大健康产业发展存在的问题 79
 - 五、中药大健康产业的发展战略分析 80
- 第二节 中药大健康产品市场营销分析 80
 - 一、中药大健康产品市场营销渠道 80
 - (一) 直营药店 80
 - (二) 连锁药店 81
 - (三) 传统商超 81
 - (四) 医药电商 81
 - 二、中药大健康产品市场营销策略 82
 - (一) 品牌营销策略 82
 - (二) 文化营销策略 83
 - (三) 会展营销策略 83
 - (四) 跨界营销策略 83
 - (五) 体验营销策略 84
 - (六) 网络营销策略 85
 - (七) 关系营销策略 85
 - (八) 会议营销策略 85
 - 三、中药大健康产业营销突围路径 89
 - (一) 塑造品牌，突破单品 89

- (二) 专卖店模式，采取“1+n”模式突围 89
- (三) 电商体验模式-建立网上保健品专卖店 90

第五章 中国中药企业转型大健康产业发展分析 91

第一节 中药企业转型大健康产业发展模式分析 91

- 一、品牌移植型 91
- 二、营销渠道型 91
- 三、资源开发型 92
- 四、文化渗透型 92

第二节 中药企业转型大健康产业发展状况分析 92

一、中药企业转型大健康产业优势 92

- (一) 品牌延伸优势 92
- (二) 研发品控优势 92
- (三) 养生文化的优势 93

二、中药企业转型大健康产业现状 93

三、中药企业大健康产业战略转型 93

四、中药企业大健康产业突围路径 94

- (一) 价值延伸 94
- (二) 创新品类 95
- (三) 整合资源 95
- (四) 因地制宜 95
- (五) 创新营销 95

第三节 中药企业转型大健康产业发展经验借鉴 96

- 一、云南白药的“品牌移植” 96
- 二、江中药业的“营销渠道” 96
- 三、康美药业的“资源开发” 97

第六章 中国连锁药店转型大健康药店发展分析 99

第一节 连锁药店转型大健康药店发展分析 99

- 一、连锁药店转型大健康药店的必然性 99
- 二、连锁药店转型大健康药店现状分析 100
- 三、连锁药店转型大健康药店问题分析 100
- 四、连锁药店转型大健康药店挑战分析 101

第二节 连锁药店转型大健康药店经营分析 101

- 一、大健康药店的经营之道分析 101

- (一) 战略性的布局 101
 - 1、交通的便利性 102
 - 2、商圈优先性 102
 - 3、可发展性 102
 - 4、门店的空间性 102
- (二) 模块化经营 103
- (三) 一个中心的设立 103
- (四) 专业化服务营销 104
- 二、大健康药店“药店+诊所+名医”模式 104
- 三、大健康药店产品市场营销模式分析 105
- 第三节 连锁药店转型大健康药店动态分析 107
 - 一、益丰大药房：向多元经营的“大健康药房”转型 107
 - (一) 提升门店形象，强化品牌影响力 107
 - (二) 升级会员管理体系，提升会员满意度和忠诚度 108
 - (三) 发力医药电子商务业务，寻求线上线下融合增长 108
 - 二、同济堂整合大健康产业提速 108
 - (一) 大健康产业资本市场的香饽饽 108
 - (二) 同济堂产业链优势明显 109

第二篇 细分市场潜力篇 110

第七章 中国中药农业发展潜力分析 110

第一节 中药农业发展状况分析 110

- 一、中药农业发展现状分析 110
- 二、中药农业发展情况分析 110
 - (一) 江西中药材农业发展迅猛 110
 - (二) 中药材成为玉林市重要产业 111
 - (三) 云南新平县种植中药材助推农业转型升级 111
- 三、中药农业发展存在的问题 112
- 四、中药农业的发展前景分析 114

第二节 中药材种植市场潜力分析 115

- 一、中药材种植行业发展现状 115
- 二、中药材种植面积规模分析 116
- 三、中药材品种区域规划分析 117
- 四、中药材种植产值效益分析 121
- 五、中药材种植产业化发展前景 122

- 六、中药材种植市场发展潜力分析 124
- 第三节 中药材市场发展潜力分析 124
- 一、中药材市场发展优势分析 124
- 二、中药材市场流通模式分析 125
- 三、中药材交易市场状况分析 125
 - (一) 中药材交易监管模式 125
 - (二) 中药材交易会运营现状 126
 - (三) 中药材交易市场数量 126
 - (四) 中药材市场交易规模 127
 - (五) 中药材交易区域竞争 127
- 四、中药材“物联网+”交易市场现状 128
- 五、药企中药材采购情况分析 129
- 六、中药材市场发展潜力分析 130
- 第四节 中药材gap基地建设运营分析 130
- 一、中药材gap认证发展分析 130
 - (一) gap认证检查评定标准 130
 - (二) gap认证的中药材名录 132
 - (三) 中药材gap认证的重要性 133
 - (四) 中药材gap认证企业分析 134
- 二、中药材gap基地建设模式分析 135
 - (一) 中药企业直接建设模式 135
 - (二) 以农场建基地模式 136
 - (三) 政府直接组织发起建设模式 136
 - (四) 中药材商业企业+农户模式 136
 - (五) 科研机构+农户模式 136
 - (六) 中成药生产企业+科研机构+农户模式 136
 - (七) 政府+科研机构+农户模式 137
 - (八) 中药企业+科研机构+协会+农户模式 137
- 三、中药材gap基地建设情况分析 137
 - (一) 中药材gap基地建设进展 137
 - (二) 中药材gap基地建设规模 138
 - (三) 中药材gap基地生产情况 138
- 四、中药材gap基地种植模式分析 139
 - (一) 药材与农作物间套种植模式 139
 - (二) 药材与果园混种模式 140

- (三) 药材与药材混种模式 140
- 五、中药材gap基地投资壁垒分析 140

第八章 中国中药加工工业发展潜力分析 142

第一节 中药行业发展状况分析 142

一、中药加工的产业链分析 142

二、中药行业发展现状分析 143

三、中药行业发展规模分析 145

(一) 中药产品销售规模 145

(二) 中药行业利润总额 145

四、中药产品进出口情况分析 146

(一) 出口态势良好 146

(二) 进口略显疲软 147

(三) 传统市场地位稳固 147

(四) “一带一路”市场活跃 147

五、中药产业发展swot分析 148

六、中医药健康服务发展规划 151

第二节 中药研发投入潜力分析 152

一、中药研发技术应用状况分析 152

(一) 中药有效成分提取新技术 152

(二) 中药与天然药物生物技术 156

(三) 中药研发的纳米技术应用 163

(四) 中药研发的发酵技术应用 165

(五) 中药研发的膜分离技术应用 167

(六) 中药研发的生物技术应用 170

二、中药技术发展趋势分析 170

三、中药研发市场的发展建议分析 171

(一) 促进中药研发的建议分析 171

(二) 中药研发的路径选择解析 172

(三) 新药研究的系统思维运用 175

(四) 中药研发可选择联合开发 185

(五) 新药研发立题应遵循的要求 187

四、中药新药研发模式分析 191

第三节 中成药市场发展潜力分析 192

一、中成药的产量情况分析 192

- (一) 中成药总体产量情况 192
- (二) 中成药区域生产情况 192
- 二、中成药行业运行状况分析 194
 - (一) 中成药行业发展概况 194
 - (二) 中成药行业企业规模 195
 - (三) 中成药行业资产规模 195
 - (四) 中成药行业销售收入 196
 - (五) 中成药行业利润总额 197
- 三、中成药的进出口市场分析 198
 - (一) 中成药出口市场分析 198
 - (二) 中成药进口市场分析 199
- 四、中成药市场发展策略分析 199
- 五、中成药行业发展走向分析 200
- 第四节 中药饮片市场发展潜力分析 201
 - 一、中药饮片行业发展状况分析 201
 - (一) 中药饮片行业规范发展 201
 - (二) 中药饮片行业发展现状 202
 - 二、中药饮片行业发展规模分析 203
 - (一) 中药饮片行业发展概况 203
 - (二) 中药饮片行业企业规模 204
 - (三) 中药饮片行业资产规模 205
 - (四) 中药饮片行业销售收入 206
 - (五) 中药饮片行业利润总额 207
 - 三、中药饮片进出口市场分析 208
 - (一) 中药饮片及药材出口市场分析 208
 - (二) 中药饮片及药材进口市场分析 208
 - 四、中药饮片炮制市场运营分析 209
 - (一) 中药饮片炮制问题分析 209
 - (二) 中药饮片炮制发展策略 210
 - (三) 中药饮片炮制技术分析 210
 - 五、中药饮片市场发展问题分析 211
 - 六、中药饮片市场发展策略分析 213
- 第五节 植物提取物市场发展潜力分析 214
 - 一、植物提取物行业发展状况分析 214
 - (一) 植物提取物行业技术水平 214

- (二) 植物提取物行业经营模式 215
- (三) 植物提取物行业进入壁垒 216
- (四) 植物提取物行业发展现状 217
- (五) 植物提取物行业发展政策 218
- 二、植物提取物行业竞争格局分析 218
- 三、植物提取物行业市场需求分析 219
- 四、植物提取物的进出口情况分析 220
- 五、植物提取物行业影响因素分析 220
- 六、植物提取物市场发展潜力分析 222

第九章 中国中药保健品市场发展潜力分析 224

第一节 中药保健品市场发展潜力分析 224

- 一、中药保健品发展状况分析 224
 - (一) 中药保健品种类情况 224
 - (二) 中药保健品市场优势 224
 - (三) 中药保健品发展方向 225
- 二、中药保健品市场规模分析 228
- 三、中药保健品细分产品市场分析 228
 - (一) 保健品市场分析 228
 - (二) 类保健品市场分析 229
 - (三) 类保健品市场分析 232
 - (四) 营养补充类保健品市场分析 233
 - (五) 美容养颜类保健品市场分析 236
 - (六) 类保健品市场分析 240
 - (七) 降血脂类保健品市场分析 241
 - (八) 降血糖类保健品市场分析 243
- 四、中药保健品进出口情况分析 244
- 五、中药保健品发展存在的问题 244
- 六、中药保健品发展前景分析 245

第二节 中药保健饮料市场发展潜力分析 246

- 一、中药保健饮料研发种类分析 246
- 二、中药保健饮料市场定位分析 247
- 三、中药保健饮料企业情况分析 248
- 四、中药保健饮料存在问题分析 248
- 五、中药保健饮料发展潜力分析 249

第三节 中药保健茶市场发展潜力分析 250

- 一、中药保健茶品种研发情况 250
- 二、中药保健茶发展情况分析 251
- 三、养生保健茶市场规模分析 252
- 四、中药保健茶企业情况分析 252
- 五、保健养生茶发展瓶颈分析 253
- 六、保健养生茶市场发展建议 254
- 七、保健养生茶发展趋势分析 254

第四节 中药保健酒市场发展潜力分析 255

- 一、中药保健酒市场发展现状 255
- 二、中药保健酒企业情况分析 255
- 三、品牌保健酒竞争策略分析 256
- 四、中药保健酒市场需求分析 262
- 五、中药保健酒发展趋势分析 262
- 六、中药保健酒发展潜力分析 264

第五节 中药药膳食品市场发展潜力分析 264

- 一、药膳食品概念分析 264
- 二、药膳食品功效分析 265
- 三、药膳食品分类情况分析 265
- 四、药膳食品功能性成分分析 266
- 五、药膳食品细分市场分析 267
 - (一) 保健类药膳食品市场分析 267
 - (二) 预防类药膳食品市场分析 267
 - (三) 类药膳食品市场分析 267
 - (四) 康复类药膳食品市场分析 267
- 六、药膳食品市场发展前景分析 268

第十章 中国中药日化用品市场发展潜力分析 269

第一节 中药药妆市场发展潜力分析 269

- 一、中药药妆市场发展概况 269
- 二、中药药妆市场经营状况分析 269
 - (一) 中药药妆市场零售情况 269
 - (二) 中药药妆市场零售规模 270
 - (三) 中药药妆市场竞争现状 271
- 三、中药药妆细分产品成分分析 271

- (一) 药妆：保湿类 271
 - (二) 药妆：类 273
 - (三) 药妆：美白类 275
 - (四) 药妆：化类 275
 - (五) 药妆：类 276
 - (六) 其他药妆成分 280
- 四、中药药妆市场发展困境分析 282
- (一) 中国药妆品牌定位缺失 282
 - (二) 中国药妆行业目标战略失重 283
 - (三) 中国药妆连锁经营的不足 283
- 五、中药药妆市场发展潜力分析 285
- 第二节 中药洗发水市场发展潜力分析 286
- 一、中药洗发水主要品牌分析 286
 - 二、中药洗发水市场发展现状 286
 - 三、中药洗发水零售市场分析 287
 - 四、中药洗发水市场规模分析 287
 - 五、中药洗发水市场调研分析 288
 - (一) 关于产品安全性认同 288
 - (二) 关于发展期望 288
 - (三) 关于产品卖点 288
 - (四) 关于宣传推广 288
- 第三节 中药沐浴露市场发展潜力分析 289
- 一、中药沐浴露主要品牌分析 289
 - 二、中药沐浴露产品分类分析 289
 - 三、中药沐浴露市场发展分析 290
 - 四、中药沐浴露零售市场分析 291
- 第四节 中药牙膏市场发展潜力分析 291
- 一、中药牙膏主要品牌分析 291
 - 二、中药牙膏市场发展现状 292
 - 三、中药牙膏零售市场分析 292
 - 四、中药牙膏市场规模分析 293
 - 五、中药牙膏市场潜力分析 293

第三篇 区域市场潜力篇 294

第十一章 中国重点区域中药大健康产业发展潜力分析 294

第一节 广东省中药大健康产业发展潜力分析 294

一、医疗保健的支出情况分析 294

二、中药材资源分布情况分析 295

三、中医药工业市场规模分析 296

四、大健康产业发展现状分析 296

五、中药大健康产业发展潜力 297

第二节 浙江省中药大健康产业发展潜力分析 297

一、医疗保健的支出情况分析 297

二、中药材资源分布情况分析 299

三、中医药工业市场规模分析 299

四、大健康产业发展现状分析 299

五、中药大健康产业发展潜力 300

第三节 甘肃省中药大健康产业发展潜力分析 301

一、医疗保健的支出情况分析 301

二、中药材资源分布情况分析 303

三、中医药工业市场规模分析 303

四、大健康产业发展现状分析 304

五、中药大健康产业发展潜力 304

第四节 山西省中药大健康产业发展潜力分析 305

一、医疗保健的支出情况分析 305

二、中药材资源分布情况分析 306

三、中医药工业市场规模分析 307

四、大健康产业发展现状分析 307

五、中药大健康产业发展潜力 307

第五节 湖南省中药大健康产业发展潜力分析 308

一、医疗保健的支出情况分析 308

二、中药材资源分布情况分析 309

三、中医药工业市场规模分析 310

四、大健康产业发展现状分析 310

五、中药大健康产业发展潜力 310

第六节 江西省中药大健康产业发展潜力分析 311

一、医疗保健的支出情况分析 311

二、中药材资源分布情况分析 312

三、中医药工业市场规模分析 313

四、大健康产业发展现状分析 313

五、中药大健康产业发展潜力	313
第七节 河南省中药大健康产业发展潜力分析	314
一、医疗保健的支出情况分析	314
二、中药材资源分布情况分析	315
三、中医药工业市场规模分析	316
四、大健康产业发展现状分析	316
五、中药大健康产业发展潜力	316
第八节 湖北省中药大健康产业发展潜力分析	317
一、医疗保健的支出情况分析	317
二、中药材资源分布情况分析	318
三、中医药工业市场规模分析	319
四、大健康产业发展现状分析	320
五、中药大健康产业发展潜力	320
第九节 贵州省中药大健康产业发展潜力分析	321
一、医疗保健的支出情况分析	321
二、中药材资源分布情况分析	322
三、中医药工业市场规模分析	324
四、大健康产业发展现状分析	324
五、中药大健康产业发展潜力	324

第四篇 企业战略篇 326

第十二章 中国中药大健康产业领先企业发展战略分析 326

第一节 药企大健康产业战略分析 326

一、天士力制药集团股份有限公司 326

- (一) 企业发展基本情况 326
- (二) 企业经营情况分析 326
- (三) 企业竞争优势分析 327
- (四) 企业中药大健康产品分析 329
- (五) 企业中药大健康产业发展 330
- (六) 企业中药大健康产业战略 331

二、广东康美药业股份有限公司 331

- (一) 企业发展基本情况 331
- (二) 企业经营情况分析 332
- (三) 企业竞争优势分析 334
- (四) 企业中药大健康产品分析 336

- (五) 企业中药大健康产品研发 336
- (六) 企业中药大健康产业战略 337
- 三、兰州佛慈制药股份有限公司 337
 - (一) 企业发展基本情况 337
 - (二) 企业经营情况分析 338
 - (三) 企业竞争优势分析 339
 - (四) 企业中药大健康产品分析 340
 - (五) 企业中药大健康产品研发 341
 - (六) 企业中药大健康产业战略 341
- 四、云南白药集团股份有限公司 343
 - (一) 企业发展基本情况 343
 - (二) 企业经营情况分析 343
 - (三) 企业竞争优势分析 345
 - (四) 企业中药大健康产品分析 347
 - (五) 企业中药大健康产品研发 347
 - (六) 企业中药大健康产业战略 347
- 五、北京同仁堂股份有限公司 348
 - (一) 企业发展基本情况 348
 - (二) 企业经营情况分析 349
 - (三) 企业竞争优势分析 350
 - (四) 企业中药大健康产品分析 350
 - (五) 企业中药大健康产品研发 351
 - (六) 企业中药大健康发展动态 351
- 六、江中药业股份有限公司 352
 - (一) 企业发展基本情况 352
 - (二) 企业经营情况分析 352
 - (三) 企业竞争优势分析 354
 - (四) 企业中药大健康产品分析 354
 - (五) 企业中药大健康产品研发 355
 - (六) 企业中药大健康产业战略 355
- 七、株洲千金药业股份有限公司 355
 - (一) 企业发展基本情况 355
 - (二) 企业经营情况分析 356
 - (三) 企业竞争优势分析 358
 - (四) 企业中药大健康产品分析 359

(五) 企业中药大健康产品研发 359

(六) 企业中药大健康产业战略 360

八、重庆太极实业(集团)股份有限公司 360

(一) 企业发展基本情况 360

(二) 企业经营情况分析 361

(三) 企业竞争优势分析 362

(四) 企业中药大健康产品分析 364

(五) 企业中药大健康产品研发 364

(六) 企业中药大健康产业战略 365

九、哈药集团有限公司 365

(一) 企业发展基本情况 365

(二) 企业经营情况分析 366

(三) 企业竞争优势分析 368

(四) 企业中药大健康产品分析 369

(五) 企业中药大健康产品研发 370

(六) 企业中药大健康产业战略 370

十、山东东阿阿胶股份有限公司 371

(一) 企业发展基本情况 371

(二) 企业经营情况分析 371

(三) 企业竞争优势分析 373

(四) 企业中药大健康产品分析 374

(五) 企业中药大健康产品研发 374

(六) 企业中药大健康产业战略 374

十一、天津红日药业股份有限公司 375

(一) 企业发展基本情况 375

(二) 企业经营情况分析 377

(三) 企业竞争优势分析 378

(四) 企业中药大健康领域分析 380

(五) 企业中药大健康产品研发 380

(六) 企业中药大健康产业战略 381

十二、漳州片仔癀药业股份有限公司 381

(一) 企业发展基本情况 381

(二) 企业经营情况分析 383

(三) 企业竞争优势分析 384

(四) 企业中药大健康产品分析 385

- (五) 企业中药大健康产业动态 385
- (六) 企业中药大健康产业战略 386
- 十三、中国医药健康产业股份有限公司 386
 - (一) 企业发展基本情况 386
 - (二) 企业经营情况分析 387
 - (三) 企业竞争优势分析 388
 - (四) 企业中药大健康产品分析 389
 - (五) 企业中药大健康产品研发 390
 - (六) 企业中药大健康产业转型 390
- 十四、华润三九医药股份有限公司 391
 - (一) 企业发展基本情况 391
 - (二) 企业经营情况分析 392
 - (三) 企业竞争优势分析 393
 - (四) 企业中药大健康产品分析 394
 - (五) 企业中药大健康产业拓展 394
 - (六) 企业中药大健康产品研发 395
- 十五、包头东宝生物技术股份有限公司 395
 - (一) 企业发展基本情况 395
 - (二) 企业经营情况分析 396
 - (三) 企业竞争优势分析 397
 - (四) 企业中药大健康产品分析 398
 - (五) 企业中药大健康产品研发 399
 - (六) 企业中药大健康产业战略 399
- 十六、西藏奇正藏药股份有限公司 400
 - (一) 企业发展基本情况 400
 - (二) 企业经营情况分析 401
 - (三) 企业竞争优势分析 402
 - (四) 企业中药大健康产品分析 405
 - (五) 企业中药大健康产品研发 405
 - (六) 企业中药大健康产业战略 405
- 十七、山东达因海洋生物制药股份有限公司 406
 - (一) 企业发展基本情况 406
 - (二) 企业经营情况分析 406
 - (三) 企业竞争优势分析 406
 - (四) 企业中药大健康产品分析 407

- (五) 企业中药大健康产品研发 408
- (六) 企业中药大健康产业动态 408
- 十八、广州医药集团有限公司 409
 - (一) 企业发展基本情况 409
 - (二) 企业经营情况分析 409
 - (三) 企业竞争优势分析 410
 - (四) 企业中药大健康产品分析 411
 - (五) 企业中药大健康产品研发 412
 - (六) 企业中药大健康文化建设 412
- 十九、吉林修正药业集团股份有限公司 413
 - (一) 企业发展基本情况 413
 - (二) 企业经营情况分析 414
 - (三) 企业竞争优势分析 414
 - (四) 企业中药大健康产品分析 414
 - (五) 企业中药大健康产品研发 415
 - (六) 企业中药大健康产业动态 416
- 二十、滇虹药业集团股份有限公司 416
 - (一) 企业发展基本情况 416
 - (二) 企业经营情况分析 417
 - (三) 企业竞争优势分析 417
 - (四) 企业中药大健康产品分析 418
 - (五) 企业中药大健康品牌建设 418
 - (六) 企业中药大健康产业战略 419
- 第二节 连锁药店大健康产业战略分析 419
 - 一、中国海王星辰连锁药店有限公司 419
 - (一) 企业发展基本情况 419
 - (二) 企业经营情况分析 420
 - (三) 企业药店门店数量及分布 420
 - (四) 企业中药大健康产业举措 421
 - 二、云南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司 422
 - (一) 企业发展基本情况 422
 - (二) 企业经营情况分析 423
 - (三) 企业药店门店数量及分布 424
 - (四) 企业中药大健康产业动态 424
 - (五) 企业中药大健康产业优势 425

- 三、老百姓大药房连锁股份有限公司 426
 - (一) 企业发展基本情况 426
 - (二) 企业经营情况分析 427
 - (三) 企业药店门店数量及分布 428
 - (四) 企业中药大健康产业战略 430
 - (五) 企业中药大健康产业优势 431
- 四、国药控股国大药房有限公司 433
 - (一) 企业发展基本情况 433
 - (二) 企业药店门店数量及分布 433
 - (三) 企业中药大健康产业动态 433
 - (四) 企业中药大健康产业服务 434
- 五、广东大参林连锁药店有限公司 434
 - (一) 企业发展基本情况 434
 - (二) 企业药店门店数量及分布 434
 - (三) 企业主要发展历程 435
 - (四) 企业中药大健康产业战略 436
- 六、湖南怀仁大药房连锁有限公司 436
 - (一) 企业发展基本情况 436
 - (二) 企业中药大健康经营范围 437
 - (三) 企业药店门店数量及分布 437
 - (四) 企业中药大健康产业情况 437
- 七、北京金象大药房医药连锁有限责任公司 438
 - (一) 企业发展基本情况 438
 - (二) 企业药店门店数量及分布 439
 - (三) 企业中药大健康产业创新 439
 - (四) 企业中药大健康产业举措 441
- 八、青岛众生大药房连锁有限公司 441
 - (一) 企业发展基本情况 441
 - (二) 企业药店门店数量及分布 442
 - (三) 企业中药大健康产品分析 442
 - (四) 企业中药大健康产业转型 442
- 九、北京永安堂医药连锁有限公司 442
 - (一) 企业发展基本情况 442
 - (二) 企业药店经营范围 443
 - (三) 企业中药大健康产业转型 443

- (四) 企业中药大健康产业优势 443
- 十、云南健之佳健康连锁店股份有限公司 444
 - (一) 企业发展基本情况 444
 - (二) 企业药店门店数量及分布 444
 - (三) 企业中药大健康自有品牌 445
 - (四) 企业中药大健康产业合作 446
- 十一、甘肃德生堂医药有限公司 446
 - (一) 企业发展基本情况 446
 - (二) 企业经营情况分析 447
 - (三) 企业药店合作品牌 447
 - (四) 企业中药大健康产业转型 448

第五篇 前景策略篇 449

第十三章 2017-2022年中国中药大健康产业发展前景及投融资策略 449

第一节 2017-2022年中药大健康产业发展前景分析 449

- 一、中药大健康产业驱动因素 449
- 二、中药行业发展前景分析 450
- 三、中药大健康产业发展前景 450

第二节 2017-2022年中药大健康产业投融资机会 451

- 一、中药大健康产业投融资壁垒分析 451
 - (一) 准入壁垒 451
 - (二) 管理壁垒 451
 - (三) 人才壁垒 452
 - (四) 技术壁垒 452
- 二、中药产业投融资机会分析 452
- 三、中药大健康产业投融资机会 453

第三节 2017-2022年中药大健康产业投融资风险 454

- 一、产业政策风险 454
- 二、市场竞争风险 454
- 三、人力资源风险 454
- 四、产品质量风险 455

第三节 2017-2022年中药大健康产业投融资策略 455

- 一、中药大健康产业融资渠道分析 455
 - (一) 银行信贷 455
 - (二) 小额贷款公司 456

- (三) 村镇银行 456
- (四) 信托/基金公司 457
- (五) 信用担保公司 458
- 二、中药大健康产业投融资策略 458
 - (一) 产品差异化 458
 - (二) 建立品牌效益 459
 - (三) 注重产品质量 459

- 第十四章 中国中药大健康企业企业ipo上市策略指导分析 460
 - 第一节 中药大健康企业企业境内ipo上市目的及条件 460
 - 一、中药大健康企业企业境内上市主要目的 460
 - 二、中药大健康企业企业上市需满足的条件 461
 - (一) 企业境内主板ipo主要条件 461
 - (二) 企业境内中小板ipo主要条件 462
 - (三) 企业境内创业板ipo主要条件 463
 - 三、企业改制上市中的关键问题 464
 - 第二节 中药大健康企业企业ipo上市的相关准备 465
 - 一、企业该不该上市 465
 - 二、企业应何时上市 465
 - 三、企业应何地上市 466
 - 四、企业上市前准备 466
 - (一) 企业上市前综合评估 466
 - (二) 企业的内部规范重组 466
 - (三) 选择并配合中介机构 467
 - (四) 应如何选择中介机构 467
 - 第三节 中药大健康企业企业ipo上市的规划实施 467
 - 一、上市费用规划和团队组建 467
 - 二、尽职调查及问题解决方案 471
 - 三、改制重组需关注重点问题 474
 - 四、企业上市辅导及注意事项 477
 - 五、上市申报材料制作及要求 479
 - 六、网上路演推介及询价发行 481
 - 第四节 中药大健康企业企业ipo上市审核工作流程 482
 - 一、企业ipo上市基本审核流程 482
 - 二、企业ipo上市具体审核环节 483

三、与发行审核流程相关的事项 486

部分图表目录：

图表 1 大健康产业产品分类及范围 31

图表 2 2011-2016年abbott收入及利润统计 40

图表 3 2011-2016年abbott资产负债统计 41

图表 4 abbott主要产品情况表 42

图表 5 2011-2016年美国强生公司收入及利润统计 44

图表 6 美国强生公司主要产品情况 45

图表 7 2011-2016年瑞士诺华公司收入及利润统计 48

图表 8 2011-2016年瑞士诺华公司资产负债统计 48

图表 9 2011-2016年葛兰素史克收入及利润统计 50

图表 10 2011-2016年葛兰素史克资产负债统计 51

图表 11 葛兰素史克主要产品情况 51

图表 12 2011-2016年赛诺菲 - 安万特收入及利润统计 54

图表 13 2011-2016年赛诺菲 - 安万特资产负债统计 54

图表 14 赛诺菲 - 安万特主要产品情况 54

图表 15 2012-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 66

图表 16 2014-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 66

图表 17 2014-2016年中国规模以上工业增加值月度增长速度 68

图表 18 2012-2016年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图 69

图表 19 2012-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 70

图表 20 2012-2016年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 71

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303316.html>