艾凯咨询
ICAN Consulting

2014-2018年中国药品流通产业市场深度分析与投资前景预测报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2014-2018年中国药品流通产业市场深度分析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/240907.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

研究指出，未来中国医药流通行业将呈现以下发展态势：一，我国药品流通行业将实现集中化和扁平化，未来药品流通环节将更加简单、流通成本逐渐降低，而且可控。目前我国基药招标开始实施省级集中招标，虽然药品集中招标的方式还处在摸索中，未来将具备一定规模效应，行业集中化和扁平化趋势不可阻挡；二、电子商务将是医药流通行业的另一个发展趋势，即由医药流通企业构建电子商务平台，进行平台的管理并提供物流配送和供应链管理的服务，然后通过这个电子商务平台直接连通医药制造企业和医药消费终端。

现代医药物流、药品电子商务和第三方医药物流等新型药品流通方式正逐步发展壮大，可追踪、扁平化、少环节、高效率的现代流通模式比例将不断提高。城镇化、人口老龄化、全民医保等都将成为医药消费市场的增长动力，药品流通行业发展将迎来历史性机遇。

艾凯咨询集团发布的《2014-2018年中国药品流通产业市场深度分析与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了药品流通相关概述、中国药品流通市场运行环境等，接着分析了中国药品流通市场发展的现状，然后介绍了中国药品流通重点区域市场运行形势。随后，报告对中国药品流通重点企业经营状况分析，最后分析了中国药品流通行业发展趋势与投资预测。您若想对药品流通产业有个系统的了解或者想投资药品流通行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

第一章 药品流通的相关概述 1
第一节 药品物流的定义与分类 1
一、药品流通的特征 1
二、药品流通的中间商划分 4
三、药品流通的主要模式 6
四、药品流通的五种业态 13
第二节 现代药品流通简介 14
一、现代药品流通的定义 14
二、现代药品流通企业具有的特点 15
第三节 药品流通过程及流通秩序 17

一、中国药品流通各环节 链中的利益分配 17
二、影响药品流通秩序的几个因素 21
三、维护药品流通秩序的几个建议 22
第四节 药品流通业仓储的管理研究 27
一、药品流通业仓储管理的概念 27
二、做好药品流通业仓储管理的意义 27
三、中国药品流通业仓储管理面临的难点 28
四、做好药品流通业仓储管理的主要措施 29

第二章 2012-2013年世界药品流通行业发展概况 32
第一节 2012-2013年世界药品流通行业发展现状 32
一、世界药品流通发展历程 32
二、世界药品流通模式及启示 33
三、世界药品流通业发展存在的问题 35
第二节 2012-2013年世界主要国家药品流通行业运行分析 37
一、美国药品流通行业运行情况 37
二、日本药品流通行业运行情况 39
第三节 2014-2018年世界药品流通业发展趋势分析 40

第三章 2012-2013年中国药品流通行业市场运行环境解析 42
第一节 2012-2013年中国药品流通行业经济环境分析 42
一、2012-2013年中国GDP分析 42
二、2012-2013年中国CPI波动情况分析 48
三、2012-2013年中国城镇居民家庭人均可支配收入分析 55
四、2012-2013年中国恩格尔系数分析 57
第二节 2012-2013年中国药品流通行业政策环境分析 60
一、《药品流通监督管理办法》 60
二、《药品经营质量管理规范》 67
三、《关于药品流通行业改革的发展意见》 80
四、《中华人民共和国药品管理法实施条例》 82
五、《互联网药品交易服务审批暂行规定》 100
六、《互联网药品交易服务机构验收标准》 109

第三节 2012-2013年中国药品流通行业社会环境分析 119
一、基本医疗保险制度的实行 119
二、药品分类管理的推行 120

第四章 2012-2013年中国药品流通行业发展现状综述 121
第一节 中国药品流通体制经过了三个阶段的演变 121
一、国家统购包销阶段 121
二、医药制造企业自建销售渠道阶段 121
三、医药物流阶段 121
第二节 2012-2013年中国医药物流业发展模式分析 122
一、守株待兔模式 122
二、广告烘托模式 122
三、获取医院销售计划模式 122
四、招商模式 123
第三节 2012-2013年中国医药物流发展的动因分析 123
一、国内市场在增长 123
二、药品流通行业垄断未形成 124
三、规模出效益 125

第五章 药品批发市场发展状况 127
第一节 药品批发商概述 127
一、药品批发商在渠道中的重要作用 127
二、药品批发商是流通渠道的关键环节 127
三、药品批发商应找准定位 129
四、中国药品批发企业的三个市场层次 130
第二节 2012-2013年国际药品批发企业经营情况 132
一、日本药品批发商经营状况回顾 132
二、日本企业转向中国医药品批发市场 133
三、匈牙利药品批发企业经营简况 133
四、美国药品批发企业的并购整合情况浅析 134
第三节 2012-2013年中国药品批发业发展分析 136
一、中国药品批发业与美国的区别 136

二、我国药品批发业发展现状 136
三、中国药品批发企业连锁经营发展态势分析 138
四、新医改政策对中小型药品批发企业发展的影响 138
五、基层药品批发企业发展状况分析 140
六、我国医药商业批发联盟发展状况探析 143

第六章 医药零售市场发展状况 147
第一节 2012-2013年医药零售行业发展分析 147
一、全球医药零售市场运行概述 147
二、中国药品零售业发展沿革 149
三、中国药品零售行业的发展环境 150
四、我国药品零售业发展现状分析 156
五、政策导向下药品零售业发展动向 157
六、医药零售网络市场运行态势分析 159
第二节 新医改下医药零售行业分析 160
一、国家颁布基本药物零售指导价 160
二、新医改推动医药零售业步入洗牌期 161
三、新医改下药品零售业发展形势探析 163
四、应对新医改药品零售发展对策分析 164
五、新医改下医药零售业直供模式发展分析 165
第三节 2012-2013年中国医药零售连锁行业的发展概述 167
一、2012-2013年医药零售连锁市场格局发展回顾 167
二、2012-2013年我国医药零售连锁行业发展分析 169
三、2012-2013年中国连锁药店发展分析 172
四、我国连锁药店直营与加盟模式发展分析 175
五、制药企业经营连锁药店条件分析 176
六、连锁药店的赢利模式发展及展望 178
第四节 2012-2013年区域医药零售业发展情况 182
一、连锁药店行业南北发展差异分析 182
二、东北药品零售市场面临变局 184
三、湖南药品零售业发展迅速 184
四、上海医药零售连锁行业竞争激烈 186

五、济南药品零售连锁业发展现状 187
六、厦门药品零售业发展现状及未来展望 189
第五节 2012-2013年医药零售业联盟分析 191
一、我国医药零售行业联盟现象盛行 191
二、药品零售联盟发展状况解析 193
三、医药零售业联盟的发展特点分析 194
四、医药零售采购联盟的原因及趋势 195
第六节 2012-2013年中国医药零售业存在的问题及发展对策 197
一、制约我国医药零售行业发展的因素 197
二、药店连锁发展面临的主要问题 198
三、促进我国医药零售业发展的策略 204
四、化解药品零售商与供应商冲突的措施建议 206
五、提升医药零售连锁企业顾客满意度的对策 209

第七章 药品代理行业发展状况 210
第一节 中国药品代理制发展的四个阶段 210
一、萌芽阶段（1980-1989年） 210
二、探索阶段（1990-1998年） 211
三、快速发展阶段（1999-2003年） 212
四、成熟阶段（2004年至今） 214
第二节 2012-2013年中国药品代理行业发展综述 215
一、我国药品代理发展概况 215
二、中国药品代理商区域分布不均 216
三、中国药品代理商步入"微利时代" 217
四、药品代理发展形式多样 218
第三节 中国药品代理行业存在的问题 222
一、我国药品代理制存在的问题 222
二、制约中国区域药品代理商发展的十大问题 223
三、中国药品代理领域存在的不规范现象 226
四、我国药品代理市场局面混乱 226
五、我国药品代理市场发展面临新危机 227
第四节 中国药品代理行业发展对策及建议 228

一、我国药品代理制发展策略分析 228
二、我国须加快建立药品代理经销监督管理机制 232
三、我国药品代理行业必须实现转型 233
四、医药保健品代理的产品选择策略 234
五、药品代理公司生存发展的措施建议 235
六、中小型药品代理商营销模式创新策略研究 237
第五节 2014-2018年药品代理未来发展探析 238
一、透视中国药品代理制的未来 238
二、药品代理制的发展需要多方努力 239
三、新医改政策下药品代理模式未来发展探析 240
四、我国药品代理发展的趋势分析 244

第八章 2012-2013年中国医药物流发展分析 246
第一节 医药物流概述 246
一、医药物流的界定 246
二、中国药品流通领域的主要物流形式 246
三、医药物流运作活动具有五大功能 247
四、医药物流作业的六个目标 248
第二节 2012-2013年中国医药物流行业发展概况 251
一、2012-2013年中国医药物流行业总体特点 251
二、2012-2013年中国医药物流市场将面临洗牌 254
三、2012-2013年外资企业在中国医药物流市场运作情况 255
四、中国三种典型的医药物流信息平台模式分析 257
第三节 第三方物流托管在药品流通业的运用 260
第四节 2012-2013年中国医药物流行业发展存在的问题及对策 264
一、中国医药物物流发展的主要制约因素 264
二、制约中国医药物流信息平台建设的主要因素 265
三、遏制医药物流重复建设的主要措施 268
四、促进药品现代物流发展的七个建议 270
第五节 2012-2013年中国医药冷藏物流发展概况 274
一、医药冷藏物流概述 274
二、我国医药冷藏物流发展状况 276

三、我国医药冷藏物流存在的问题 277
四、国内医药冷藏物流的发展趋向与对策 278
第六节 2014-2018年中国农村医药访销物流发展探究 281
一、中国农村医药访销物流的战略定位 281
二、中国农村医药访销物流发展态势分析 281

第九章 2012-2013年中国药品流通行业竞争格局透析 283
第一节 2012-2013年中国医药物流市场竞争概况 283
一、中国医药物流领域的格局现况 283
二、医药物流企业建设提速 284
三、医药物流企业抢占市场 285
第二节 2012-2013年中国药品流通企业的竞争力分析 287
一、企业的核心竞争力的特征 287
二、药品流通企业核心竞争力的建立 289
三、信息化提高药品流通企业的核心竞争力 290
第三节 2012-2013年中国药品流通重点区域竞争态势 293
一、北京 293
二、长沙 295
三、重庆 297
四、上海 300
第四节 2012-2013年中国提升医药物流企业竞争力策略 302
一、企业竞争战略定位选择 302
二、业务标准升级 303
三、提升经营快速反应能力 304
四、整体竞争力寻求突破 305
第五节 2014-2018年中国药品流通行业竞争趋势分析 306

第十章 2012-2013年中国药品流通行业重点企业分析308
第一节 国药集团药业股份有限公司 308
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第二节 南京医药股份有限公司 318

一、企业概况
二、企业竞争力分析
第三节 重庆桐君阁股份有限公司 328
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第四节 华东医药股份有限公司 334
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第五节 四川科伦药业股份有限公司 343
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第六节 上海医药股份有限公司 357
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第七节 广州药业股份有限公司 364
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第八节 河北东盛英华制药有限公司 372
一、企业概况
二、企业竞争力分析
第九节 海王星辰连锁药店有限公司 377
一、企业概况
二、企业竞争力分析

第十一章 2012-2013年中国医疗流通产业链分析 382
第一节 上游医药生产行业对流通行业的发展影响 382
一、行业总体发展分析 382
二、不同产品的供求及流通分析 383
三、医药制造与流通的发展关系 415
第二节 终端消费市场对药品流通发展的影响 415

第十二章 2014-2018年中国药品流通行业发展趋势与前景展望 417

第一节 2014-2018年中国药品流通行业发展前景 417
一、中国医药物流市场开发潜力巨大 417
二、提供专业物流服务的第三方物流必然成为一个新的经济增长点 418
三、三大利好形势将推动中国医药行业发展 420
四、中国医药行业的发展前景看好 420
第二节 2014-2018年中国药品流通行业发展趋势 423
一、医药物流的模式是整个医药市场的发展趋势 423
二、中国医药物流产业的发展方向 426
三、我国医药物流的发展趋势 428
四、未来中国医药物流领域的监管趋势 431
第三节 2014-2018年中国药品流通行业市场预测 433
第四节 2014-2018年中国药品流通行业预测分析 436
一、上市药企增多 436
二、市场聚集度提高 437
三、电子商务盛行 437
第五节 2014-2018年中国医药物流药品流通行业发展策略分析 438
一、先做针对医药公司的一级批发渠道做到快批 438
二、针对当地零售终端和医疗机构的二级批发业务做到快配 438
三、组建医药零售连锁网络，控制省会中心城市和二级城市的医药零售终端市场 438

第十三章 2014-2018年中国药品流通行业投资机会及风险分析 439
第一节 2014-2018年中国药品流通行业投资周期分析 439
第二节 2014-2018年中国药品流通行业投资机会分析 441
第三节 2014-2018年中国药品流通行业投资风险预警 442
一、政策风险 442
二、供求风险 442
三、技术风险 442
四、企业规模及所有制风险 442
五、产品生命周期风险 443
六、外资进入风险 443
第四节 研究结论 444
一、药品批发零售投资研究结论 444

二、药品物流投资研究结论 446
三、医院门诊药房投资研究结论 447

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测
图表：略……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/240907.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。