保健用品产业政府战略管理与区域发展战略研究报告(2026-2031版)

报告简介

区域产业规划是地方经济发展战略的核心内容，是各级政府部门发展相关产业的“路线图”，对于区域发展规划来说，就相当于一张蓝图对一个建筑物的重要性，有了这张“蓝图”，区域才能在有规划有计划的基础上进行更好的区域建设。特定区域内某个产业的快速健康发展有赖于当地政府以前瞻性的眼光拟定科学合理的发展规划，特别是一些战略性新兴产业更需要地方政府制定切实可行的扶持和培育规划。通过区域产业规划来确定地方经济发展的产业支撑体系，为招商工作确定方向和框架。我们针对各大城市、区县镇等区域的产业发展规划，将围绕“产业分析→产业定位→产业规划→产业实施”这条主线来展开。各地由于资源禀赋不同，发展相关产业的条件也就不同，只有准确的理解区域内产业发展基础和潜力，才能编制出符合当地实际的产业发展规划。中道泰和拥有完善的调研访谈方案，能够快速全面的根据当地实际条件提取编制规划所需遵循的一些约束性指标。区域产业发展规划的编制必须科学严谨，形式大于实质是产业规划编制的通病，而更多利用翔实的数据和图表说话是高质量产业发展规划的一个重要标志。中道泰和凭借丰富的数据来源渠道，以及对规划结构的精准把握，能够最大限度的做到利用数据图表支撑自身观点。区域产业发展规划必须要具有较强的可操作性，这就要求规划必须要落脚到产业发展目录上。中道泰和拥有多年的产业研究经验，能够在产业规划的编制过程中很好的将宏观的行业研究与微观的项目研究结合起来，让规划最终落脚到重点细分领域、重点集聚区和重点项目上。

时代走到今天，发展战略成为世界最热点的问题。世界上的各种论坛，无一例外都共同讨论的主题是发展战略问题。我们看西方国家所走过的道路，我们从中应该吸取什么教训?我们用什么样的眼光来看城市的发展，看我们经济的发展，区域的发展。我们战略视野在什么地方?战略是分层的，上到世界下到企业，每个层面都有战略问题。中美关系怎么处理?中日关系怎么处理?那就叫国际战略、世界战略。亚太金融组织、欧盟、东盟、中亚、OPEC，那叫地缘战略。党的十八大报告，那叫国家发展战略。长三角珠三角环渤海经济区，东北振兴、中部崛起，那叫区域发展战略，还有省域战略，市域战略，底下还有县域战略，集团战略、组织战略。一个城市的发展，它没有明确的战略定位，它没有明确的发展思路，它就

走不下去，它的经济发展就一定受影响。到深圳去看，经济相对的很热很热。到珠海去看，经济相对的很冷很冷，为什么差别这么大?一是区域产业战略方向差异，深圳从一开始就以引进工业项目为主，在中国刚刚开放前五年被引进的工业大多数都被深圳所拥有，而珠海开始定位引进的是旅游业，随后第二年又转变为引进工业为主，政策朝令夕改又失去了先手之机，导致珠海的工业发展一直被深圳完全压制;二是珠海好大喜功，在行业发展上没有一个明确的思路和相应的鼓励措施，没有发挥出政府具备的功能，而深圳则完全相反，在行业发展上做足了功夫，让深圳的领先优势一直得到保持;可见由于区域产业规划战略的方向失误以及执行不到位，导致珠海作为国内四大经济特区之一却沦为广东省的二线城市，而深圳则一直是全国最具创新力的一线城市。

本报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家财政部、国务院发展研究中心、保健用品行业相关协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国内外保健用品行业发展情况、发展趋势及其所面临的问题等进行了分析，对我国保健用品产业政府战略规划、区域战略规划等进行了深入探讨。报告同时还对我国北京、广东等地主要保健用品产业规划的概况、策略进行了分析，揭示了保健用品产业的发展机会，以及当前保健用品产业面临的竞争与挑战。本报告内容丰富、翔实，是保健用品产业相关企业、投资企业以及当地政府准确了解目前保健用品产业发展动态，把握保健用品产业发展趋势，制定区域产业规划必备的精品。

报告目录

第一部分 产业发展分析

第一章 产业发展现状与趋势

第一节 国际保健用品产业发展现状与趋势

一、国际保健用品产业发展现状

二、国际保健用品产业发展趋势

三、国际保健用品产业面临的形势

第二节 国内保健用品产业发展现状与趋势

一、国内保健用品产业发展现状

二、国内保健用品产业发展趋势

三、国内保健用品产业面临的形势

第二章 当地产业发展现状与基础

第一节 当地产业发展概况

一、行业发展现状

二、重点企业发展现状

第二节 当地产业发展条件

一、区位条件

二、资源条件

三、产业配套条件

四、其他条件

第三节 当地产业发展环境现状

一、政策环境

二、市场环境

三、融资环境

四、人才环境

第四节 当地产业发展存在的问题

第三章 区域产业发展现状与趋势分析

第一节 当地保健用品产业发展现状与趋势

一、当地保健用品产业发展现状

二、当地保健用品产业发展趋势

三、当地保健用品产业面临的形势

第二节 当地保健用品产业发展能力

一、区域自身产业发展能力分析

二、区域外部产业发展竞争环境分析

三、区域范围内重点/主导产业分析

第四章 产业结构调整分析

第一节 保健用品产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 “十四五”产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、保健用品行业参与国内外竞争的战略市场定位

四、“十四五”产业结构调整方向分析

第二部分 政府战略规划

第五章 市场环境及影响分析（pest）

第一节 保健用品行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、保健用品行业标准

四、行业相关发展规划

1、保健用品行业国家发展规划

2、保健用品行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、当地宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、保健用品产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、保健用品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、保健用品技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国保健用品行业新技术研究

二、保健用品技术发展水平

1、我国保健用品行业技术水平所处阶段

2、与国外保健用品行业的技术差距

三、2021-2026年保健用品技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第六章 保健用品产业政府战略定位

第一节 当地产业发展思路和目标

一、指导思想

二、产业定位

三、发展目标

第二节 区域主导产业定位

一、区域主导产业的选择原则与方法分析

二、区域主导产业的筛选及其可行性分析

三、区域主导产业及其关联性产业组合分析

四、区域辅助性产业发展定位

第七章 保健用品产业政府战略规划

第一节 区域产业发展目标定位

第二节 区域产业发展策略制定及其实施路径分析

第三节 区域产业发展布局规划

第三部分 政府战略实施

第八章 区域产业发展战略实施

第一节 区域产业发展配套政策设计

第二节 区域产业发展功能型配套措施的设计

第三节 区域产业发展服务型公共平台的设计与搭建

第九章 产业发展导向和产业链设计

第一节 核心产业链及产品

第二节 配套产业链和产品

第三节 相关产业链与产品

第十章 产业发展空间布局

第一节 产业发展的核心产业基地

第二节 产业发展的重要拓展区

第十一章 产业发展的政策保障

第一节 组织保障

第二节 招商引资

第三节 政策扶持

第四节 需要注意的问题

第十二章 产业发展的重大培育工程

第一节 产业基地的创建工程

第二节 龙头企业的培育工程

第三节 创新能力的提升工程

第四节 合作平台的搭建工程

第五节 推广运用的示范工程

附录

附录一 当地现有企业基本状况

附录二 主产业链概述

附录三 产业发展目录

图表目录

图表：保健用品行业产业链结构

图表：2021-2026年全球保健用品行业市场规模

图表：2021-2026年中国保健用品行业市场规模

图表：2021-2026年当地保健用品行业市场规模

图表：2021-2026年保健用品行业销售收入

图表：2021-2026年保健用品行业利润总额

图表：2021-2026年保健用品行业资产总计

图表：2021-2026年保健用品行业负债总计

图表：2021-2026年保健用品行业竞争力分析

图表：2021-2026年保健用品市场价格走势

图表：2021-2026年保健用品行业主营业务收入

图表：2021-2026年保健用品行业主营业务成本

图表：2021-2026年保健用品行业销售费用分析

图表：2021-2026年保健用品行业管理费用分析

图表：2021-2026年保健用品行业财务费用分析

图表：2021-2026年保健用品行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年保健用品行业销售利润率分析

图表：2021-2026年保健用品行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年保健用品行业总资产利润率分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：258709

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20220429/258709.shtml

在线订购：点击这里