

2016-2022年中国连锁大药房市场需求及投资前景 分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国连锁大药房市场需求及投资前景分析报告》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/184431.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

我国真正意义上的第一家连锁药店成立于1996年，截至目前，行业主要经历了四个发展阶段。从目前产业集中度和竞争格局等诸多因素综合来看，我国连锁药店行业正处于快速增长期向洗牌期过渡的阶段，相比成熟市场，我国连锁药店行业仍有较大的发展和整合空间。

无论从产业发展、产业竞争、还是企业运营来看，我国连锁药店均存在巨大的发展空间

产业发展方面：单体药店的整合空间巨大，我国目前零售药店超过40万家，其中连锁药店约占14万家，连锁药店占零售药店总体的35%（美国比例约为60%），无论是政府还是连锁药店企业，都力促这一比例继续提升。此外，优势企业的扩张、资本力量的介入、行业的高速增长、顾客消费能力的增强和上游对终端需求的日益强烈，都有助于连锁药店的大发展。

产业发展方面：单体药店的整合空间巨大，我国目前零售药店超过40万家，其中连锁药店约占14万家，连锁药店占零售药店总体的35%（美国比例约为60%），无论是政府还是连锁药店企业，都力促这一比例继续提升。此外，优势企业的扩张、资本力量的介入、行业的高速增长、顾客消费能力的增强和上游对终端需求的日益强烈，都有助于连锁药店的大发展。

产业竞争方面：我国连锁药店不仅集中度偏低，而且发展很不平衡，具体表现为，东部地区的市场比较集中，有的地方甚至过度饱和，西部市场的拥有量明显不足；省会城市、大中型城市市场相对饱和，二级城市及农村地区零售药店的数量明显匮乏。

企业运营方面：目前我国连锁药店总体运营管理水平不高，仍存在着巨大的改进空间。运营成本的降低、药店盈利能力的增强、服务水平的提高、连锁优势的发挥、店面的有效扩张、化妆品等高毛利品种的引进，都将有助于连锁药店的发展。

未来连锁药店将坚持内生式发展和外延式扩张并重

从药店总体数量来看，我国的药店总数并不少，但和成熟市场相比，我国药店结构并不合理。需要优势连锁企业通过整合行业资源来优化产业结构，资本和政策等将有力地推动这一进程。为此，连锁企业除了关注以产品经营为重点的内生式发展外，还应当注重以资本吞吐和配置为重点的外延式扩张，通过投融资、并购重组等方式迅速做大企业规模，优化产业结构。

未来五年，我国将利用市场机制和经济手段，鼓励和支持大型药品流通企业通过收购、兼并、托管、参股、控股和强强联合等方式，实现规模化、集约化和国际化经营，打造一批年经营过百亿元甚至过千亿元的药品流通龙头企业；支持专业化和有特色的中小药品流通企业做精做专，占领特色化细分市场；支持老字号药店做长做久并创新发展；引导一般中小药品流通企业加盟或并入大型药品流通企业，实现规模化经营。同时，鼓励药品零售企业积极探索采取连锁经营等现代营销方式，不断提高市场竞争力。经过五年努力，我国连锁药店比例要达到药店总数的2/3，并全面配备执业药师，提高药品质量管理和药学服务水平。“目前

，我国38万多家药店，仅有4万多执业药师，远不能满足群众用药指导、咨询的需求。”温再兴说。

此外，行业主管部门和协会，将围绕行业特点和市场需求，加强基础建设，为药品流通行业发展创造良好的环境，如抓紧建立行业标准体系，建立能够全面客观反映药品流通行业发展动态的行业统计制度、开展“诚信经营”示范创建活动等。

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 2015年世界连锁药房经营与借鉴

第一节 日本的连锁药房

- 一、日本连锁连大药房的业态特征
- 二、日本连锁连大药房的成功经营模式
- 三、日本现代连锁连大药房发展概况
- 四、日本现代连锁药房的经营特征
- 五、日本现代连锁药房企业转型方向

第二节 美国成熟的医药连锁经营方式

- 一、医药分开成熟经营
- 二、“药味”淡化
- 三、竞争激烈
- 四、美国医药连锁行业的机遇和挑战

第三节 其它典型的医药连锁经营方式

- 一、德国模式
- 二、瑞典模式

第二章 2015年中国连锁药房市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

第二节 2015年中国新医改方案的公布和实施分析

- 一、《新药注册特殊审批管理规定》鼓励行业创新
- 二、药品集中采购政策影响
- 三、出口退税政策的影响
- 四、中医药行业的政策影响分析
- 五、出口许可证管理制度对原料药市场的影响
- 六、财政完善医药卫生投入支持行业发展
- 七、药品安全整治工作为行业创造良好发展环境

八、促进政策为生物医药产业提供发展机遇

第三节 2015年中国医药行业发展社会环境分析

第三章2015年中国医药流通运行态势分析

第一节 2015年中国医药流通市场分析

一、中国医药流通市场发展特点

二、中国医药流通市场格局分析

三、中国中药材流通市场将会进一步转型

四、我国医药流通市场发展格局走向分析

第二节 近几年中国医药流通企业分析

一、中国医药流通业成长力较好企业分析

二、我国医药流通百强企业发展分析

第三节 2015年中国医药流通渠道分析

一、中国医药流通渠道模式的比较与选择

二、中国药品流通渠道快速整合的原因分析

三、中国医药流通渠道存在的不足

四、中国医药商贸渠道存在的难题

五、我国医药流通渠道的品牌化发展浅析

第四章 2015年中国医药流通运作模式分析

第一节 医药批发

一、医药批发商在渠道中的重要作用

二、医药批发商是流通渠道的关键环节

三、医药批发商应找准定位

四、中国医药批发企业的三个市场层次

五、医药批发企业建“终端”的几个措施

六、医药批发企业做好物流管理的途径

七、基层药品批发企业发展状况分析

八、我国医药商业批发联盟发展状况探析

第二节 医药代理

一、中国医药代理制发展的四个阶段

二、中国医药代理商区域分布不均

三、中国医药代理商步入“微利时代”

四、我国医药代理制存在的问题

五、新医改政策下医药代理模式未来发展探析

第三节 医药零售

一、新医改推动医药零售业迈入洗牌期

- 二、医药零售经营的市场创新发展
- 三、零售连锁连大药房经营模式加速转型
- 四、我国连锁连大药房直营与加盟模式发展分析
- 五、新医改下医药零售业直供模式发展分析
- 六、中国医药零售连锁经营发展方向
- 第五章 2015年中国连锁药房产业运行态势分析
- 第一节 2015年中国连锁药房运行总况
 - 一、收购扩张
 - 二、平价模式转型
 - 三、联盟采购
 - 四、强强联合
 - 五、抢占第三终端
- 第二节 近几年来中国连锁药房连锁行业发展分析
 - 一、两种经营模式的比较分析
 - 二、连锁药房的整合趋势
 - 三、连锁药房限距的影响分析
 - 四、深圳新增中医坐堂医诊所
 - 五、“中医坐堂”试点影响分析
 - 六、新医改对医药连锁企业的影响
 - 七、新医改下连锁药房的应对策略
- 第三节 连锁药房贸易联盟（PTO）发展状况分析
- 第四节 2015年中国平价药房的全方位分析
 - 一、平价超市时代的结束
 - 二、“平价”对中国药品零售市场的意义
 - 三、平价药品超市转型难题
 - 四、平价连锁药房的转型方向
- 第六章 2015年中国医药零售消费市场分析
- 第一节 2015年中国连锁药房品类发展指数分析
 - 一、CDI指数分析
 - 二、中国连锁药房品类结构变化分析
- 第二节 2015年中国医药连锁市场发展趋势
 - 一、消费结构发展趋势
 - 二、药品价格趋势
 - 三、竞争趋势
- 第三节 2015年中国OTC市场分析

一、OTC药品消费热的动因分析

二、OTC药品消费的特征

三、外资药企正进军中国OTC市场

第四节 2015年中国保健品深入渗透连锁药房

第七章 2015年中国连锁药房连锁企业经济运行分析

第一节 2015年中国百强连锁药房运行指标分析

一、总量指标分析

二、销售前十名企业分析

三、销售增量前十名企业分析

四、直营门店前二十强排行榜

五、总体盈利能力分析

第二节 2015年中国百强连锁药房运行特点分析

一、国有企业与民营企业的对比

二、国际资本的注入

三、连锁药房数量增长

四、经营模式的变化

五、行业集中度的提升

六、中国连锁药房的南北差别

第八章 2015年中国连锁大药房连锁重点市场区域探析

第一节 2015年北京连锁大药房连锁市场竞争现状

一、医药市场扩张难

二、社区医院与连锁大药房的价格竞争

第二节 2015年上海连锁大药房连锁市场概况

一、上海医药零售市场饱和

二、上海五大医药连锁价格承诺

三、美信医药连锁上海发力

第三节 2015年广东连锁大药房市场竞争现状

一、广东药品零售市场现状

二、广东零售连锁大药房GSP认证

三、深圳控制连锁大药房无序扩张

第四节 2015年江苏连锁大药房市场本土优势明显

第五节 2015年湖南连锁大药房市场竞争现状

一、湖南医药市场争概况

二、连锁大药房距离不设限

三、长沙试行零售连锁大药房三级管理

第六节 2015年辽宁连锁大药房市场竞争现状

- 一、辽宁连锁大药房市场概况
- 二、沈阳零售连锁大药房发展概况
- 三、大连启用零售连锁大药房“诚信档案管理系统”

第七节 2015年中国其它连锁大药房市场竞争现状

- 一、云南医药连锁业欲上市
- 二、武汉零售连锁大药房发展概况
- 三、杭州零售连锁大药房发展概况
- 四、重庆零售连锁大药房发展概况

第八节 2015年连锁大药房企业的跨区域发展

- 一、连锁大药房企业跨区域发展的风险
- 二、连锁大药房企业跨区发展的策略

第九章 2015年中国品牌连锁大药房企业竞争力及关键性财务数据分析

第一节 北京同仁堂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 老百姓大药房

- 一、企业发展概况
- 二、老百姓大药房加速扩张备战上市
- 三、打造五星级连锁大药房 “老百姓”大药房换新装

第三节 贵州同济堂制药股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 重庆桐君阁大药房连锁公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 2015年中国连锁大药房的经营与管理研究

第一节 2015年中国连锁大药房经营物流成本控制的途径

一、完善成本管理的基础工作

二、努力降低企业运营成本

三、落实目标

四、调动员工积极性

五、借鉴国外JIT模式

第二节 2015年中国连锁大药房经营快配模式与物流成本分析

一、配模式

二、物流成本分析

三、流程优化控制成本

四、外包模式降低运输成本

第三节 2015年中国连锁大药房的定位分析

一、经营定位的紊乱

二、连锁大药房的经营定位分析

三、连锁大药房经营定位的误区

第四节 2015年中国连锁大药房经营管理的标准化

一、连锁大药房管理标准化的出现

二、连锁大药房管理标准化的步骤

三、管理标准化的方面

第五节 2015年中国如何提高连锁大药房的竞争力

一、加强信息化管理

二、全面提升服务水平

三、培育品牌价值

第六节 2015年中国网上连锁大药房发展的对策分析

一、网上连锁大药房消费信任度影响因素分析

二、推进网上连锁大药房发展的因素分析

三、对网上连锁大药房监管问题的思考

第七节 2015年中国对我国连锁大药房品牌的战略思考

一、保护连锁大药房品牌

二、连锁大药房品牌的事前保护

三、连锁大药房品牌的周期性

四、连锁大药房品牌的再造途径

五、连锁大药房的品牌营销

六、连锁大药房文化品牌营销模式

第八节 2015年中国连锁大药房的品类管理研究

一、品类管理的沿革

二、品类管理的分析方法

三、连锁大药房品类管理战术

第九节 2015年中国连锁大药房的农村模式分析

一、资本运营

二、邮政物流

三、药品连锁专柜

四、城市包围农村

第十节 2015年中国零售连锁大药房提升市场竞争力

一、连锁大药房顾客细分策略

二、连锁大药房讲座的步骤和内容

三、中国连锁大药房经营框架的构建思路

第十一章 2015年中国网上连锁大药房运行形势透析

第一节 2015年中国网上连锁大药房运行动态分析

一、沪上第三家网上连锁大药房开通

二、同仁堂计划网上开店卖药

三、西部首家网上药开通

第二节 2015年中国网上连锁大药房运行综述

一、网上连锁大药房短期内不会进入快速发展阶段

二、中国网上连锁大药房发展提速

三、中外网上连锁大药房发展规制的比较刍议

四、中国网上连锁大药房数量及区域分布

四、中国网上连锁大药房经验借鉴（德国）

五、网上连锁大药房发展思路-具体方案

六、中国网上连锁大药房热点问题探讨与策略应对

第三节 网上连锁大药房主体分析

一、开店资质分析

二、网上连锁大药房的成本分析

三、网上连锁大药房的赢利分析

四、网上连锁大药房物流配送分析

五、网路技术性分析

六、网上支付分析

七、网上连锁大药房服务水准分析

第四节 2015年中国网上连锁大药房竞争分析

一、网上连锁大药房加剧市场的竞争

二、网上连锁大药房异军突起

三、零售药企暗战网络连锁大药房

四、中国网上连锁大药房竞争策略分析

第五节 2015年网上连锁大药房品牌企业分析

一、金象大药房网上商城

二、导药网

三、惠好连锁网

四、药品零售网

第六节 2016-2022年中国网上连锁大药房前景预测分析

第十二章 2016-2022年中国连锁大药房产业前景预测分析

第一节 2016-2022年中国医药产业前景预测

一、医药市场需求大

二、医药行业并购重组热潮

三、制药业子行业市场

四、医疗器械市场前景广阔

五、医药流通业

六、专业化分工

第二节 2016-2022年中国连锁大药房的业态革命

一、药食同源新业态

二、网上连锁大药房发展前景广阔

第三节 2016-2022年中国农村连锁大药房前景分析

一、农村连锁大药房经营环境

二、本土连锁大药房发展前景分析

三、农村市场的消费力

第十三章 2016-2022年中国连锁大药房业新趋势探析

第一节 2016-2022年中国医药行业发展趋势

一、药品消费需求潜力大

二、新医改的利好效应

第二节 2016-2022年中国连锁大药房发展趋势分析

一、利润率下降

二、精细化管理

三、连锁大药房管理输出发展

四、联盟趋势加速

五、并购热潮

六、盈利模式的改变

七、赢利模式的强化

八、自有品牌的崛起

九、直营店发展的趋势

第十四章 2016-2022年中国连锁大药房行业投资建议

第一节 中国连锁大药房行业投资特性体质

第二节 2016-2022年中国连锁大药房投资热点领域

一、OTC药品市场

二、医保药品

三、药妆店

四、保健品

第三节 2016-2022年中国农村连锁大药房投资建议

一、农村药品零售市场潜力巨大

二、连锁大药房农村市场的建立

三、各地鼓励连锁大药房进入农村

第四节 2016-2022年中国连锁大药房零售企业选址建议

一、选址可行性分析

二、位置与面积的确定

三、销售额和利润的预测

四、开店营业与定期评估

第五节 2016-2022年中国连锁大药房经营建议

一、多元化经营分析

二、便利化服务

三、汽车连锁大药房

四、专科药连锁大药房

五、网上连锁大药房经营方案

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/184431.html>