



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国连锁大药 房市场运行态势及投资战略研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国连锁大药房市场运行态势及投资战略研究报告》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/248033.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](mailto: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 2014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年中国连锁药房市场运行环境解析

#### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

#### 第二节 2014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 2014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年中国医药流通运行态势分析

#### 第一节 2014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 2014年中国连锁药房产业运行态势分析

### 第一节 2014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 2014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年中国医药零售消费市场分析
- 第一节 2014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年中国保健品深入渗透连锁药房
- 第七章 2014年中国连锁药房连锁企业经济运行分析
- 第一节 2014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 2014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年中国连锁大药房连锁重点市场区域探析

第一节 2014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 2014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 2014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 2014年江苏连锁大药房市场本土优势明显

第五节 2014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 2014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 2014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 2014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

第六节 略&hellip;&hellip;

第十章 2014年中国连锁大药房的经营与管理研究

第一节 2014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年中国网上连锁大药房运行形势透析

### 第一节 2014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&mdash;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 2014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 2015-2020年中国网上连锁大药房前景预测分析

## 第十二章 2015-2020年中国连锁大药房产业前景预测分析

### 第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国连锁大药房业新趋势探析

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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：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：2015-2020年中国政府医疗投入支付方向

图表：中国促进和扶持中医药行业政策一览

图表：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：2008-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2008-2014年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2008-2014年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年中国工业增加值增速统计

图表：2008-2014年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2008-2014年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计

图表：2008-2014年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2014年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2014年央行贷款利率调整统计表

图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2008-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2008-2014年中国货物进出口总额走势图

图表：2008-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2009年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年中国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2014年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2014年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2014年中国城镇化率走势图

图表：2005-2014年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2014年排名前位全球性跨国医药公司市场规模统计

图表：2014年中国医药行业经济指标统计

图表：2014年中国医药行业前省区企业数量排名

图表：2014年中国医药行业前省区产值排名

图表：2014年中国医药行业前省区总资产排名

图表：2014年中国医药行业前省区销售规模排名

图表：2014年中国医药行业前省区利润排名

图表：2014年中国医药行业出口交货值情况走势

图表：中国医药行业销售收入与GDP回归分析

图表：新医改对医药零售企业的潜在影响分析

图表：2014年药品零售连锁企业门店数强

图表：2014年药品零售连锁企业销售额强

图表：2014年百强连锁大药房排行榜十强企业销售额变化表

图表：2014年百强连锁大药房排行榜十强企业销售额变化趋势图

图表：2014年百强连锁大药房排行榜销售额增量十强列表

图表：2014年百强连锁大药房排行榜销售额增量十强增量图

图表：2014年百强连锁大药房排行榜加盟店二十强

图表：2014年百强连锁大药房排行榜利润率十强

图表：2014年排行榜坪效十强（按日）

图表：2014年百强连锁大药房排行榜人效十强（按日）

图表：2014年中国医药连锁国有与民营企业盈利比较

图表：平价连锁大药房转型策略

图表：综合小超市经营策略

图表：2014年全国零售连锁大药房OTC/RX药材规模结构图

图表：2014年中国连锁大药房大类商品营业额

图表：2014年中国连锁大药房大类商品营业额结构图

图表：医药终端市场示意图

图表：2014年北京市主要医药连锁企业销售额

图表：2014年上海市主要医药连锁企业销售额

图表：2014年广东省主要医药连锁企业销售额

图表：2014年江苏省主要医药连锁企业销售情况

图表：2014年湖南省主要医药连锁企业销售情况

图表：2014年辽宁省主要医药连锁企业销售情况

图表：2014年云南省主要医药连锁企业销售情况

图表：2014年重庆主要医药连锁企业销售情况

图表：北京同仁堂股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债情况图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司成长能力指标走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司经营收入走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司负债情况图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司负债指标走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：贵州同济堂制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司主要经济指标走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司经营收入走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司盈利指标走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司负债情况图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司负债指标走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司运营能力指标走势图

图表：中国海王星辰连锁药店有限公司成长能力指标走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司主要经济指标走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司经营收入走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司盈利指标走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司负债情况图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司负债指标走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司运营能力指标走势图

图表：重庆桐君阁大药房连锁公司成长能力指标走势图

图表：2015-2020年中国医药产量预测分析

图表：2015-2020年中国医药进出口贸易预测分析

图表：略&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248033.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。