

東灘顧問
Dongtan



上海东滩投资管理顾问有限公司◎著
朱跃军 肖璐◎执笔

健康产业与健康地产 ——商机与实务

Health Industry And Health Real Estate
Opportunities And Practices



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



上海东滩投资管理顾问有限公司◎著
朱跃军 肖璐◎执笔

健康产业与健康地产

——商机与实务

Health Industry And Health Real Estate
Opportunities And Practices



 中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

• 北 京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

健康产业与健康地产：商机与实务 / 上海东滩投资管理顾问有限公司著；朱跃军，肖璐执笔.

北京：中国经济出版社，2016.5

ISBN 978-7-5136-4218-7

I. ①健… II. ①上…②朱…③肖… III. ①医疗保健事业—房地产投资—研究—中国 IV. ①F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 077895 号

责任编辑 王 建

责任审读 贺 静

责任印制 巢新强

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京柏力行彩印有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 24

字 数 420 千字

版 次 2016 年 5 月第 1 版

印 次 2016 年 5 月第 1 次

定 价 58.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010-88386794

序 站在健康时代的风口，让财富飞起来

20 世纪，汽车的发明，航空业的发展，计算机及互联网的普及，颠覆了人类的生活方式，催生了大批企业巨人，抢占了先机的企业家和投资者都收获了巨额财富。

21 世纪的一个重大事件已经开始，它同样会彻底改变我们的生活，并将在今后 10 年内成为巨大商机，那就是健康保健革命。如果你没有赶上互联网、股市、黄金、房地产暴富的机会，那么这一波财富狂潮绝对不能错过。

——美国经济学家、两任总统经济顾问、企业家、教授 保罗·皮尔泽

“福”“禄”之后的“寿”之殇

“可以有人替你开车、替你赚钱，但没人替你生病！东西丢了都可以找回来，但是有一件东西丢了永远找不回来，那就是生命。”叱咤商界的青年企业家王均瑶因劳累过度罹患肠癌英年早逝，年仅 38 岁。“此刻，在病魔面前，我频繁地回忆起我自己的一生，发现曾经让我感到无限得意的所有社会名誉和财富，在即将到来的死亡面前已全部变得暗淡无光，毫无意义了。”这是王均瑶在病床上的最后一段话。

然而，这不是个案，30 年前的稀有名词——“癌症”，如今已变成了一种常态。苹果联合创始人乔布斯因胰腺癌逝世，中央电视台著名播音员罗京因淋巴瘤逝世，香港著名艺人梅艳芳因子宫颈癌逝世，87 版《红楼梦》林黛玉扮演者陈晓旭因乳腺癌逝世，创新工场董事长兼 CEO 李开复罹患淋巴瘤，股神巴菲特罹患前列腺癌……马云、史玉柱、刘永好等知名企业家在重庆为自己举办了一场集体追悼会——每活一天就净赚 24 小时，珍惜每一天，充实每一天，快乐每一天。当今社会生活节奏紧张，生活压力加大，长期处于高压环境，这些灰色新闻给“未老先衰”的我们敲响了生命警钟。

专家预言，10年后三大癌症——肝癌、肺癌、胃癌将困扰中国每个家庭。肝癌爆发的原因是因为水受到污染，肺癌是因为空气受到污染，胃癌是因为食物受到污染。我们的生活环境正在成为生命的主要杀手。自1952年12月5日开始，伦敦连续数日空气寂静无风，城市被雾霾笼罩，此后的4天时间里，伦敦市死亡人数达4000人。12月9日后，由于天气变化，毒雾才逐渐消散，但此后两个月时间内，有近8000人因为烟雾而死于呼吸系统疾病。现今的中国也面临着同样严重的问题。2012年冬，中国1/4的国土面积，约6亿人受雾霾影响；2013年，中国平均雾霾天数创52年之最；2014年秋冬，浓雾频频造访；2015年，一部颇具争议的雾霾纪录片——《穹顶之下》让全世界都为之震惊。由50个国家、303个机构、488名研究人员历时5年共同完成的《全球疾病负担2010年报告》，提出2010年中国因室外PM2.5污染导致120万人早逝，中国环境问题对生命健康的影响可见一斑。

资料显示：目前，中国高血压患者有1.6亿~1.7亿人，高血脂患者有1亿多人，糖尿病患者超1亿人，超重或者肥胖症人口0.7亿~2亿人，血脂异常的1.6亿人，脂肪肝患者约1.2亿人；平均每30秒就有一个人罹患癌症，平均每30秒就有一个人罹患糖尿病，平均每30秒，至少有一个人死于心脑血管疾病。^①

30年的改革开放让中国获得了举足轻重的国际地位，30年的经济腾飞也给我们带来了巨大的健康问题。企业乱排、乱放导致癌症高发，七大河流严重污染、一半城市饮用水质量不合格，“东鞋、西毒、南地、北钙”等系列食品安全事件频发，慢性病已经成为中国疾病谱的主角……这些事件让我们开始正视因为收入增长、环保和社会不均衡发展带来的健康问题，经过多年财富积累的中国人也开始关注自身的健康保健问题。

商机无限的新兴产业

人们对健康的需求，不是稍纵即逝的瞬间需求，而是围绕衣、食、住、行全方面，贯穿于生、老、病、死全过程的持续性需求。随着对健康需求的日益增加及健康问题日益凸显，不少企业家洞察到健康产业的商机，开始准备迎接健康产业的财富浪潮。

^① 中国数字医疗网. 中国医疗大数据警示：怎样推翻你身上的“三座大山”？[EB/OL]. (2014-12-22) [2015-12-16]. <http://news.he3i.cn/art/201412/32249.htm>.

“亚健康”时代来临，保健行业的新机遇

世界卫生组织一项全球性调查结果表明，截至2014年底，全世界真正健康的人仅占全球总人口的5%，患病人群占20%，75%的人处于亚健康状态。无独有偶，2010年《中国城市白领健康白皮书》指出，在中国约七成员工处于“亚健康”状态，精英和企业高管身体透支现象最为严重，亚健康占比分别为91%和85%。健康观念的升级，让更多高收入人群开始更加关注自身的体重，控制摄入的能量，搭配需要的营养，重视锻炼和健身。

一方面，通过均衡摄入营养来提高身体机能。例如，人体需要摄取13种重要的维生素，其中多数是人体无法自行合成的，人们只能通过食用多种水果和蔬菜来补充。当然，利用现代科学技术，我们可以通过食用保健品来获得机体所需要的各类营养物质，众多保健品牌应运而生，如健安喜（GNC）、安利、汤臣倍健、优莎娜等。

另一方面，通过锻炼、保健服务、健康管理来提高身体机能。一大批健身和保健理疗连锁企业由此发展壮大，如一兆韦德、美格菲、威尔、英派斯等健身连锁品牌，以及华夏良子、简道等养生保健品牌和慈铭、美年大健康、爱康国宾等健康管理品牌。

“买全球”时代来临，食品行业的新机遇

“病从口入”是我国古代的著名格言，亦是我国当今头号安全问题。在国内食品安全问题频发的情况下：一方面，传统食品企业开始重视产品质量，致力于生产安全健康食品；另一方面，由于发达国家的严格食品安全管理，“买全球”成为国内热潮，众多地方政府和企业纷纷布局。

河南建成国内最大跨境商城，是全国唯一一个利用综合保税监管场所试点城市，致力于不出郑州“买全球”；被誉为全球最大的小商品批发市场的义乌，也从“卖全球”到“买全球”，开始自我转型；阿里巴巴提出未来的愿景是“全球买、全球卖”；截至2015年8月，外高桥进口商品直销中心（D.I.G）乘上海自贸区东风，在上海已开设了自贸区店、龙阳店、临港店、米格天地店、中环店、森兰商都店、金山店、宝山店8家门店，并计划未来5年在全国范围进行扩张；中粮集团的我买网、苏宁易购、1号店等电商也纷纷推出海购跨境平台。

“大数据”时代来临，医疗行业的新机遇

在新技术迅速发展的今天，移动互联网的热潮正席卷各个领域，大数据将为医疗

产业开辟一个新纪元，“移动医疗”“远程医疗”“智慧医疗”“智能穿戴设备”等新名词不绝于耳。

IT 巨头纷纷抢滩智能穿戴设备领域，如 Google Glass、Apple Watch、小米手环、盛大 GEAK 魔戒、GEAK Watch、百度咕咚手环、智能手表 inWatch 等。这些设备能够收集人体生理数据并传入云端，然后进行数据分析与处理，并将结果发给使用者和医生，用于使用者日常的健康监督、运动及饮食指导，以及对高血压及糖尿病等慢性病进行日常管理，便于医生给出诊断和康复意见等。

医疗服务电子化也是投资热点，挂号网致力于把医院服务窗口转移到手机；盛诺一家利用互联网和医院合作开发远程医疗移动端产品；惠普则为医疗机构提供数字医院解决方案，通过服务手段提升和服务流程优化，提高医疗服务效率。

“老龄化”时代来临，养老行业的新机遇

随着我国人口老龄化程度的加深，老年人消费水平的提升，养老产业市场规模突破万亿元。人民网报道，截至 2013 年底，全国 60 岁以上老年人总数已经达到 2.02 亿人，占总人口的 14.9%。据预测，老龄人口数到 2025 年将超过 3 亿人，2033 年超过 4 亿人，2053 年将达到最高峰 4.87 亿人。

众多企业纷纷试水养老产业。绿地、绿城等传统房地产商，合众人寿、泰康人寿等险资纷纷开始涉足养老地产；百瑞康、康扬等企业是健康用品供应商，生产代步车等老年交通工具；亲和源开始从养老地产开发商逐渐转型为养老社区运营商；强生、九安、欧姆龙、鱼跃等成为老人家庭医疗器械的知名品牌。

“高颜值”时代来临，美容行业的新机遇

“外貌协会”的存在是人性使然，相貌歧视普遍存在于现实生活中。美国作家斯蒂文·杰菲斯在多年调查研究后写出的《外貌至上》中提出：“好看的人”在招聘中被录用的机会高于“普通人”2~5 倍；“好看的人”的平均工资高出“普通人”12%~16%。因此，人们对“美丽”的需求量很大。

《中国整形美容市场现状观察及发展规划分析报告（2013—2017 年）》中的数据显示，自 2007 年以来，我国医疗美容医院总收入，除 2008 年出现 10.55% 的下降外，其

余年份均保持了30%以上的增速。2012年，我国医疗美容医院总收入为25.88亿元^①，同比增长32.11%。其中，整形外科医院的总收入为7.86亿元，美容医院的收入合计为18.02亿元。此外，国际医疗美容需求持续升温。韩国联合通讯社报道，2012年，韩国驻北京、沈阳、上海、青岛和广州的各领事馆签发的医疗旅游签证达3000多个，比2011年增加了1300多个，同比增幅达76.5%。据墨西哥旅游部门预计，2015年，墨西哥将接待45万人次的医疗旅游者，预计将创收13.5亿美元；2020年此类游客数量将达到65万人次，将创收40.5亿美元。由此，大量医疗美容机构和医疗旅游中介机构应运而生，如伊莱美医疗美容医院、傲洛斯国际、广州曙光整形美容医院，以及盛诺一家、达达医讯等医疗中介公司。

“婴儿潮”时代来临，母婴行业的新机遇

1986—1990年，是中国的第三次婴儿潮，这段时期出生的婴儿数量达到1.24亿人，接近当前全国人口的10%。如今，“85后”已经步入结婚生子的年龄，2015年前后，中国将迎来第四次婴儿潮。母婴用品、婴儿食品、幼儿用品、孕前孕后护理及母婴用品电商平台等领域开始成为投资热点领域。

中国农业大学南庆贤教授指出，近10年，我国婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长，平均复合增长率为30%左右，其中高端婴幼儿奶粉的市场规模在50亿元左右。

根据有关机构研究，2013年，中国孕婴童用品线上渠道交易规模为860.3亿元，孕婴童用品零售线上渗透率为6%，预计到2017年，规模可达2472亿元，年复合增长率为30%，天猫、京东商城、苏宁红孩子、母婴之家、贝贝等都是知名母婴产品网购平台。

随着孕妈们对坐月子的要求越来越高，新兴的月子会所如今已经成为不少准妈妈、新妈妈的时尚之选。

当然，以上并非是健康产业商机的全貌，仅仅是冰山一角，在全球第五波财富浪潮里，还会有更多的优质健康商机等待我们去发现、去选择、去把握、去创造。

^① 如果没有特别指明，本书中的“元”均指人民币。

地产转型的投资新宠

在过去的30多年里，中国经济经历了从全面落后走向快速腾飞，再到今天纠结难行的全过程。在经济高速发展的阶段，地产商们只要盖一幢住宅就立马被抢空，建一座商业综合体就立马销售殆尽；地方政府也沉浸在挂一宗土地就赚钱，圈一片区域就能做工业园的氛围中无法自拔。土地出让金占地方财政收入50%以上，房地产业贡献60%以上地方税收的现象比比皆是。

然而，随着市场趋于成熟、竞争日趋激烈，传统的地产开发模式风光不再，开始从“黄金时代”进入“白银时代”。商业地产市场弥漫着焦虑和不安，行业普遍面临多年来投资过热导致的行业“泡沫化”、产品“同质化”及电商冲击下传统经营模式“边缘化”的挑战。房地产市场在限购、限贷、限融资等一系列行业限制性政策背景下，开始迅速降温并进入“冰冻期”，众多中小型房地产企业纷纷破产，行业面临全面洗牌。工业园区经过多年的无序开发和粗犷开发，面临土地大量闲置、利用率低下、污染严重、招商困难等众多棘手问题……

在后地产时代，市场也开始问地产商要“内容”——为什么要买你的房子？为什么要买你的商铺？为什么要买你这块地？为什么要来你这里消费？为什么要来你这里建厂房？……这些“为什么”让开发商不得不去探寻转型之路。健康产业就是一个能赋予地产优质“内容”的新兴行业。这一“内容”符合现代社会的消费需求和消费趋势，这一“内容”能够提升传统地产的市场价值，这一“内容”还关乎民生福祉。

市场投资结果也表明，已有部分开发商和投资商，率先看到这一领域的市场价值，养生度假区、养老社区、健康服务产业基地、医疗城、医联体、健康产业园、健康商贸城、健康城、医疗旅游服务区等众多健康地产项目备受热捧。

养老地产炙手可热

为了进一步提升产品价值，挖掘市场潜力，行业排名前20位的房地产开发商，半数以上都涉足养老地产项目。例如，万科幸福汇、万科长春养老地产项目、万科杭州养老项目随园嘉树、绿城乌镇雅园、保利西塘安平老年健康生活社区、保利北京西山林语和熹会老龄公寓、卓达香水海、新华锦长乐国际颐养中心……

险资凭借资金和经验优势开始抢滩养老产业，如合众人寿、泰康人寿、中国太平、新华人寿、中国人寿、平安保险、安邦保险、生命人寿、太平洋人寿、幸福人寿……

外资养老机构也意欲进军中国养老市场，如城堡投资、哥伦比亚太平洋、澳洲养老运营机构——独立管理集团（IMG）、凯健华鹏老年服务有限公司、美国城堡投资、加拿大养老金投资管理局（CPPIB）、Emeritus Corp.、Life Care Services LLC 等。

健康旅游区风生水起

从政策角度来看，2014 年 8 月，《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（以下简称“《意见》”）出台，《意见》中积极鼓励各地区发挥当地中医药优势，形成一批中医药健康旅游服务产品，并规范服务流程和服务标准，开发特色医疗、疗养康复、美容保健等医疗旅游项目。健康旅游是由传统观光旅游向体验旅游的重要转型。

从市场角度来看，生活在“水泥森林”里，被尾气、酸雨、雾霾、粉尘、噪声、辐射环绕的城市居民对自然界的那一抹绿色也越发向往，温泉养生旅游区、森林养生旅游区、滨海养生旅游区成为人们假期出游的热门选择。

从投资角度来看，为了吸引国外健康保健游客、截流国内高端医疗需求，医疗旅游区的投资建设也成为市场投资的又一焦点。海南国际医疗旅游先行区、上海国际医学中心、上海新虹桥国际医学中心、北京国际医疗服务区等医疗旅游地产纷纷动工开建。

健康商业广场转型趋热

受多种因素影响，大量同质化商业地产项目被闲置的现象愈演愈烈，连上海的南京路步行街和淮海路都有沦为网络商家“试衣间”的趋势，二三线城市供过于求问题更为严重，局部地区出现市场饱和，同时不可避免地出现物业的闲置和浪费。

传统商业地产已经不再符合市场的需求，亟须转型升级。健康商业广场有着独特的内涵，是商业地产走体验化、主题化和“轻资产”化路径的新方向，其优势在于能够进一步细化市场，通过差异化竞争摆脱同质化命运。目前，国内已有北京阳光健康商品城、华健国际保健品城、杭州中国现代保健品城项目建成运营。

健康产业园陆续开园

健康产业为工业园区的再开发和产业升级提供了优选方向，洞察到健康产业商机

的企业和地方政府不在少数，他们看到了人们对健康相关的食品、用品和相关器械的需求，将健康产业和工业地产相结合，开始投资健康产业园。

上海国际健康产业园、三生健康产业园、天狮国际健康产业园、长沙医药健康产业园、北大医疗产业园、天津团泊新城健康产业园、苏州环球国际健康产业园、合肥医药健康产业园、天津健康产业园、玉林健康产业园、常州生命健康产业园、中经科技健康产业园等园区，在近几年陆续开园投产。

健康新城正在兴起

在新型城镇化的时代背景下，面对工业污染和城市污染等诸多环境问题，越来越多的小城镇和新城区立志打造一个宜居、宜业的健康之城。在这个小区域中，产业是健康的，环境是健康的，服务是健康的，生活是健康的……

不少区域地产开发商为了实现企业战略价值，获得地方政府支持，将“健康新城”作为一个区域地产开发产品，如燕达国际健康城、莆田 ECO-城、郑州宜居健康城等，通过健康生态圈、健康产业圈、健康服务圈、健康生活圈的构建，来打造以人为本的健康之城。

健康产业和地产行业的强势“联姻”就是“健康地产”，两者的融合，为地产行业转型找到了一个发展前景广阔、市场需求巨大的新“蓝海”，必将碰撞出绚丽的火花。

共创全球“财富第五波”

2013 年被誉为中国健康产业元年，国家对健康产业给予了高度重视，市场也对健康产业给予了高度关注。健康产业是一个新兴产业，它有无限商机，可以为我们创造无限财富；同时，作为一个新兴产业，由于行业标准尚未规范，目前中国健康产业发展处于无序状态，同样需要我们注意规避风险。

东滩顾问投身于健康产业领域已有 6 个年头，在这 6 年里，我们见证了国家从鼓励养老、医疗领域改革到全面促进健康产业发展的决心，见证了早些年保健企业的沉沉浮浮，见证了市场上对健康产品和服务需求的日益增加，见证了企业家们投资健康产业领域的热情和行动，见证了地方政府将健康产业作为区域发展主导产业的信

心；同时，我们看到了一些企业为了短期利益置产品质量于不顾而导致企业面临着信用缺失问题乃至破产危机，我们看到了一些所谓的养生大师利用大众追求健康的心理推广错误的养生理念，我们看到了养生保健市场由于标准缺失、质量得不到保障而出现的混乱现象……

在这6年里，我们有幸为众多地方政府制订了健康产业发展规划，为众多开发商策划了健康地产项目，有了丰富的“临床”经验；在这6年里，我们对健康产业的发展策略、对健康地产的开发策略形成了系统的观点。健康产业即将在全国刮起财富“浪潮”，我们有幸参与其中，将6年的开发经验和知识积累编辑成册，希望能够为企业家们掘金健康产业提供商机指南，帮助企业规避健康产业发展中面临的一些风险；能够为地方政府布局健康产业提供参考，在健康产业大时代中贡献自己的一份力量，携手共创这一波财富“浪潮”。

东滩顾问

2015年11月

第一篇 背景篇 / 1

导 读	3
一、发展概况	4
(一) 国际历程	4
(二) 中国概况	10
二、概念认知	14
(一) 何谓健康产业	14
(二) 何谓健康地产	17
三、市场分析	21
(一) 需求分析	21
(二) 供给分析	27
四、发展趋势	29
(一) 产品升级	30
(二) 服务升级	32
(三) 主体升级	35
(四) 市场升级	44
五、政策环境	46
(一) 国家宏观政策	46
(二) 重要政策解读	48

第二篇 产业篇 / 59

导 读	61
一、健康农业	62
(一) 生态农业	62
(二) 休闲农业	67
(三) 药草农业	73
二、健康工业	80
(一) 健康食品制造业	80
(二) 医药研发制造业	86
(三) 健康用品制造业	95
(四) 健康器械制造业	101
三、健康服务业	107
(一) 医疗服务业	107
(二) 养老服务业	121
(三) 健康保险产业	130
(四) 健康管理服务业	137
(五) 健康文化产业	145
(六) 健康旅游产业	154
(七) 健康第三方服务业	162
(八) 健康信息技术产业	166

第三篇 地产篇 / 177

导 读	179
一、旅游驱动型	180
(一) 概念诠释	180
(二) 开发模式	180
(三) 开发策略	189
二、医疗驱动型	194
(一) 概念诠释	194
(二) 发展模式	195

(三) 开发策略	205
三、商业驱动型	207
(一) 概念认知	208
(二) 开发模式	211
(三) 开发策略	215
四、养老驱动型	216
(一) 概念认知	216
(二) 开发模式	217
(三) 开发策略	241
五、工业驱动型	242
(一) 概念认知	242
(二) 开发模式	243
(三) 开发策略	249
六、综合开发型	251
(一) 概念认知	251
(二) 开发模式	251
(三) 开发策略	271

第四篇 主体篇 / 273

导 读	275
一、生产商	276
(一) 企业门类	276
(二) 重点领域	277
(三) 企业动态	282
(四) 重点企业	288
二、服务商	290
(一) 企业门类	291
(二) 重点领域	293
(三) 企业动态	301
(四) 重点企业	307

三、开发商	312
(一) 企业门类	312
(二) 重点领域	314
(三) 企业动态	319
(四) 重点企业	322
四、投资商	327
(一) 企业门类	328
(二) 重点领域	332
(三) 企业动态	338
(四) 重点企业	344
五、运营商	349
(一) 企业门类	350
(二) 重点领域	352
(三) 企业动态	356
(四) 重点企业	360

后 记 / 365

第一篇

背景篇

导 读

一、发展概况

二、概念认知

三、市场分析

四、发展趋势

五、政策环境