

<<健康产业的商机>>

图书基本信息

书名：<<健康产业的商机>>

13位ISBN编号：9787300116440

10位ISBN编号：7300116442

出版时间：2010-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（德）贝恩德·埃贝勒

页数：165

译者：王宇芳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<健康产业的商机>>

### 前言

健康和保健是当前市场规划中使用频率最高的术语之一，但是它们的概念也是最常为人们所误解的。有些人认为，只要在产品的包装上加上“健康”或者“保健”的字眼，自己的产品就会出名，自己也会变富。

但是，对于某些人来说，保健只是一个被人们用滥了的时尚词汇，而健康则单纯是疾病的对立面。可以说，以上的两种想法都不正确。

我们的社会现在正在发生翻天覆地的变化，而健康的新定义和保健的新概念正是这种变化中重要的一个组成部分。

对于许多企业来说，这种变化提供的是崭新的、独一无二的巨大机遇。

但是，要认识到这种机遇并且成功地把握住这千载难逢的机遇则需要出色的品牌工作以及对于保健概念的深入研究。

本书正是立足于为读者解答这一疑惑。

在本书中，将向读者概要地介绍健康和保健最重要的发展以及挖掘品牌和市场发展潜力的一些建议和提示。

此外，本书也包含了我在过去12年当中通过在各个不同行业中从事“健康品牌”塑造工作所积累的经验。

本书末尾的案例分析中介绍了一些成功的实践案例，当中出现的许多内部知识都是这些公司负责人协助提供的。

我希望这本书能够帮助中型企业从健康和保健的产业趋势中获利。

## <<健康产业的商机>>

### 内容概要

比尔·盖茨说：下一个能超过我的人，一定出现在健康产业里。

20年前没有健康产业，如今巨大的健康产业却成了金融风暴中少数“不缩水”的行业之一。

健康产业正成为世界经济发展的重中之重。

未来10年，中国健康产品的消费额将在目前的基础上以几何级增长，形成一个全球引人注目的拥有兆亿价值的市场。

如何认清健康产业的机遇和着眼点？

如何正确挖掘健康产业的潜务？

如何打造健康品牌？

如何赚得第一桶金？

国际著名战略规划师贝恩德·埃贝勒，为你提供挖掘品牌和市场发展潜力的有效建议，打造企业战略规划的实用策略，以及不同行业和市场实践中涌现出的成功案例深刻剖析。

## <<健康产业的商机>>

### 作者简介

贝恩德·埃贝勒生于1963年。

曾就读于纽伦堡大学企业经济学系，主攻方向是市场规划、沟通学和心理学。

1989年开始参加工作，前后曾经在杜塞尔多夫和汉堡的国际广告社担任经营助理、顾客咨询顾问以及战略规划师。

## <<健康产业的商机>>

### 书籍目录

前言 第1章 新产业趋势将带来何种机遇 当今社会中，人们在健康和保健方面的观念发生了根本转变，这种转变让许多企业面临着绝无仅有的历史机遇。

第2章 势在必行的健康新趋势 健康和保健绝不再是一种短暂的时尚，而成为了潜在的大产业趋势。

第3章 如何抓紧健康机遇 从饮食到医药，从美容到旅游，从有形的衣食住行到无形的咨询服务，健康产业几乎存在于所有的产品领域，而从业者也将可能获得丰厚的报酬。

第4章 打造未来品牌的战略 一个企业只有规划了出色的品牌战略，对品牌进行了成功的市场定位，才能带领自己的品牌不断向前发展。

第5章 成功企业案例 阿尔纳图拉——自始至终的企业哲学 薇莉达——现代手段与传统营销之间的市场开发策略 宝宝俱乐部——以产品打动顾客的心 和乐婴儿食品——打造读一无二的产品核心价值与形象 译者后记

## <<健康产业的商机>>

### 章节摘录

插图：在这样一个只有通过改变市场占有率才能达到利润增长百分之零点几的时代，在5年的时间里，将市场潜力由5%提升至10%，无疑具有非凡的意义。

但是，这种趋势还将继续发展：在接下来的10~20年中，50岁以下的所有年龄段人口数量将以两位数的速度锐减，50岁以上的人数反而上升。

与一般20%~30%的增长速度相比，80岁以上的老人数量甚至将增长60%。

尽管社会人口总数目在下降，但是一些重要的目标年龄组人口数量却在显著上升。

人们甚至可以断定，年龄金字塔结构直接推动了健康趋势的转变。

因为出于年龄因素的考虑，在这些年长的年龄组中，健康以及舒适对其所代表的意义远远超出了年轻群体。

在中年顾客群中，其所关心的主要是保持健康和活力；对于刚刚迈入老年阶段的人们来说，面对不断增长的年龄，积极健康的生活方式大概是其主要需求；而对于老年人，舒适和健康这两个词又意味着：他们需要的是另外一种配套设施，另外一种产品特性。

在未来的20年中，单单是对于老年人的照料需求就可增长一倍。

上述的一切都将在产品和生活领域中得到充分体现。

尤其是在保健和健康领域的产品，更加需要依据不同年龄层的需求来对产品进行细分。

中年以上的目标客户群所呈现的特质往往是不均匀的，而且一旦涉及到年龄问题，则其反映极其敏感。

因此，在针对老年人所做的市场开发方案中，失败的比例往往高于其他市场——根据专家猜测，这一失败比例高达60%。

在社会领域中，也存在许多其他需求，其中很重要的一方面就是对于全新的医疗和养老保险体系的渴求。

这种需求也再次对金融和房地产市场产生了新的影响，一方面年轻人开始加大用于自己将来养老的储蓄比例，另一方面老年人也被迫面临“资金流失”的危机，因为他们不得不将自己的积蓄用于维持日常生活开支。

年龄金字塔的变化以及与此密切相关的退休年龄增大化的趋势同样也对企业中的年龄结构产生重要影响，促使了它的改变。

## <<健康产业的商机>>

### 后记

在出版社几位编辑的介绍下，我获得了翻译《健康产业的商机》一书的机会。对我而言，整个翻译过程非常愉快，因为我越来越深刻地感受到这本书所具有的独特吸引力。的确，无论是在西方发达国家，还是在发展中的中国，健康和保健的主题已经获得了越来越多的人的关注，与其相关的各种产业也如雨后春笋一般层出不穷。对于许多企业来说，这种新趋势所带来的是千载难逢的商机，在我看来，要把握住这一趋势同时也就意味着要准备迎接巨大的挑战。本书正是立足于此，作者凭借自身在该行业摸爬滚打多年所积累的深厚经验，枚举实例展开分析，既向读者介绍了健康产业的形成和发展过程，也提出了极富含金量的建议和提示。我希望，《健康产业的商机》可以为正在现代化道路上匆匆前行的中国企业提供一个参考和借鉴。原书中没有注释，为了便于读者阅读，我在此书的中文版中针对较为晦涩的部分加入了一些注释。由于学识有限，遗漏和失误在所难免，还望广大读者不吝指正。在本书的翻译工作接近尾声的时候，从小疼爱我的奶奶因病辞世，令我十分悲痛，我希望此书的最终出版对她老人家是一种告慰。在翻译这本书的过程中，我得到了郝宁、王勇、李丽、张宜、陈敏、郝萌和周洁的协助以及家人的大力支持，在此，请允许我向他们表示衷心的感谢。最后，我还要感谢向我推荐此书并为此书的出版不遗余力的出版社编辑。

<<健康产业的商机>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>