



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国药店市场竞争 态势与投资前景预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国药店市场竞争态势与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/144903.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 2009-2010年世界药店经营与借鉴

第一节 日本的连锁药店

- 一、日本连锁药店的业态特征
- 二、日本连锁药店的成功经营模式
- 三、日本现代连锁药店发展概况
- 四、日本现代药店的经营特征
- 五、日本现代药店企业转型方向

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、2009年美国医药连锁行业的机遇和挑战

第四节 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 2009-2010年中国医药流通运行态势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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

第三章 2009-2010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、零售连锁药店经营模式加速转型
- 四、我国连锁药店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

第四章 2009-2010年中国药店产业运行态势分析

第一节 2009-2010年中国药店运行总况

- 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 近年来中国药店连锁行业发展分析

一、两种经营模式的比较分析

二、药店的整合趋势

三、连锁药店限距的影响分析

四、2009年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、新医改下连锁药店的应对策略

第三节 药店贸易联盟（PTO）发展状况分析

第四节 2009-2010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、平价药店的转型方向

第五章 2009-2010年中国医药零售消费市场分析

第一节 2009-2010年中国药店品类发展指数分析

一、CDI指数分析

二、中国药店品类结构变化分析

第二节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国保健品深入渗透药店

第六章 2009-2010年中国药店连锁企业经济运行分析

第一节 2009-2010年中国百强药店运行指标分析

一、总量指标分析

二、销售前十强企业分析

三、销售增量前十强企业分析

四、直营门店前二十强排行榜

五、总体盈利能力分析

第二节 2009-2010年中国百强药店运行特点分析

一、国有企业与民营企业的对比

二、国际资本的注入

三、药店数量增长

四、经营模式的变化

五、行业集中度的提升

六、中国连锁药店的南北差别

第七章 2009-2010年中国药店连锁重点市场区域探析

第一节 2009-2010年北京药店连锁市场竞争现状

一、医药市场扩张难

二、社区医院与药店的价格竞争

第二节 2009-2010年上海药店连锁市场概况

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 2009-2010年广东药店连锁市场竞争现状

一、广东药品零售市场现状

二、广东零售药店GSP认证

三、深圳控制药店无序扩张

第四节 2009-2010年江苏药店连锁市场本土优势明显

第五节 2009-2010年湖南药店连锁市场竞争现状

一、湖南医药市场争概况

二、药店距离不设限

三、长沙试行零售药店三级管理

第六节 2009-2010年辽宁药店连锁市场竞争现状

一、辽宁药店连锁市场概况

二、2008年沈阳零售药店发展概况

三、大连启用零售药店"诚信档案管理系统"

第七节2009-2010年中国其它药店连锁市场竞争现状

一、云南医药连锁业欲上市

二、2008年武汉零售药店发展概况

三、2008年杭州零售药店发展概况

四、2008年重庆零售药店发展概况

第八节 2009-2010年药店连锁企业的跨区域发展

一、药店连锁企业跨区域发展的风险

二、药店连锁企业跨区发展的策略

第八章 2009-2010年中国品牌连锁药店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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

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、打造五星级药店 "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、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九章 2009-2010年中国药店连锁的经营与管理研究

第一节 2009-2010年中国药店连锁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 2009-2010年中国药店连锁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 2009-2010年中国连锁药店的定位分析

- 一、经营定位的紊乱
- 二、连锁药店的经营定位分析
- 三、连锁药店经营定位的误区

第四节 2009-2010年中国连锁药店经营管理的标准化

- 一、连锁药店管理标准化的出现
- 二、连锁药店管理标准化的步骤
- 三、管理标准化的方面

第五节 2009-2010年中国如何提高连锁药店的竞争力

- 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 2009-2010年中国网上药店发展的对策分析

- 一、网上药店消费信任度影响因素分析

二、推进网上药店发展的因素分析

三、对网上药店监管问题的思考

第七节 2009-2010年中国对我国药店连锁品牌的战略思考

一、保护药店品牌

二、药店品牌的事前保护

三、药店品牌的周期性

四、药店品牌的再造途径

五、连锁药店的品牌营销

六、药店文化品牌营销模式

第八节 2009-2010年中国药店连锁的品类管理研究

一、品类管理的沿革

二、品类管理的分析方法

三、药店品类管理战术

第九节 2009-2010年中国药店连锁的农村模式分析

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 2009-2010年中国零售药店提升市场竞争力

一、药店顾客细分策略

二、药店讲座的步骤和内容

三、中国药店连锁经营框架的构建思路

第十章 2009-2010年中国网上药店运行形势透析

第一节 2009-2010年中国网上药店运行动态分析

一、沪上第三家网上药店开通

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 2009-2010年中国网上药店运行综述

一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段

二、中国网上药店发展提速

三、中外网上药店发展规制的比较与议

四、中国网上药店数量及区域分布

四、中国网上药店经验借鉴（德国）

五、网上药店发展思路—具体方案

六、中国网上药店热点问题探讨与策略应对

第三节 网上药店主体分析

一、开店资质分析

二、网上药店的成本分析

三、网上药店的赢利分析

四、网上药店物流配送分析

五、网路技术性分析

六、网上支付分析

七、网上药店服务水准分析

第四节 2009-2010年中国网上药店竞争分析

一、网上药店加剧市场的竞争

二、2009年网上药店异军突起

三、零售药企暗战网络药店

四、中国网上药店竞争策略分析

第五节 2009-2010年网上药店品牌企业分析

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 2010-2013年中国网上药店前景预测分析

第十一章 2009-2010年中国药店市场投资行环境解析

第一节 2009-2010年中国经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、中国汇率调整分析

四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

七、金融危机对中国经济的影响

第二节 2009-2010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 2009-2010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

第十二章 2010-2013年中国药店产业前景预测分析

第一节 2010-2013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 2010-2013年中国药店的业态革命

一、药食同源新业态

二、网上药店发展前景广阔

第三节 2010-2013年中国农村药店前景分析

一、农村药店经营环境

二、本土药店发展前景分析

三、农村市场的消费力

第十三章 2010-2013年中国药店连锁业新趋势探析

第一节 2009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 2010-2013年中国药店发展趋势分析

一、利润率下降

二、精细化管理

三、药店管理输出发展

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 2010-2013年中国药店连锁行业投资建议

第一节 2009年中国药店行业投资特性体质

第二节 2010-2013年中国药店连锁投资热点领域

一、OTC药品市场

二、医保药品

三、药妆店

四、保健品

第三节 2010-2013年中国农村连锁药店投资建议

一、农村药品零售市场潜力巨大

二、药店连锁农村市场的建立

三、各地鼓励连锁药店进入农村

第四节 2010-2013年中国药店零售企业选址建议

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 2010-2013年中国连锁药店经营建议

一、多元化经营分析

二、便利化服务

三、汽车药店

四、专科药药店

五、网上药店经营方案

图表目录：

图表：中国医药行业产业链示意图

图表：中国医改历程一览

图表：新医改方案总体框架

图表：2010-2013年中国政府医疗投入支付方向

图表：2009年中国促进和扶持中医药行业政策一览

图表：2009年中央财政医药卫生投入情况一览

图表：全球药品市场规模统计

图表：全球药品市场销售额及增长趋势图

图表：全球各地区制药市场规模与增长情况

图表：排名前位的全球医药产品市场规模统计

图表：全球排名前位治疗类别市场规模统计

图表：2008年排名前位全球性跨国医药公司市场规模统计

图表：2008年中国医药行业经济指标统计

图表：2008年中国医药行业前省区企业数量排名

图表：2008年中国医药行业前省区产值排名

图表：2008年中国医药行业前省区总资产排名

图表：2008年中国医药行业前省区销售规模排名

图表：2008年中国医药行业前省区利润排名

图表：2009-2010年中国中成药产量情况

图表：2007-2008年中国及重点省市化学原料药产量统计分析

图表：2009年中国及重点省市化学原料药产量统计

图表：2007-2008年中国及重点省市中成药产量统计分析

图表：2009年中国及重点省市中成药产量统计

图表：中成药增长性分析

图表：2009-2010年中国医药行业出口交货值情况走势

图表：中国GDP增长趋势图

图表：中国居民销售价格涨跌幅度

图表：中国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：中国国家外汇储备

图表：中国税收收入及其增长速度

图表：中国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：中国城镇居民人均纯收入及其增长速度

图表：中国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年中国人口数及其构成

图表：2009年中国各项主要经济指标预测

图表：中国医药行业销售收入与GDP回归分析

图表：2008年中国区域型医药连锁企业列表

图表：新医改对医药零售企业的潜在影响分析

图表：2008年药品零售连锁企业门店数强

图表：2008年药品零售连锁企业销售额强

图表：2008年百强药店排行榜十强企业销售额变化表

图表：2008年百强药店排行榜十强企业销售额变化趋势图

图表：2008年百强药店排行榜销售额增量十强列表

图表：2008年百强药店排行榜销售额增量十强增量图

图表：2008年百强药店排行榜加盟店二十强

图表：2008年百强药店排行榜利润率十强

图表：2008年排行榜坪效十强（按日）

图表：2008年百强药店排行榜人效十强（按日）

图表：2008年中国医药连锁国有与民营企业盈利比较

图表：平价药店转型策略

图表：综合小超市经营策略

图表：2008年全国零售药店OTC/RX药材规模结构图

图表：2008年中国药店大类商品营业额

图表：2008年中国药店大类商品营业额结构图

图表：医药终端市场示意图

图表：2008年北京市主要医药连锁企业销售额
图表：2008年上海市主要医药连锁企业销售额
图表：2008年广东省主要医药连锁企业销售额
图表：2008年江苏省主要医药连锁企业销售情况
图表：2008年湖南省主要医药连锁企业销售情况
图表：2008年辽宁省主要医药连锁企业销售情况
图表：2008年云南省主要医药连锁企业销售情况
图表：2008年重庆主要医药连锁企业销售情况
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司利润率走势图
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司成长能力指标表
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司经营能力指标表
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司盈利能力指标表
图表：2006-2009年北京同仁堂股份有限公司偿债能力指标表
图表：贵州同济堂制药股份有限公司销售收入情况
图表：贵州同济堂制药股份有限公司盈利指标情况
图表：贵州同济堂制药股份有限公司盈利能力情况
图表：贵州同济堂制药股份有限公司资产运行指标状况
图表：贵州同济堂制药股份有限公司资产负债能力指标分析
图表：贵州同济堂制药股份有限公司成本费用构成情况
图表：2010-2013年中国医药产量预测分析
图表：2010-2013年中国医药进出口贸易预测分析
图表：品类管理角色定义
图表：品类管理策略
图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144903.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。