

2022-2028年中国中药大健康及医疗器械融资租赁市场深度分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国中药大健康及医疗器械融资租赁市场深度分析与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202202/269067.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2012年以来，外商租赁企业的大幅增加，整个租赁企业、特别是大型重点租赁企业注册资金的持续不断追加，是行业实力和行业信心的一个重要表现。截至2018年年底，全国融资租赁行业注册资金统一按人民币计算，约合32763亿元，比上年底的32031亿元增加1732亿元，增长5.4%。

2016-2018年中国金融租赁行业注册资金规模情况

健康是人类全面发展的基础和必要条件。健康产业一头连着民生福祉，一头连着经济发展。随着社会经济的发展，人们对健康的需求日益迫切。特别是疾病谱的改变、老龄化社会的到来、生活方式的转变和对健康的不断追求，给健康服务业带来了巨大的市场需求和发展机遇。健康服务业是现代服务业的重要组成部分。目前，我国健康服务业产值仅占国内生产总值(GDP)的5%左右，而发达国家的健康服务业产值占GDP的10%以上，我国健康服务业的发展潜力巨大。

中医药是我国独具特色的健康资源，也是潜力巨大的经济资源。

中医药健康服务主要包括养生、保健、医疗、康复等，但核心是以中药相关产品为主体的健康服务供给。随着中药现代化进程的推进，中药科研平台和研究水平得到提升，也推动了中药产业进步，特别是以中药制造为主的中药大健康产业悄然形成。

中药大健康产业是以中药工业为主体、中药农业为基础、中药商业为枢纽、中药知识创新为动力的新型产业，

形成了包括中药相关产品研发、生产、流通、销售在内的跨行业、跨区域、跨国界的中药产业链。中药大健康产品包括中成药、中药保健品、中药材、中药饮片与提取物、健康食品和饮品、中药化妆品、日化产品、中药兽药、中药饲料等。

中药大健康产业发展面临的问题

随着社会保障改革、人口老龄化、设备周期性更新、公立医院改革和私立医院增长，我国医疗设备行业需求强烈。但是，目前我国医疗设备行业的现状呈现需求与资金不平衡状态：医疗器械行业产量自2005年以来保持近20%的增长率，但医疗机构中所使用的医疗设备大部分为上世纪70、80年代产品，已经到了更新换代的时候，但是由于我国医疗机构收入结构不合理，“以药养院”为主，资金成为医院发展的瓶颈。而融资租赁方式可以满足医院设备更新需求。

中国医疗器械产业由小到大，迅速发展，

现已成为一个产品门类比较齐全、创新能力不断增强、市场需求十分旺盛的朝阳产业。特别是近年来，医疗器械产业发展速度进一步加快，连续多年产值保持两位数增长，产品出口的数量和科技含量也不断提升。

随着中国医疗需求的持续增长，

医疗器械行业将保持持续快速发展。根据2008-2015年医疗设备销售额采用加权移动平均法进行估算2016-2022年的销售额，且医疗器械市场渗透率每年增加2%，那么到2022年，医疗器械融资租赁额有望达到1484亿元，市场渗透率达到38%。

2017-2022年医疗设备融资租赁行业市场容量预测(单位：亿元)

中企顾问网发布的《2022-2028年中国中药大健康及医疗器械融资租赁市场深度分析与市场前景预测报告》共二十一章。首先介绍了中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业市场发展环境、中药大健康及医疗器械融资租赁整体运行态势等，接着分析

了中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业市场运行的现状，然后介绍了中药大健康及医疗器械融资租赁市场竞争格局。随后，报告对中药大健康及医疗器械融资租赁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业发展趋势与投资预测。您若想对中药大健康及医疗器械融资租赁产业有个系统的了解或者想投资中国中药大健康及医疗器械融资租赁行业，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：第一章中国中药大健康产业发展第一节中药大健康产业的概念第二节中药大健康产业的领域一、中药农业二、中药加工业三、中药保健品产业四、中药健康管理服务业第三节中药大健康产业链分析第四节中药大健康产业体系的构建一、大健康大保健理念体系二、大健康大保健教育体系三、大健康大保健产业体系四、大健康大保健服务体系第五节中药大健康理念的推广应用第六节大健康战略经验与启示分析 第二章全球大健康产业发展状况分析第一节全球大健康产业发展分析一、全球大健康产业发展历程分析二、全球大健康产业发展现状分析三、全球大健康产业整体规模分析四、全球大健康产业产品结构分析第二节发达国家大健康产业发展经验借鉴一、美国大健康产业发展经验借鉴1、医疗服务市场发展现状2、大健康产业发展现状分析3、大健康产业发展经验借鉴二、日本大健康产业发展经验借鉴1、医疗服务市场发展现状2、大健康产业发展现状分析中医药大健康产业市场规模3、大健康产业发展经验借鉴三、英国大健康产业发展经验借鉴1、医疗服务市场发展现状2、大健康产业发展现状分析3、大健康产业发展经验借鉴四、法国大健康产业发展经验借鉴1、医疗服务市场发展现状2、大健康产业发展现状分析3、大健康产业发展经验借鉴五、德国大健康产业发展经验借鉴1、医疗服务市场发展现状2、大健康产业发展现状分析3、大健康产业发展经验借鉴第三节领先跨国企业进军大健康经验借鉴一、美国雅培公司abbott1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业大健康产品经营情况4、企业大健康战略经验借鉴5、企业在华投资布局情况分析二、美国强生公司johnson&johnson1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业大健康产品经营情况4、企业大健康战略经验借鉴5、企业在华投资布局情况分析三、瑞士诺华公司novartisag1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业大健康产品经营情况4、企业大健康战略经验借鉴5、企业在华投资布局情况分析四、英国葛兰素史克glaxosmithkline1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业大健康产品经营情况4、企业大健康战略经验借鉴5、企业在华投资布局情况分析五、法国赛诺菲-安万特sanofi-aventis1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业大健康产品经营情况4、企业大健康战略经验借鉴5、企业在华投资布局情况分析 第三章中国中药大健康产业发展环境

分析第一节中药大健康产业政策环境分析一、《中医药创新发展规划纲要》二、《中药现代化科技产业基地发展规划》三、《关于促进健康服务业发展的若干意见》四、《关于做好2019年城镇居民基本医疗保险工作的通知》五、《中药材保护和发展规划》六、《中医药健康服务发展规划》七、医药电商新政年底将出台第二节中药大健康产业经济环境分析一、中国gdp增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品零售总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第三节中药大健康产业社会环境分析一、人口环境分析二、中国城镇化率三、人口老龄化进程四、居民医疗保健支出第四章中国中药大健康所属行业发展状况分析第一节中药大健康产业市场运营分析一、中药大健康产品消费群体分析二、中药大健康产业市场规模分析三、中药大健康产业竞争现状分析四、中药大健康产业发展存在的问题五、中药大健康产业的发展战略分析第二节中药大健康产品市场营销分析一、中药大健康产品市场营销渠道二、中药大健康产品市场营销策略1、品牌营销策略2、文化营销策略3、会展营销策略4、跨界营销策略5、体验营销策略6、网络营销策略7、关系营销策略8、会议营销策略三、中药大健康产业营销突围路径1、塑造品牌，突破单品2、专卖店模式，采取“1+n”模式突围3、电商体验模式-建立网上保健品专卖店第五章中国中药企业转型大健康产业发展分析第一节中药企业转型大健康产业发展模式分析一、品牌移植型二、营销渠道型三、资源开发型四、文化渗透型第二节中药企业转型大健康产业发展状况分析一、中药企业转型大健康产业优势1、品牌延伸优势2、研发品控优势3、养生文化的优势二、中药企业转型大健康产业现状三、中药企业大健康产业战略转型四、中药企业大健康产业突围路径1、价值延伸2、创新品类3、整合资源4、因地制宜5、创新营销第三节中药企业转型大健康产业发展经验借鉴一、云南白药的“品牌移植”二、江中药业的“营销渠道”三、康美药业的“资源开发”第六章中国连锁药店转型大健康药店发展分析第一节连锁药店转型大健康药店发展分析一、连锁药店转型大健康药店的必然性二、连锁药店转型大健康药店现状分析三、连锁药店转型大健康药店问题分析四、连锁药店转型大健康药店挑战分析第二节连锁药店转型大健康药店经营分析一、大健康药店的经营之道分析1、战略性的布局2、模块化经营3、一个中心的设立4、专业化服务营销二、大健康药店“药店+诊所+名医”模式三、大健康药店产品市场营销模式分析第三节连锁药店转型大健康药店动态分析一、益丰大药房：向多元经营的“大健康药房”转型1、提升门店形象，强化品牌影响力2、升级会员管理体系，提升会员满意度和忠诚度3、发力医药电子商务业务，寻求线上线下融合增长二、同济堂整合大健康产业提速1、大健康产业资本市场的香饽饽2、同济堂产业链优势明显第七章中国中药农业发展潜力分析第一节中药农业发展状况分析一、中药农业发展现状分析二、中药农业发展情况分析1、江西中药材农业发展迅猛2、中药材成为玉林市重要产业3、云南

新平县种植中药材助推农业转型升级三、中药农业发展存在的问题四、中药农业的发展前景分析

第二节 中药材种植市场潜力分析一、中药材种植行业发展现状二、中药材种植面积规模分析三、中药材品种区域规划分析四、中药材种植产值效益分析五、中药材种植产业化发展前景六、中药材种植市场发展潜力分析

第三节 中药材市场发展潜力分析一、中药材市场发展优势分析二、中药材市场流通模式分析三、中药材交易市场状况分析1、中药材交易监管模式2、中药材交易会运营现状3、中药材交易市场数量4、中药材市场交易规模5、中药材交易区域竞争四、中药材“物联网+”交易市场现状五、中药材市场发展潜力分析

第四节 中药材gap基地建设运营分析一、中药材gap认证发展分析1、gap认证检查评定标准2、gap认证的中药材名录3、中药材gap认证的重要性4、GAP认证被取消二、中药材gap基地建设模式分析1、中药企业直接建设模式2、以农场建基地模式3、政府直接组织发起建设模式4、中药材商业企业+农户模式5、科研机构+农户模式6、中成药生产企业+科研机构+农户模式7、政府+科研机构+农户模式8、中药企业+科研机构+协会+农户模式三、中药材gap基地建设情况分析四、中药材gap基地种植模式分析1、药材与农作物间套种植模式2、药材与果园混种模式3、药材与药材混种模式

第八章 中国中药加工工业发展潜力分析

第一节 中药行业发展状况分析一、中药的产业链分析二、中药行业发展现状分析三、中药行业发展规模分析四、中药产品所属行业进出口情况分析五、中药产业发展swot分析六、中医药健康服务发展规划

第二节 中药研发投入潜力分析一、中药研发技术应用状况分析1、中药有效成分提取新技术2、中药与天然药物生物技术3、中药研发的纳米技术应用4、中药研发的发酵技术应用5、中药研发的膜分离技术应用6、中药研发的生物技术应用二、中药技术发展趋势分析三、中药研发市场的发展建议分析1、促进中药研发的建议分析2、中药研发的路径选择解析3、新药研究的系统思维运用4、中药研发可选择联合开发5、新药研发立题应遵循的要求四、中药新药研发模式分析

第三节 中成药所属行业发展潜力分析一、中成药所属行业产量情况分析1、中成药总体产量情况2、中成药区域生产情况二、中成药所属行业运行状况分析1、中成药行业发展概况2、中成药行业企业规模3、中成药行业资产规模4、中成药行业销售收入5、中成药行业利润总额三、中成药所属行业进出口市场分析1、中成药出口市场分析2、中成药进口市场分析四、中成药市场发展策略分析五、中成药行业发展走向分析

第四节 中药饮片所属行业发展潜力分析一、中药饮片所属行业发展状况分析1、中药饮片行业规范发展2、中药饮片行业发展现状二、中药饮片所属行业发展规模分析1、中药饮片行业发展概况2、中药饮片行业企业规模3、中药饮片行业资产规模4、中药饮片行业销售收入5、中药饮片行业利润总额三、中药饮片所属行业进出口市场分析1、中药饮片出口市场分析2、中药饮片进口市场分析四、中药饮片炮制市场运营分析1、中药饮片炮制问题分析2、中药饮片炮制发展策略3、中药饮片炮制技术分析五、中药饮片市场发展问题分析六、中药饮片市场发展策略分析

第五节 植物提取物所属行业

发展潜力分析一、植物提取物行业发展状况分析1、植物提取物行业技术水平2、植物提取物行业经营模式3、植物提取物行业进入壁垒4、植物提取物行业发展现状5、植物提取物行业发展政策二、植物提取物行业竞争格局分析三、植物提取物行业市场需求分析四、植物提取物所属行业进出口情况分析五、植物提取物行业影响因素分析六、植物提取物市场发展潜力分析

第九章中国中药保健品市场发展潜力分析第一节中药保健品市场发展潜力分析一、中药保健品发展状况分析1、中药保健品种类情况2、中药保健品市场优势3、中药保健品发展方向二、中药保健品市场规模分析三、中药保健品细分产品市场分析1、保健品市场分析2、营养补充类保健品市场分析3、美容养颜类保健品市场分析4、降血脂类保健品市场分析5、降血糖类保健品市场分析四、中药保健品进出口情况分析五、中药保健品发展存在的问题六、中药保健品发展前景分析

第二节中药保健饮料市场发展潜力分析一、中药保健饮料研发种类分析二、中药保健饮料市场定位分析三、中药保健饮料企业情况分析四、中药保健饮料组方选方机制以及制作工艺分析五、中药保健饮料发展潜力分析

第三节中药保健茶市场发展潜力分析一、中药保健茶品种研发情况二、中药保健茶发展情况分析三、养生保健茶市场规模分析四、中药保健茶企业情况分析五、保健养生茶发展瓶颈分析六、保健养生茶市场发展建议七、保健养生茶发展趋势分析

第四节中药保健酒市场发展潜力分析一、中药保健酒市场发展现状二、中药保健酒规模现状分析三、保健酒竞争情况分析四、中药保健酒市场需求分析五、中药保健酒发展趋势分析六、中药保健酒发展潜力分析

第五节中药药膳食品市场发展潜力分析一、药膳食品概念分析二、药膳食品功效分析三、药膳食品分类情况分析四、药膳食品功能性成分分析五、药膳食品细分市场分析六、药膳食品市场发展前景分析

第十章中国中药日化用品市场发展潜力分析第一节中药药妆市场发展潜力分析一、中药药妆市场发展概况二、中药药妆市场经营状况分析1、中药药妆市场零售情况2、中药药妆市场零售规模3、中药药妆市场竞争现状三、中药药妆细分产品成分分析四、中药药妆市场发展困境分析1、中国药妆品牌定位缺失2、中国药妆行业目标战略失重3、缺乏核心差异4、消费教育之难五、中药药妆市场发展潜力分析

第二节中药洗发水市场发展潜力分析一、中药洗发水主要品牌分析二、中药洗发水市场发展现状三、中药洗发水零售市场分析四、中药洗发水市场规模分析五、中药洗发水市场调研分析1、关于产品安全性认同2、关于发展期望3、关于产品卖点4、关于宣传推广

第三节中药沐浴露市场发展潜力分析一、中药沐浴露主要品牌分析二、中药沐浴露产品分类分析三、中药沐浴露市场发展分析四、中药沐浴露零售市场分析

第四节中药牙膏市场发展潜力分析一、中药牙膏主要品牌分析二、中药牙膏市场发展现状三、中药牙膏零售市场分析四、中药牙膏市场规模分析五、中药牙膏市场潜力分析

第十一章中国重点区域中药大健康产业发展潜力分析第一节广东省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药

大健康产业发展潜力第二节浙江省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第三节甘肃省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第四节山西省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第五节湖南省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第六节江西省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第七节河南省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第八节湖北省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第九节贵州省中药大健康产业发展潜力分析一、医疗保健的支出情况分析二、中药材资源分布情况分析三、中医药工业市场规模分析四、大健康产业发展现状分析五、中药大健康产业发展潜力第十二章中国中药大健康产业领先企业发展战略分析第一节药企大健康产业战略分析一、天士力制药集团股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业竞争优势分析4、企业中药大健康产品分析5、企业中药大健康产业发展6、企业中药大健康产业战略二、广东康美药业股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业竞争优势分析4、企业中药大健康产品分析5、企业中药大健康产品研发6、企业中药大健康产业战略三、兰州佛慈制药股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业竞争优势分析4、企业中药大健康产品分析5、企业中药大健康产品研发6、企业中药大健康产业战略四、云南白药集团股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业竞争优势分析4、企业中药大健康产品分析5、企业发展战略分析五、北京同仁堂股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业竞争优势分析4、企业中药大健康产品分析5、企业中药大健康发展战略第二节连锁药店大健康产业战略分析一、中国海王星辰连锁药店有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业药店门店数量及分布4、企业中药大健康产业举措二、云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业药店门店数量及分布4、企业中药大健康产业优势三、老百姓大药房连锁股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业经营情况分析3、企业药店门店数量及分布4、企

业中药大健康产业优势四、国药控股国大药房有限公司1、企业发展基本情况2、企业药店门店数量及分布3、企业中药大健康产业动态4、企业中药大健康产业服务五、大参林医药集团股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业药店门店数量及分布3、企业主要发展历程4、企业中药大健康产业战略六、湖南怀仁大药房连锁有限公司1、企业发展基本情况2、企业中药大健康经营范围3、企业药店门店数量及分布4、企业中药大健康产业情况七、北京金象大药房医药连锁有限责任公司1、企业发展基本情况2、企业药店门店数量及分布3、企业中药大健康产业举措八、重庆桐君阁股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业药店门店数量及分布3、企业中药大健康产品分析4、企业中药大健康优势分析九、北京永安堂医药连锁有限公司1、企业发展基本情况2、企业药店经营范围3、企业中药大健康产业优势十、云南健之佳健康连锁店股份有限公司1、企业发展基本情况2、企业药店门店数量及分布3、企业中药大健康自有品牌4、企业中药大健康经营分析 第十三章2022-2028年中国中药大健康产业发展前景及投融资策略第一节2022-2028年中药大健康产业发展前景分析一、中药大健康产业驱动因素二、中药行业发展前景分析三、中药大健康产业发展前景第二节2022-2028年中药大健康产业投融资机会一、中药大健康产业投融资壁垒分析1、政策壁垒2、资金壁垒3、品牌壁垒4、专利壁垒5、技术壁垒二、中药大健康产业投融资机会三、中药大健康产业面临问题第三节2022-2028年中药大健康产业投融资风险一、产业政策风险二、市场竞争风险三、人力资源风险四、产品质量风险第三节2022-2028年中药大健康产业投融资策略一、中药大健康产业融资渠道分析1、银行信贷2、小额贷款公司3、村镇银行4、信托公司5、信用担保公司二、中药大健康产业投融资策略1、产品定位策略2、产品开发策略3、渠道销售策略4、品牌定位5、服务策略6、重点客户战略7、产品差异化战略 第十四章中国中药大健康企业IPO上市策略指导分析第一节中药大健康企业境内IPO上市目的及条件一、中药大健康企业境内上市主要目的二、中药大健康企业上市需满足的条件1、企业境内主板IPO主要条件2、企业境内中小板IPO主要条件3、企业境内创业板IPO主要条件三、企业改制上市中的关键问题第二节中药大健康企业IPO上市的相关准备一、企业该不该上市二、企业应何时上市三、企业应何地上市四、企业上市前准备1、企业上市前综合评估2、企业的内部规范重组3、选择并配合中介机构4、应如何选择中介机构第三节中药大健康企业IPO上市的规划实施一、上市费用规划和团队组建二、尽职调查及问题解决方案三、改制重组需关注重点问题四、企业上市辅导及注意事项五、上市申报材料制作及要求六、网上路演推介及询价发行第四节企业IPO上市审核工作流程一、企业IPO上市基本审核流程二、企业IPO上市具体审核环节三、与发行审核流程相关的事项 第十五章医疗器械租赁发展行业环境分析第一节2015-2019年医疗所属行业发展现状分析一、2015-2019年医疗行业产业政策分析二、2015-2019年医疗行业发展现状分析三、2015-2019年医疗行业主要企业分析四、2015-2019年中国互联网医疗行所属行业总体规模分析第二

节2015-2019年中国医疗所属行业企业运营情况分析一、我国医疗行业营收分析二、我国医疗行业成本分析三、我国医疗行业利润分析第三节2015-2019年中国互联网医疗所属行业财务指标总体分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析第四节2022-2028年医疗所属行业前景分析一、医疗行业发展机遇分析二、医疗行业市场发展预测三、医疗行业发展前景分析 第十六章医疗健康金融行业分析第一节医疗健康行业主要金融模式一、医疗设备+融资租赁二、医疗+供应链金融三、医疗+互联网+保险四、医疗+消费金融五、医疗+互助众筹第二节医疗健康+金融一、医疗+P2P二、管理式医疗保险模式HMO 第十七章互联网+医疗盈利模式分析第一节现有商业模式分析一、向患者收费模式——Zeo二、向医生收费模式——Zocdoc三、向医院收费模式——Vocera四、向药企收费模式——Epocrates五、向险企收费模式——WellDoc第二节互联网+医疗企业盈利模式构建一、挖掘客户价值需求1、转变商业思维2、客户隐性需求3、客户价值主张二、产业价值链再定位1、客户价值公式2、产业价值定位3、商业形态定位三、寻找利益相关者四、构建盈利模式 第十八章中国医疗行业互联网+创新商业模式分析第一节互联网对医疗行业的影响一、智能医疗设备发展情况分析1、智能医疗设备发展概况2、主要医疗APP应用情况二、医疗智能设备经营模式分析1、智能硬件模式2、医疗APP模式3、虚实结合模式4、个性化资讯模式三、智能设备对医疗行业的影响分析1、智能设备对医疗行业的影响2、医疗智能设备的发展趋势分析第二节互联网+医疗发展模式分析一、医疗O2O模式分析1、运行方式2、盈利模式二、智能联网模式1、运行方式2、盈利模式第三节互联网+医疗案例分析一、百度医疗1、百度医疗定位2、百度医疗模式3、未来拓展方向二、美柚1、美柚市场定位2、美柚发展模式3、未来拓展方向三、丁香园1、丁香园的定位2、丁香园的模式3、未来拓展方向四、春雨医生1、春雨医生定位2、春雨医生模式3、未来拓展方向五、九安医疗1、九安医疗定位2、未来拓展方向第四节互联网背景下医疗行业发展趋势分析 第十九章互联网医疗背景下医疗器械融资租赁的发展机会分析第一节医疗器械融资租赁政策及其实施情况一、医疗器械融资租赁相关政策解读二、医疗器械融资租赁计划实施成果解读第二节医疗器械融资租赁在国民经济中的地位及作用分析一、医疗器械融资租赁内涵与特征二、医疗器械融资租赁与经济的关系分析第三节国内环境背景下医疗器械融资租赁发展的SWOT分析一、国家战略对医疗器械融资租赁产业的影响分析1、对医疗器械融资租赁市场资源配置的影响2、对医疗器械融资租赁产业市场格局的影响3、对医疗器械融资租赁产业发展方式的影响二、医疗器械融资租赁国家战略背景下医疗器械融资租赁发展的SWOT分析1、医疗器械融资租赁发展的优势分析2、医疗器械融资租赁发展的劣势分析3、医疗器械融资租赁发展的机遇分析4、医疗器械融资租赁发展面临的挑战 第二十章互联网对医疗器械融资租赁的影响分析第一节互联网对医疗器械融资租赁行业的影响一、互联网+医

疗器械融资租赁设备二、互联网+医疗器械融资租赁经营模式分析三、智能设备对医疗行业的影响分析

第二节互联网+医疗器械发展模式分析一、互联网+医疗器械商业模式解析1、医疗器械O2O模式分析2、智能联网模式二、互联网+医疗器械融资租赁案例分析1、案例三、互联网背景下医疗器械行业发展趋势分析

第二十一章中国家用医疗器械需求与消费者偏好调查（一）第一节家用医疗器械产品目标客户群体调查一、不同收入水平消费者偏好调查二、不同年龄的消费者偏好调查三、不同地区的消费者偏好调查

第二节家用医疗器械产品的品牌市场调查一、消费者对家用医疗器械品牌认知度宏观调查二、消费者对家用医疗器械产品的品牌偏好调查三、消费者对家用医疗器械品牌的首要认知渠道四、消费者经常购买的品牌调查五、家用医疗器械品牌忠诚度调查六、家用医疗器械品牌市场占有率调查七、消费者的消费理念调研

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析一、价格敏感程度二、品牌的影响三、购买方便的影响四、广告的影响程度（一）图表目录：图表：大健康产业的产业链构成图表：2015-2019年全球大健康产业规模走势图图表：美国管理式医疗中健康维护组织的网络架构表图表：2015-2019年美国大健康产业规模走势图图表：2019年美国大健康服务市场结构图表：2015-2019年日本健康产业规模年均趋势图表：2019年日本健康服务市场结构图表：日本医疗保险情况图表：2015-2019年雅培经营情况分析（单位：百万元）图表：2015-2019年强生经营情况分析（单位：百万元）图表：2019年强生制药各部门销售贡献情况图表：2015-2019年诺华经营情况分析（单位：百万元）图表：2015-2019年葛兰素史克经营情况分析（单位：百万元）图表：2015-2019年赛诺菲-安万特经营情况分析（单位：百万元）图表：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速图表：2019年固定资产投资到位资金同比增速图表：2019年居民人均消费支出及构成图表：2019年与2019年居民人均可支配收入平均数与中位数分析图表：2015-2019年全国居民消费价格分析图表：2019年居民消费价格分类分析图表：2019年居民消费价格分类环比分析图表：2019年中国进出口数据分析图表：2015-2019年中国人口总量及增速图表：2015-2019年中国男女人口结构分析

图表：2015-2019年中国城镇、农村人口对比走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/269067.html>