

2018-2024年中国连锁大药房市场供需预测及投资 战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国连锁大药房市场供需预测及投资战略研究咨询报告》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/328485.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

报告目录：

第一章 2014-2017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 2014-2017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

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014-2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 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 2014-2017年中国医药行业发展的动力因素分析

- 一、经济的增长

- 二、人口老龄化程度
- 三、城市化进程
- 四、新医改的推动
- 五、居民医疗保健意识
- 六、医药行业技术的进步

第三章 2014-2017年中国医药流通运行态势分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国连锁药房产业运行态势分析

第一节 2014-2017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20

第三节 连锁药房贸易联盟（PTO）发展状况分析

第四节 2014-2017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 2014-2017年中国医药零售消费市场分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国保健品深入渗透连锁药房

第七章 2014-2017年中国连锁药房连锁企业经济运行分析

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国连锁大药房连锁重点市场区域探析

第一节 2014-2017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

三、北京开办药品零售企业暂行规定将实施

四、北京市药店数量供大于求零售店开办新规出台

第二节 2014-2017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

四、上海2014-2017年药品零售市场的展望和预测

第三节 2014-2017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 江苏“县域经济”催生全国最多亿元连锁药房

第五节 2014-2017年湖南连锁大药房市场竞争现状

一、湖南医药市场概况

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 2014-2017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、年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 中国其它连锁大药房市场竞争现状

一、浙江药品零售管理出新“办法”

二、武汉药品零售业大幅洗牌

三、浙江药店市场：个体户众多连锁药房小而不弱

四、2014-2017年重庆药品零售市场的展望和预测

五、云南医药市场尤为活跃药品零售商业模式独特

第八节 2014-2017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 2014-2017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、公司基本情况概述

二、2014-2017年公司成长性分析

三、2014-2017年公司财务能力分析

四、2014-2017年公司偿债能力分析

五、2014-2017年公司现金流量分析

六、2014-2017年公司经营能力分析

七、2014-2017年公司盈利能力分析

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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第五节 重庆桐君阁大药房连锁公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第十章 2014-2017年中国连锁大药房的经营与管理研究

第一节 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国网上连锁大药房运行形势透析

第一节 2014-2017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 2014-2017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与议

四、中国网上连锁大药房数量及区域分布

五、中国网上连锁大药房经验借鉴（德国）

六、网上连锁大药房发展思路—具体方案

七、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 2014-2017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 2014-2017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 2018-2024年中国网上连锁大药房前景预测分析

第十二章 2018-2024年中国连锁大药房产业前景预测分析

第一节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年中国连锁大药房行业投资建议

第一节 2014-2017年中国连锁大药房行业投资特性体质

第二节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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

第十四章 2018-2024年中国连锁大药房业新趋势探析

第一节 2014-2017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 2018-2024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
- 略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/328485.html>