



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国连锁大药 场需求及投资前景分析报 告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国连锁大药房市场需求及投资前景分析报告》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/274457.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

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，加强基础设施建设，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 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.icandata.com/view/274457.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。