



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国医药商业市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国医药商业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/281973.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

医药商业是医药行业的子行业，主要负责药品在市场上的流通，是专门从事医药商品经营活动的独立的经济部门，它将工厂生产出来的医药商品，包括药品、医疗器械、化学试剂、玻璃仪器等，通过购进、销售、调拨、储运等经营活动，供应给医疗单位、消费者，完成医药商品从生产领域向消费领域的转移。

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1章：医药商业发展背景分析	17
1.1 行业研究方法与数据来源	17
1.1.1 行业研究方法	17
1.1.2 行业数据来源	17
1.2 医药商业定义与分类	17
1.2.1 医药商业的定义	17
1.2.2 医药商业的经营特点	18
1.2.3 医药商业的企业分类	18
1.3 医药商业进入壁垒分析	19
1.3.1 专业认证壁垒	19
1.3.2 经营资质壁垒	20
1.3.3 企业规模壁垒	21
1.3.4 品牌信誉壁垒	21
1.3.5 资本实力壁垒	22
1.3.6 市场化壁垒	22
(1) 规模以上医院终端进入壁垒	22
(2) 医药工业渠道授权获得	22
1.4 医药商业政策环境分析	23
1.4.1 医药商业监管部门	23

1.4.2 医药商业管理体制	23
1.4.3 医药商业发展规划	24
(1) <全国药品流通行业发展规划纲要 (2011-2016)>	24
(2) <关于药品流通行业改革发展的意见>	25
(3) <药品经营质量管理规范>	26
1.5 医药商业经济环境分析	26
1.5.1 中国gdp增长情况	26
1.5.2 gdp对医药商业的影响	27
(1) gdp与医药商业的关联性分析	27
(2) gdp与医药商业增长速度对比	28
1.6 医药商业需求环境分析	29
1.6.1 居民支付能力分析	29
(1) 卫生费用与医保支出	29
(2) 居民医疗保障水平提高促进医药商业规模增长	30
1.6.2 老龄化与医药商业	31
(1) 人口老龄化变化	31
(2) 人口老龄化加快带动医药商业市场需求	31
1.6.3 城镇化与医药商业	31
(1) 城镇化进程	31
(2) 城镇化进程提速促进药品流通行业渠道下沉	32
第2章：医药商业发展现状及前景分析	33
2.1 医药供应链现状与管理模式	33
2.1.1 医药供应链界定	33
(1) 医药供应链定义	33
(2) 医药供应链特性	34
2.1.2 医药供应链构成分析	34
(1) 节点组织	34
(2) 约束组织	36
2.1.3 医药供应链发展历程	36
(1) 计划经济时期单一的供应链结构	36
(2) 经济体制改革后医药供应链结构	37
2.1.4 医药供应链管理新模式	37

- (1) 医院主导型医药供应链管理模式 37
 - 1) 模式概述 37
 - 2) 模式特点 37
 - 3) 模式优劣势分析 38
- (2) 供应商主导型医药供应链管理模式 39
 - 1) 模式概述 39
 - 2) 模式特点 39
 - 3) 模式优劣势分析 40
- (3) 第三方药品物流主导型医药供应链管理模式 41
 - 1) 模式概述 41
 - 2) 模式特点 41
 - 3) 模式优劣势分析 42
- (4) 三类医药供应链管理模式比较分析 43
 - 1) 三种模式特点比较 43
 - 2) 三种模式效益比较 44
- 2.2 医药商业经营模式与营销策略 45
 - 2.2.1 医药商业经营模式分析 45
 - (1) 纯销业务模式 45
 - 1) 纯销模式发展概况 45
 - 2) 纯销与分销的对比 45
 - 3) 纯销模式特点与趋势 46
 - (2) 调拨业务模式 47
 - 1) 调拨业务模式介绍 47
 - 2) 调拨业务模式特点 47
 - 3) 调拨业务模式发展趋势 47
 - (3) 批发业务模式 47
 - 1) 批发模式发展概况 47
 - 2) 批发模式典型企业 48
 - 3) 批发模式发展趋势 48
 - (4) 代理业务模式 49
 - 1) 代理模式发展概况 49
 - 2) 代理模式典型企业 49

- 3) 代理模式特点与趋势 49
 - (5) 配送业务模式 49
- 1) 配送模式发展概况 49
- 2) 配送模式典型企业 51
- 2.2.2 医药商业渠道模式分析 51
 - (1) 三级站模式 51
 - (2) 总经销模式 53
 - (3) 区域经销模式 53
 - (4) 区域多家代理制 54
 - (5) 终端模式 54
- 2.2.3 制药企业营销渠道模式选择 54
 - (1) 营销渠道模式选择影响因素 54
 - (2) 企业销售队伍 + 分销商模式 56
 - (3) 独家代理的渠道模式 57
 - (4) 企业销售队伍 + 区域代理模式 57
 - (5) 多家代理制渠道的模式 58
- 2.3 医药商业发展规模与盈利分析 58
- 2.3.1 医药商业企业数量 58
 - (1) 企业数量规模 58
 - (2) 企业地区分布 58
- 2.3.2 医药商业市场规模 59
 - (1) 市场销售总额 59
 - (2) 区域销售分布 60
- 2.3.3 医药商业盈利分析 61
 - (1) 医药商业传统盈利模式 61
 - (2) 医药商业新兴盈利模式 62
 - (3) 医药商业盈利水平变化 63
 - (4) 医药商业盈利因素分析 64
- 2.4 医药商业产品市场规模分析 66
- 2.4.1 七大类医药商品市场概况 66
 - (1) 七大类医药商品市场规模 66
 - (2) 七大类医药商品市场结构 66

- 2.4.2 药品类商品市场分析 67
 - (1) 药品类商品销售额变化 67
 - (2) 药品类商品销售额比重 67
 - (3) 药品类商品销售区域分布 68
- 2.4.3 中成药类商品市场分析 69
 - (1) 中成药类商品销售额变化 69
 - (2) 中成药类商品销售额比重 70
 - (3) 中成药类商品销售区域分布 70
- 2.4.4 中药材类商品市场分析 71
 - (1) 中药材类商品销售额变化 71
 - (2) 中药材类商品销售额比重 72
 - (3) 中药材类商品销售区域分布 72
 - (4) 中药材流通现状 74
- 2.4.5 医疗器械类商品市场分析 77
 - (1) 医疗器械类商品销售额变化 77
 - (2) 医疗器械类商品销售额比重 78
 - (3) 医疗器械类商品销售区域分布 78
- 2.4.6 化学试剂类商品市场分析 79
 - (1) 化学试剂类商品销售额变化 79
 - (2) 化学试剂类商品销售额比重 80
- 2.4.7 玻璃仪器类商品市场分析 80
- 2.4.8 其他类商品市场分析 81
- 2.5 医药商业发展前景预测 81
 - 2.5.1 医药商业发展驱动因素 81
 - 2.5.2 医药商业发展制约因素 83
 - 2.5.3 医药商业发展前景预测 83
 - (1) 医药商业市场规模将继续扩大 84
 - (2) 行业结构调整步伐将进一步提速 84
 - (3) 采用资本运作的企业将不断增多 85
 - (4) 行业服务模式与服务功能将不断创新升级 85
 - 2.5.4 新版gsp或催生新药代理联盟 85
 - (1) 必要性 86

- (2) 可行性 86
- (3) 实现路径 86
- (4) 盈利模式 87
- 第3章：重点医药商业企业竞争分析 89
 - 3.1 医药商业企业竞争格局分析 89
 - 3.1.1 医药商业企业规模结构 89
 - 3.1.2 医药商业企业集中度分析 89
 - (1) 百强企业入围底线提升 90
 - (2) 前三强企业市场集中度 90
 - (3) 医药商业集中度预测 91
 - 3.2 医药商业企业融资策略分析 92
 - 3.2.1 医药商业企业融资模式分析 92
 - (1) 以---融资为主，融资格局单一 92
 - (2) 银行信贷是医药流通金融的主渠道 93
 - (3) ---融资空间没有充分利用 93
 - (4) 企业规模小、信用低 94
 - (5) 境外资金利用水平不高 95
 - 3.2.2 医药商业上市公司融资渠道 95
 - 3.2.3 医药商业上市公司融资案例 96
 - (1) 南京医药——与银行建立战略联盟，充分利用银行贷款 96
 - (2) 浙江医药——总公司单独核算资金，商业公司专注经营 98
 - (3) 成功模式的积极作用 98
 - 3.2.4 医药商业企业融资策略建议 99
 - 3.3 医药商业企业竞争对手分析 100
 - 3.3.1 国药控股股份有限公司经营分析 100
 - (1) 企业发展简况分析 100
 - (2) 企业主营业务与产品 101
 - (3) 企业主要客户与供货商 104
 - (4) 企业经营情况分析 104
 - 1) 主要经济指标分析 104
 - 2) 企业财务结构分析 105
 - 3) 企业投资价值分析 105

- (5) 企业经营优劣势分析 106
- (6) 企业物流系统建设分析 106
- (7) 企业投资发展动向分析 107
- (8) 下属国药控股大药房有限公司分析 107
- 1) 企业发展简况分析 107
- 2) 企业零售产品种类 108
- 3) 企业经营情况分析 108
- 4) 企业零售网络分布 109
- 3.3.2 国药集团一致药业股份有限公司经营分析 109
 - (1) 企业发展简况分析 109
 - (2) 企业主营业务与产品 110
 - (3) 企业主要客户与供货商 111
 - (4) 企业经营情况分析 111
 - 1) 主要经济指标分析 111
 - 2) 企业盈利能力分析 112
 - 3) 企业运营能力分析 112
 - 4) 企业偿债能力分析 113
 - 5) 企业发展能力分析 113
 - (5) 企业经营优劣势分析 114
 - (6) 企业物流系统建设分析 114
 - (7) 企业最新发展动向分析 115
- 3.3.3 国药集团药业股份有限公司经营分析 115
 - (1) 企业发展简况分析 116
 - (2) 企业主营业务与产品 116
 - (3) 企业主要客户与供货商 119
 - (4) 企业经营情况分析 119
 - 1) 主要经济指标分析 119
 - 2) 企业盈利能力分析 120
 - 3) 企业运营能力分析 120
 - 4) 企业偿债能力分析 121
 - 5) 企业发展能力分析 121
 - (5) 企业经营优劣势分析 122

(6) 企业发展战略分析 122

3.3.4 上海医药集团股份有限公司经营分析 123

(1) 企业发展简况分析 123

(2) 企业主营业务与产品 123

(3) 企业主要客户与供货商 125

(4) 企业经营情况分析 126

1) 主要经济指标分析 126

2) 企业盈利能力分析 127

3) 企业运营能力分析 127

4) 企业偿债能力分析 127

5) 企业发展能力分析 128

(5) 企业经营优劣势分析 128

(6) 企业物流系统建设分析 129

(7) 企业最新发展动向分析 129

(8) 下属上海华氏大药房有限公司分析 130

1) 企业发展简况分析 130

2) 企业经营情况分析 131

3) 企业经营产品结构 132

4) 企业门店数量与分布 133

3.3.5 南京医药股份有限公司经营分析 134

(1) 企业发展简况分析 134

(2) 企业主营业务与产品 134

(3) 企业主要客户与供货商 136

(4) 企业经营情况分析 138

1) 主要经济指标分析 138

2) 企业财务结构分析 139

3) 企业盈利能力分析 139

4) 企业投资价值分析 139

(5) 企业经营优劣势分析 140

(6) 企业物流系统建设分析 140

(7) 企业投资发展动向分析 141

(8) 下属南京国药医药有限公司分析 141

- 1) 企业发展简况分析 141
- 2) 企业零售产品种类 141
- 3) 企业零售规模分析 141
- 4) 企业零售网络分布 142
- 3.3.6 广州医药有限公司经营分析 142
 - (1) 企业发展简况分析 142
 - (2) 企业主营业务与产品 143
 - (3) 企业主要客户与供货商 144
 - (4) 企业经营情况分析 144
 - (5) 企业投资价值分析 144
 - (6) 企业经营优劣势分析 144
 - (7) 企业物流系统建设分析 145
 - (8) 企业最新发展动向 145
 - (9) 下属广州健民医药连锁有限公司分析 146
- 1) 企业发展简况 146
- 2) 企业零售产品种类 146
- 3) 企业零售网络分布 146
- 3.3.7 安徽华源医药股份有限公司经营分析 146
 - (1) 企业发展简况分析 146
 - (2) 企业主营业务与产品 147
 - (3) 企业主要客户与供货商 147
 - (4) 企业经营情况分析 147
 - (5) 企业经营优劣势分析 147
 - (6) 企业物流系统建设分析 148
 - (7) 下属安徽华源医药电子商务有限公司分析 148
- 1) 企业发展简况 148
- 2) 企业销售产品种类 148
- 3) 企业销售规模分析 149
- 3.3.8 北京医药股份有限公司经营分析 149
 - (1) 企业发展简况分析 149
 - (2) 企业组织架构分析 149
 - (3) 企业主营业务与产品 150

- (4) 企业主要客户与供货商 151
- (5) 企业经营情况分析 151
- (6) 企业经营优劣势分析 152
- (7) 企业物流系统建设分析 153
- (8) 企业投资发展动向分析 153
- (9) 下属北京医保全新大药房有限责任公司分析 154
 - 1) 企业发展简况 154
 - 2) 企业零售产品种类 154
 - 3) 企业零售规模分析 154
 - 4) 企业零售网络分布 154
- 3.3.9 九州通医药集团股份有限公司经营分析 154
 - (1) 企业发展简况分析 154
 - (2) 企业主营业务与产品 155
 - (3) 企业分销及零售网络 158
 - (4) 企业经营情况分析 160
 - 1) 主要经济指标分析 160
 - 2) 企业盈利能力分析 161
 - 3) 企业运营能力分析 162
 - 4) 企业偿债能力分析 162
 - 5) 企业发展能力分析 163
 - (5) 企业经营优劣势分析 163
 - (6) 企业物流系统建设分析 164
 - (7) 企业投资发展动向分析 164
 - (8) 下属好药师大药房连锁有限公司分析 165
 - 1) 企业发展简况 165
 - 2) 企业零售规模分析 165
 - 3) 企业经营产品结构 166
 - 4) 企业门店数量与分布 166
- 3.3.10 天津医药集团有限公司经营分析 166
 - (1) 企业发展简况分析 166
 - (2) 企业组织架构分析 167
 - (3) 企业主营业务与产品 168

- (4) 企业主要客户与供货商 168
- (5) 企业经营情况分析 168
- (6) 企业经营优劣势分析 169
- (7) 企业物流系统建设分析 169
- (8) 下属天津医药集团敬一堂连锁股份有限公司分析 169
- 1) 企业发展简况 169
- 2) 企业零售产品种类 169
- 3) 企业零售规模分析 169
- 4) 企业零售网络分布 170
- 3.3.11 四川科伦医药贸易有限公司经营分析 170
 - (1) 企业发展简况分析 170
 - (2) 企业主营业务与产品 170
 - (3) 企业主要客户与供货商 170
 - (4) 企业经营情况分析 170
 - (5) 企业经营优劣势分析 171
 - (6) 企业物流系统建设分析 171
- 3.3.12 华东医药股份有限公司经营分析 171
 - (1) 企业发展简况分析 171
 - (2) 企业主营业务与产品 172
 - (3) 企业销售渠道与网络 173
 - (4) 企业经营情况分析 173
 - 1) 主要经济指标分析 173
 - 2) 企业盈利能力分析 174
 - 3) 企业运营能力分析 175
 - 4) 企业偿债能力分析 176
 - 5) 企业发展能力分析 176
 - (5) 企业经营优劣势分析 177
 - (6) 企业物流系统建设分析 177
 - (7) 企业投资发展动向分析 177
 - (8) 下属杭州华东大药房连锁有限公司分析 178
 - 1) 企业发展简况 178
 - 2) 企业零售产品种类 178

- 3) 企业零售规模分析 178
- 4) 企业零售网络分布 178
- 3.3.13 浙江英特集团股份有限公司经营分析 178
 - (1) 企业发展简况分析 178
 - (2) 企业主营业务与产品 179
 - (3) 企业主要客户与供货商 180
 - (4) 企业经营情况分析 180
 - 1) 主要经济指标分析 180
 - 2) 企业财务结构分析 181
 - 3) 企业盈利能力分析 181
 - 4) 企业投资价值分析 182
 - (5) 企业经营优劣势分析 182
 - (6) 企业发展战略分析 183
 - (7) 企业物流系统建设分析 183
 - (8) 企业最新发展动向分析 184
- 3.3.14 哈药集团股份有限公司经营分析 184
 - (1) 企业发展简况分析 184
 - (2) 企业主营业务与产品 185
 - (3) 企业主要客户与供货商 185
 - (4) 企业经营情况分析 186
 - 1) 主要经济指标分析 186
 - 2) 企业财务结构分析 186
 - 3) 企业盈利能力分析 187
 - 4) 企业投资价值分析 187
 - (5) 企业经营优劣势分析 188
 - (6) 企业物流系统建设分析 188
 - (7) 下属哈药集团医药有限公司分析 189
 - 1) 企业发展简况 189
 - 2) 企业组织结构 189
 - 3) 企业零售产品种类 189
 - 4) 企业零售规模分析 190
 - 5) 企业零售网络分布 190

3.3.15 中国医药保健品股份有限公司经营分析 190

- (1) 企业发展简况分析 190
- (2) 企业组织架构分析 191
- (3) 企业主营业务与产品 191
- (4) 企业主要客户与供货商 192
- (5) 企业经营情况分析 192
- 1) 主要经济指标分析 192
- 2) 企业盈利能力分析 193
- 3) 企业运营能力分析 194
- 4) 企业偿债能力分析 194
- 5) 企业发展能力分析 194
- (6) 企业经营优劣势分析 195
- (7) 企业物流系统建设分析 195

3.3.16 乐仁堂医药集团股份有限公司经营分析 196

- (1) 企业发展简况分析 196
- (2) 企业组织架构分析 196
- (3) 企业主营业务与产品 196
- (4) 企业主要客户与供货商 196
- (5) 企业经营情况分析 196
- (6) 企业经营优劣势分析 196
- (7) 企业物流系统建设分析 197
- (8) 下属石家庄乐仁堂医药连锁有限责任公司分析 197
- 1) 企业发展简况 197
- 2) 企业零售产品种类 198
- 3) 企业零售规模分析 198
- 4) 企业零售网络分布 198

3.3.17 云南白药集团股份有限公司经营分析 198

- (1) 企业发展简况分析 198
- (2) 企业主营业务与产品 199
- (3) 企业主要客户与供货商 201
- (4) 企业经营情况分析 201
- 1) 主要经济指标分析 201

- 2) 企业盈利能力分析 202
- 3) 企业运营能力分析 203
- 4) 企业偿债能力分析 203
- 5) 企业发展能力分析 204
 - (5) 企业经营优劣势分析 204
 - (6) 企业投资发展动向分析 205
 - (7) 下属云南省医药有限公司分析 206
- 1) 企业发展简况 206
- 2) 企业零售产品种类 206
- 3) 企业零售规模分析 206
- 4) 企业零售网络分布 207
- 3.3.18 健康元药业集团股份有限公司经营分析 207
 - (1) 企业发展简况分析 207
 - (2) 企业主营业务与产品 208
 - (3) 企业主要客户与供货商 208
 - (4) 企业经营情况分析 209
 - 1) 主要经济指标分析 209
 - 2) 企业盈利能力分析 210
 - 3) 企业运营能力分析 211
 - 4) 企业偿债能力分析 211
 - 5) 企业发展能力分析 212
 - (5) 企业经营优劣势分析 212
 - (6) 企业最新发展动向分析 213
- 3.3.19 重庆桐君阁股份有限公司经营分析 213
 - (1) 企业发展简况分析 213
 - (2) 企业主营业务与产品 214
 - (3) 企业主要客户与供货商 215
 - (4) 企业经营情况分析 216
 - 1) 主要经济指标分析 216
 - 2) 企业盈利能力分析 216
 - 3) 企业运营能力分析 217
 - 4) 企业偿债能力分析 218

- 5) 企业发展能力分析 218
 - (5) 企业经营优劣势分析 219
 - (6) 企业物流系统建设分析 219
 - (7) 下属重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司分析 220
- 1) 企业发展简况分析 220
- 2) 企业零售产品种类 221
- 3) 企业零售规模分析 221
- 4) 企业零售网络分布 222
- 5) 企业市场拓展分析 222
- 3.3.20 重庆太极实业(集团)股份有限公司经营分析 222
 - (1) 企业发展简况分析 222
 - (2) 企业主营业务与产品 223
 - (3) 企业主要客户与供货商 224
 - (4) 企业经营情况分析 225
 - 1) 主要经济指标分析 225
 - 2) 企业盈利能力分析 226
 - 3) 企业运营能力分析 226
 - 4) 企业偿债能力分析 227
 - 5) 企业发展能力分析 227
 - (5) 企业经营优劣势分析 228
 - (6) 企业物流系统建设分析 228
- 3.3.21 山东海王银河医药有限公司经营分析 228
 - (1) 企业发展简况分析 229
 - (2) 企业组织架构分析 229
 - (3) 企业主营业务与产品 229
 - (4) 企业主要客户与供货商 229
 - (5) 企业经营情况分析 229
 - (6) 企业经营优劣势分析 229
 - (7) 企业物流系统建设分析 230
- 3.3.22 东北制药集团股份有限公司经营分析 230
 - (1) 企业发展简况分析 230
 - (2) 企业主营业务与产品 231

- (3) 企业主要客户与供货商 232
- (4) 企业经营情况分析 233
 - 1) 主要经济指标分析 233
 - 2) 企业盈利能力分析 234
 - 3) 企业运营能力分析 235
 - 4) 企业偿债能力分析 235
 - 5) 企业发展能力分析 236
- (5) 企业经营优劣势分析 236
- (6) 企业物流系统建设分析 237
- (7) 企业最新发展动向分析 237
- (8) 下属东北制药集团供销有限公司分析 237
 - 1) 企业发展简况 237
 - 2) 企业零售产品种类 237
 - 3) 企业零售规模分析 238
- 3.3.23 河北东盛英华医药有限公司经营分析 238
 - (1) 企业发展简况分析 238
 - (2) 企业主营业务与产品 238
 - (3) 企业主要客户与供货商 238
 - (4) 企业经营情况分析 238
 - (5) 企业经营优劣势分析 238
 - (6) 企业物流系统建设分析 239
- 3.3.24 天津天士力制药股份有限公司经营分析 239
 - (1) 企业发展简况分析 239
 - (2) 企业主营业务与产品 240
 - (3) 企业主要客户与供货商 240
 - (4) 企业经营情况分析 241
 - 1) 主要经济指标分析 241
 - 2) 企业财务结构分析 242
 - 3) 企业盈利能力分析 242
 - 4) 企业投资价值分析 243
 - (5) 企业经营优劣势分析 243
 - (6) 企业物流系统建设分析 244

- (7) 企业投资发展动向分析 244
- (8) 下属天津天士力医药营销集团有限公司分析 245
 - 1) 企业发展简况 245
 - 2) 企业零售产品种类 245
 - 3) 企业零售规模分析 245
 - 4) 企业零售网络分布 245
- (9) 下属辽宁天士力大药房连锁有限公司分析 245
 - 1) 企业发展简况分析 245
 - 2) 企业经营情况分析 246
 - 3) 企业经营产品结构 246
 - 4) 企业门店数量与分布 246
- 3.3.25 北京同仁堂股份有限公司经营分析 246
 - (1) 企业发展简况分析 246
 - (2) 企业组织架构分析 247
 - (3) 企业主营业务与产品 247
 - (4) 企业主要客户与供货商 249
 - (5) 企业经营情况分析 250
 - 1) 主要经济指标分析 250
 - 2) 企业盈利能力分析 251
 - 3) 企业运营能力分析 251
 - 4) 企业偿债能力分析 251
 - 5) 企业发展能力分析 252
 - (6) 企业经营优劣势分析 252
 - (7) 下属北京同仁堂股份有限公司同仁堂药店分析 253
 - 1) 药店发展简况 253
 - 2) 药店零售产品种类 253
 - 3) 药店零售规模分析 253
- 3.3.26 山东瑞康医药股份有限公司经营分析 254
 - (1) 企业发展简况分析 254
 - (2) 企业组织架构分析 254
 - (3) 企业主营业务与产品 255
 - (4) 企业主要客户与供货商 256

- (5) 企业经营情况分析 256
 - 1) 主要经济指标分析 256
 - 2) 企业财务结构分析 257
 - 3) 企业盈利能力分析 257
 - 4) 企业投资价值分析 258
- (6) 企业经营优劣势分析 258
- (7) 企业物流系统建设分析 259
- 3.3.27 嘉事堂药业股份有限公司经营分析 259
 - (1) 企业发展简况分析 259
 - (2) 企业组织架构分析 260
 - (3) 企业主营业务与产品 261
 - (4) 企业主要客户与供货商 261
 - (5) 企业经营情况分析 262
 - 1) 主要经济指标分析 262
 - 2) 企业盈利能力分析 262
 - 3) 企业运营能力分析 263
 - 4) 企业偿债能力分析 263
 - 5) 企业发展能力分析 264
 - (6) 企业经营优劣势分析 264
 - (7) 企业物流系统建设分析 265
- 3.3.28 中国海王星辰连锁药店有限公司经营分析 265
 - (1) 企业发展简况分析 265
 - (2) 企业主营业务与产品 266
 - (3) 企业零售网络与供货商 266
 - (4) 企业经营情况分析 267
 - 1) 主要经济指标分析 267
 - 2) 企业盈利能力分析 268
 - 3) 企业投资价值分析 268
 - (5) 企业经营优劣势分析 269
 - (6) 企业最新发展动向分析 269
- 3.3.29 老百姓大药房连锁有限公司经营分析 270
 - (1) 企业发展简况分析 270

- (2) 企业主营业务与产品 270
- (3) 企业门店数量与分布 270
- (4) 企业经营情况分析 271
- (5) 企业市场拓展分析 271
- (6) 企业定位与服务对象 272
- (7) 企业经营优劣势分析 272
- 3.3.30 广东大参林连锁药店有限公司经营分析 273
 - (1) 企业发展简况分析 273
 - (2) 企业主营业务与产品 274
 - (3) 企业门店数量与分布 274
 - (4) 企业经营情况分析 274
 - (5) 企业市场拓展分析 275
 - (6) 企业定位与服务对象 276
 - (7) 企业供应商与采购 276
 - (8) 企业经营优劣势分析 276
 - (9) 企业发展动向分析 277
- 第4章：医药批发市场现状与前景分析 278
 - 4.1 国外医药批发经营现状分析 278
 - 4.1.1 医药批发企业功能分析 278
 - (1) 物流功能 278
 - (2) 销售功能 279
 - (3) 金融功能 279
 - (4) 信息功能 279
 - (5) 功能变迁趋势 279
 - 4.1.2 美国医药批发企业分析 280
 - (1) 美国药品供应链 280
 - 1) 美国医药供应链特点分析 280
 - 2) pbm在医药供应链中的作用 281
 - (2) 美国医药批发企业经营环境 282
 - (3) 美国医药批发企业经营特点 283
 - (4) 美国麦卡森公司 (mckesson) 分析 283
 - 1) 企业发展概况 283

- 2) 企业业务定位 283
- 3) 企业经营情况 284
- 4) 企业经营策略 284
- 4.1.3 日本医药批发企业分析 285
 - (1) 日本药品供应链 285
 - (2) 日本医药批发企业经营环境 285
 - (3) 日本医药批发企业经营特点 286
 - (4) 日本东邦药品株式会社分析 287
- 1) 企业发展概况 287
- 2) 企业业务定位 287
- 4.2 国内医药批发市场现状分析 288
- 4.2.1 医药批发市场规模分析 288
 - (1) 企业数量规模 288
 - (2) 企业销售规模 288
- 4.2.2 医药批发市场竞争层次 288
- 4.2.3 医药批发企业竞争格局 290
 - (1) 省市竞争格局 290
 - (2) 区域竞争格局 292
- 4.2.4 医药批发企业配送结构 293
 - (1) 配送总额结构 293
 - (2) 物流费用结构 293
- 4.3 中小型医药批发企业swot分析 294
- 4.3.1 中小型医药批发企业优势分析 (s) 296
- 4.3.2 中小型医药批发企业劣势分析 (w) 297
- 4.3.3 中小型医药批发企业机会分析 (o) 298
- 4.3.4 中小型医药批发企业威胁分析 (t) 299
- 4.4 医药批发市场发展前景分析 300
- 4.4.1 医药批发企业发展趋势 300
- 4.4.2 医药批发企业发展前景 301
- 第5章：医药物流市场现状与商业模式 302
- 5.1 国内医药物流市场现状与展望 302
- 5.1.1 医药物流的功能与分类 302

- (1) 医药物流的定义 302
- (2) 医药物流的功能 303
- (3) 医药物流的分类 305
- 5.1.2 医药物流市场发展现状 306
- 5.1.3 医药物流市场运行特点 306
- 5.1.4 医药物流企业物流成本 307
 - (1) 医药制造业物流业务需求快速增长 307
 - (2) 医药制造业物流成本支出继续扩大 308
 - (3) 物流费用率仍然偏高,但有所下降 309
 - (4) 物流效率与发达国家仍有明显差距 309
- 5.1.5 医药物流市场需求规模 310
- 5.1.6 医药物流市场竞争态势 311
 - (1) "一家独大"到"百家争鸣" 311
 - (2) 区域性龙头逐步形成 311
- 5.1.7 医药物流市场发展展望 312
- 5.2 国际医药物流市场运营模式与特点 314
 - 5.2.1 美国医药物流行业运营模式与特点 314
 - (1) 美国物流行业相关政策分析 314
 - (2) 美国医药物流行业企业类型 314
 - (3) 美国医药物流行业运营模式 316
 - 5.2.2 日本医药物流行业运营模式与特点 317
 - (1) 日本物流行业相关政策分析 317
 - (2) 日本医药物流行业运营模式 318
 - 5.2.3 欧盟医药物流行业运营模式与特点 318
 - (1) 欧盟物流行业相关政策分析 319
 - (2) 欧盟医药物流行业市场环境 319
 - (3) 欧盟医药物流行业运营模式 319
 - (4) 欧盟医药物流行业发展特点 320
 - 5.2.4 国际医药物流行业发展经验借鉴 322
 - (1) 供应链管理一体化 322
 - (2) 提供信息解决方案 322
 - (3) 物流配送网络健全 322

- (4) 编码技术的广泛应用 323
- (5) 信息平台操作简单实用 323
- 5.3 医药物流商业模式案例解析 323
 - 5.3.1 医药物流商业模式总体特点 323
 - 5.3.2 医药物流商业模式发展形态 323
 - 5.3.3 医药物流主要商业模式解析 325
 - (1) 九州通模式：快批模式 325
 - (2) 太和模式：买卖全国模式 327
 - (3) 邦达模式：第三方医药物流 328
 - (4) 北药模式：现代化物流中心配送 328
 - 5.3.4 医药物流商业模式优劣势分析 329
- 5.4 医药物流细分市场运作方式与特点 330
 - 5.4.1 以商业分销为主的医药物流市场 330
 - (1) 商业分销医药物流市场环境 330
 - (2) 商业分销医药物流运作方式 331
 - 1) 医药商业分销物流模式运作主体 331
 - 2) 医药商业分销物流模式运作前提 331
 - 3) 医药商业分销物流模式运作流程 331
 - (3) 商业分销医药物流模式特点 333
 - (4) 商业分销医药物流影响因素 334
 - (5) 国外同类模式比较分析 336
 - 1) 美国商业分销医药物流模式 336
 - 2) 中美商业分销集成物流对比 336
 - 5.4.2 以零售连锁为主的医药物流市场 337
 - (1) 零售连锁医药物流市场环境 337
 - (2) 零售连锁医药物流运作方式 338
 - 1) 医药零售连锁物流模式运作主体 338
 - 2) 医药零售连锁物流模式运作前提 338
 - 3) 医药零售连锁物流模式运作流程 338
 - (3) 零售连锁医药物流模式特点 341
 - (4) 零售连医药锁物流影响因素 341
 - (5) 国外同类模式比较分析 342

- 1) 美国零售连锁经营物流模式概述 342
- 2) 中美零售连锁物流模式差异 343
- 3) 美国零售连锁经营物流模式借鉴 344
- 5.4.3 以第三方物流为主的医药物流市场 345
 - (1) 第三方医药物流市场环境 345
 - (2) 第三方医药物流运作方式 346
 - 1) 第三方医药物流模式运作主体 346
 - 2) 第三方医药物流模式运作流程 346
 - (3) 第三方医药物流模式特点 350
 - (4) 第三方医药物流影响因素 351
 - (5) 第三方医药物流企业创新路径 353
 - 1) 第三方医药物流企业创新动力 353
 - 2) 第三方医药物流企业创新路径 355
- 第6章：医药终端市场规模与发展潜力 359
- 6.1 医药终端市场规模分析 359
- 6.1.1 医药终端市场总额 359
- 6.1.2 医药终端市场分布 360
- 6.2 医疗机构发展与用药需求 360
- 6.2.1 医疗机构发展概况 360
 - (1) 医疗机构数量规模 360
 - (2) 医疗机构分布情况 361
 - 1) 按种类分布统计 361
 - 2) 按地区分布统计 362
 - 3) 按主办单位分布统计 362
 - 4) 按经济类型分布统计 363
 - (3) 医疗机构经营情况 363
 - 1) 医疗机构资产负债规模 363
 - 2) 医疗机构收入利润规模 364
 - 3) 医疗机构运营情况分析 365
- 6.2.2 主要医疗机构发展分析 366
 - (1) 医院发展分析 366
 - 1) 医院数量规模 366

- 2) 医院资产负债规模 367
- 3) 医院收入利润规模 367
- 4) 医院运营情况分析 368
 - (2) 社区医疗机构发展分析 369
 - 1) 社区医疗机构数量规模 370
 - 2) 社区医疗机构资产负债规模 370
 - 3) 社区医疗机构收入利润规模 371
 - 4) 社区医疗机构运营情况分析 371
 - (3) 卫生院发展分析 373
 - 1) 卫生院数量规模 373
 - 2) 卫生院资产负债规模 374
 - 3) 卫生院收入利润规模 374
 - 4) 卫生院运营情况分析 375
- 6.3 零售药店规模与发展趋势 377
 - 6.3.1 零售药店数量及地区分布 377
 - (1) 零售药店企业数量增长情况 377
 - (2) 零售药店门店数量增长情况 377
 - (3) 零售药店门店区域分布情况 378
 - 6.3.2 零售药店药品销售规模 379
 - 6.3.3 零售药店市场集中度分析 380
 - 6.3.4 零售药店盈利水平分析 380
 - 6.3.5 连锁零售药店竞争格局 382
 - (1) 连锁药店行业业态竞争格局分析 382
 - 1) 全国性连锁药店竞争格局分析 382
 - 2) 跨区域连锁药店竞争格局分析 384
 - 3) 地市连锁药店竞争状况分析 385
 - (2) 连锁药店行业地区竞争格局分析 386
 - 6.3.6 连锁药店百强企业分析 391
 - (1) 连锁药店行业百强销售收入变化情况 391
 - (2) 连锁药店行业重点企业变化情况 393
 - 1) 十强企业销售额/分店数量变化 393
 - 2) 十强、二十强、五十强、百强销售额变化 394

- 3) 销售额增量/增幅十强企业分析 395
 - (3) 连锁药店行业重点门店变化情况 396
- 1) 十强、二十强、五十强、百强门店数量分析 396
- 2) 直营店数量十强企业分析 397
- 3) 医保药店数量十强企业分析 399
 - (4) 连锁药店行业百强企业运营效率分析 401
- 1) 连锁药店行业百强企业客单价分析 401
- 2) 连锁药店行业百强企业坪效分析 402
- 3) 连锁药店行业百强企业人效分析 404
- 6.3.7 连锁药店百强单店分析 406
 - (1) 连锁药店行业百强单店销售收入分析 406
 - (2) 连锁药店行业百强单店坪效分析 407
- 6.3.8 零售药店发展前景分析 408
- 6.4 医药电子商务发展潜力分析 408
 - 6.4.1 医药电子商务市场主体 408
 - (1) 医药电子商务市场主体 409
 - (2) 医药电子商务发展模式 410
 - 1) 第三方医药电子商务平台 410
 - 2) 制药企业建设的电子商务平台 410
 - 3) 医药零售企业建设的电子商务平台 410
 - 6.4.2 医药电子商务经营模式 410
 - (1) 医药电子商务经营模式概况 410
 - (2) 医药电子商务b2b模式分析 411
 - (3) 医药电子商务b2c模式分析 411
 - 6.4.3 医药电子商务平台建设 412
 - (1) 与第三方电子商务平台合作 412
 - (2) 企业自建医药电子商务平台 412
 - (3) 医药电子商务平台建设策略 413
 - 6.4.4 医药电子商务成本分析 413
 - 6.4.5 医药电子商务市场规模 414
 - 6.4.6 医药电子商务前景预测 414
 - 6.4.7 医药电子商务发展策略 415

第7章：重点省份医药商业发展现状分析 416(AK WZY)

7.1 北京医药商业现状与终端分析 416

7.1.1 北京医药商业发展政策 416

7.1.2 北京医药商业发展分析 417

(1) 北京医药商业发展规模 417

(2) 北京医药商业市场结构 417

(3) 北京医药商业市场地位 418

7.1.3 北京医药商业竞争格局 418

(1) 医药批发企业竞争格局 418

(2) 北京零售药店竞争格局 419

7.1.4 北京医药商业企业分析 420

(1) 批发企业 420

(2) 零售企业 421

(3) 连锁药店 421

7.1.5 北京医药商业终端分析 422

(1) 北京医疗机构发展规模 422

(2) 北京医疗机构资产负债规模 423

(3) 北京医疗机构收入利润规模 424

(4) 北京市医疗机构地位变化 424

(5) 北京病人人均医药费用规模 425

7.1.6 北京医药商业发展前景 425

7.2 上海医药商业现状与终端分析 426

7.2.1 上海医药商业发展政策 426

7.2.2 上海医药商业发展分析 427

(1) 上海医药商业发展规模 427

(2) 上海医药商业市场结构 428

(3) 上海医药商业市场地位 428

7.2.3 上海医药商业竞争格局 429

(1) 医药批发企业竞争格局 429

(2) 上海零售药店竞争格局 430

7.2.4 上海医药商业企业分析 433

(1) 批发企业 434

- (2) 零售企业 434
- (3) 连锁药店 435
- 7.2.5 上海医药商业终端分析 436
 - (1) 上海医疗机构发展规模 436
 - (2) 上海医疗机构资产负债规模 437
 - (3) 上海医疗机构收入利润规模 437
 - (4) 上海市医疗机构地位变化 438
 - (5) 上海病人人均医药费用规模 439
- 7.2.6 上海医药商业发展前景 439
- 7.3 江苏医药商业现状与终端分析 440
 - 7.3.1 江苏医药商业发展分析 440
 - (1) 江苏医药商业发展规模 440
 - (2) 江苏医药商业市场结构 441
 - (3) 江苏医药商业市场地位 441
 - 7.3.2 江苏医药商业竞争格局 442
 - (1) "县域经济"模式推动连锁药店行业发展 442
 - (2) 连锁药店行业本土市场的深耕细琢 443
 - (3) 江苏连锁药店行业各主要市场现状 443
 - 7.3.3 江苏医药商业企业分析 444
 - (1) 批发企业 444
 - (2) 零售企业 445
 - 7.3.4 江苏医药商业终端分析 445
 - (1) 江苏省医疗机构发展规模 445
 - (2) 江苏医疗机构资产负债规模 446
 - (3) 江苏医疗机构收入利润规模 446
 - (4) 江苏省医疗机构地位变化 447
 - (5) 江苏病人人均医药费用规模 447
 - 7.3.5 江苏医药商业发展前景 448
- 7.4 浙江医药商业现状与终端分析 449
 - 7.4.1 浙江医药商业发展分析 449
 - (1) 浙江医药商业发展规模 449
 - (2) 浙江医药商业市场结构 450

- (3) 浙江医药商业市场地位 450
- 7.4.2 浙江医药商业创新模式 451
- 7.4.3 浙江医药商业竞争格局 452
- 7.4.4 浙江医药商业企业分析 452
 - (1) 批发企业 452
 - (2) 零售企业 453
- 7.4.5 浙江医药商业终端分析 454
 - (1) 浙江省医疗机构发展规模 454
 - (2) 浙江医疗机构资产负债规模 454
 - (3) 浙江医疗机构收入利润规模 455
 - (4) 浙江省医疗机构地位变化 455
 - (5) 浙江病人人均医药费用规模 456
- 7.4.6 浙江医药商业发展前景 457
- 7.5 广东医药商业现状与终端分析 457
 - 7.5.1 广东医药商业发展政策 457
 - 7.5.2 广东医药商业发展分析 458
 - (1) 广东医药商业发展规模 458
 - (2) 广东医药商业市场结构 458
 - (3) 广东医药商业市场地位 459
 - 7.5.3 广东医药商业竞争格局 460
 - 7.5.4 广东医药商业企业分析 460
 - (1) 批发企业 461
 - (2) 零售企业 461
 - (3) 连锁药店 462
 - 7.5.5 广东医药商业终端分析 462
 - (1) 广东省医疗机构发展规模 463
 - (2) 广东医疗机构资产负债规模 463
 - (3) 广东医疗机构收入利润规模 464
 - (4) 广东省医疗机构地位变化 464
 - (5) 广东病人人均医药费用规模 465
 - 7.5.6 广东医药商业发展前景 465
- 7.6 山东医药商业现状与终端分析 466

- 7.6.1 山东医药商业发展政策 466
- 7.6.2 山东医药商业发展分析 467
 - (1) 山东医药商业发展规模 467
 - (2) 山东医药商业市场结构 468
 - (3) 山东医药商业市场地位 468
- 7.6.3 山东医药商业竞争格局 469
 - (1) 医药批发企业竞争格局 469
 - (2) 山东零售药店竞争格局 470
- 7.6.4 山东医药商业企业分析 471
 - (1) 批发企业 471
 - (2) 零售企业 472
 - (3) 连锁药店 472
- 7.6.5 山东医药商业终端分析 473
 - (1) 山东省医疗机构发展规模 473
 - (2) 山东医疗机构资产负债规模 474
 - (3) 山东医疗机构收入利润规模 474
 - (4) 山东省医疗机构地位变化 475
 - (5) 山东病人人均医药费用规模 475
- 7.6.6 山东医药商业发展前景 476
- 7.7 安徽医药商业现状与终端分析 477
 - 7.7.1 安徽医药商业发展分析 477
 - (1) 安徽医药商业发展规模 477
 - (2) 安徽医药商业市场结构 477
 - (3) 安徽医药商业市场地位 478
 - 7.7.2 安徽医药商业竞争格局 479
 - (1) 医药批发企业竞争格局 479
 - (2) 安徽零售药店竞争格局 480
 - 7.7.3 安徽医药商业企业分析 480
 - (1) 批发企业 480
 - (2) 零售企业 480
 - 7.7.4 安徽医药商业终端分析 481
 - (1) 安徽医疗机构资产负债规模 481

- (2) 安徽医疗机构收入利润规模 481
- (3) 安徽省医疗机构地位变化 482
- (4) 安徽病人人均医药费用规模 482
- 7.7.5 安徽医药商业发展前景 483
- 7.8 天津医药商业现状与终端分析 484
- 7.8.1 天津医药商业发展分析 484
 - (1) 天津医药商业发展规模 484
 - (2) 天津医药商业市场结构 485
 - (3) 天津医药商业市场地位 485
- 7.8.2 天津医药商业竞争格局 486
- 7.8.3 天津医药商业企业分析 487
 - (1) 批发企业 487
 - (2) 零售企业 487
- 7.8.4 天津医药商业终端分析 488
 - (1) 天津医疗机构发展规模 488
 - (2) 天津医疗机构资产负债规模 489
 - (3) 天津医疗机构收入利润规模 489
 - (4) 天津病人人均医药费用规模 490
 - (5) 天津市医疗机构地位变化 490
- 7.8.5 天津医药商业发展前景 491
- 7.9 湖北医药商业现状与终端分析 492
- 7.9.1 湖北医药商业发展分析 492
 - (1) 湖北医药商业发展规模 492
 - (2) 湖北医药商业市场结构 492
 - (3) 湖北医药商业市场地位 493
- 7.9.2 湖北医药商业竞争格局 494
- 7.9.3 湖北医药商业企业分析 495
 - (1) 批发企业 495
 - (2) 零售企业 495
- 7.9.4 湖北医药商业终端分析 496
 - (1) 湖北医疗机构发展规模 496
 - (2) 湖北医疗机构资产负债规模 496

- (3) 湖北医疗机构收入利润规模 497
- (4) 湖北病人人均医药费用规模 497
- (5) 湖北省医疗机构地位变化 498
- 7.9.5 湖北医药商业发展前景 499
- 7.10 重庆医药商业现状与终端分析 499
 - 7.10.1 重庆医药商业发展分析 499
 - (1) 重庆医药商业发展规模 500
 - (2) 重庆医药商业市场结构 500
 - (3) 重庆医药商业市场地位 501
 - 7.10.2 重庆医药商业竞争格局 502
 - 7.10.3 重庆医药商业企业分析 502
 - (1) 批发企业 503
 - (2) 零售企业 503
 - 7.10.4 重庆医药商业终端分析 503
 - (1) 重庆市医疗机构发展规模 504
 - (2) 重庆医疗机构资产负债规模 504
 - (3) 重庆医疗机构收入利润规模 505
 - (4) 重庆市医疗机构地位变化 505
 - (5) 重庆病人人均医药费用规模 506
 - 7.10.5 重庆医药商业发展前景 506
- 7.11 四川医药商业现状与终端分析 507
 - 7.11.1 四川医药商业发展分析 507
 - (1) 四川医药商业发展规模 507
 - (2) 四川医药商业市场结构 508
 - (3) 四川医药商业市场地位 508
 - 7.11.2 四川医药商业竞争格局 509
 - 7.11.3 四川医药商业企业分析 510
 - (1) 批发企业 510
 - (2) 零售企业 511
 - 7.11.4 四川医药商业终端分析 511
 - (1) 四川医疗机构发展规模 511
 - (2) 四川医疗机构资产负债规模 512

- (3) 四川医疗机构收入利润规模 512
- (4) 四川省医疗机构地位变化 513
- (5) 四川病人人均医药费用规模 513
- 7.11.5 四川医药商业发展前景 514
- 7.12 河北医药商业现状与终端分析 515
 - 7.12.1 河北医药商业发展分析 515
 - (1) 河北医药商业发展规模 515
 - (2) 河北医药商业市场结构 516
 - (3) 河北医药商业市场地位 517
 - 7.12.2 河北医药商业竞争格局 517
 - 7.12.3 河北医药商业企业分析 518
 - (1) 批发企业 518
 - (2) 零售企业 518
 - 7.12.4 河北医药商业终端分析 519
 - (1) 河北医疗机构资产负债规模 519
 - (2) 河北医疗机构收入利润规模 520
 - (3) 河北省医疗机构地位变化 520
 - (4) 河北病人人均医药费用规模 521
 - 7.12.5 河北医药商业发展前景 521
- 7.13 湖南医药商业现状与终端分析 522
 - 7.13.1 湖南医药商业发展政策 522
 - 7.13.2 湖南医药商业发展分析 522
 - (1) 湖南医药商业发展规模 522
 - (2) 湖南医药商业市场结构 523
 - (3) 湖南医药商业市场地位 523
 - 7.13.3 湖南医药商业竞争格局 524
 - 7.13.4 湖南医药商业企业分析 525
 - (1) 批发企业 525
 - (2) 零售企业 525
 - (3) 连锁药店 526
 - 7.13.5 湖南医药商业终端分析 526
 - (1) 湖南医疗机构发展规模 526

- (2) 湖南医疗机构资产负债规模 527
- (3) 湖南医疗机构收入利润规模 527
- (4) 湖南省医疗机构地位变化 528
- (5) 湖南病人人均医药费用规模 529
- 7.13.6 湖南医药商业发展前景 529
- 7.14 河南医药商业现状与终端分析 530
- 7.14.1 河南医药商业发展分析 530
 - (1) 河南医药商业发展规模 530
 - (2) 河南医药商业市场结构 531
 - (3) 河南医药商业市场地位 531
- 7.14.2 河南医药商业竞争格局 532
- 7.14.3 河南医药商业企业分析 533
 - (1) 批发企业 533
 - (2) 零售企业 533
- 7.14.4 河南医药商业终端分析 534
 - (1) 河南医疗机构发展规模 534
 - (2) 河南医疗机构资产负债规模 534
 - (3) 河南医疗机构收入利润规模 535
 - (4) 河南省医疗机构地位变化 535
 - (5) 河南病人人均医药费用规模 536
- 7.14.5 河南医药商业发展前景 536
- 7.15 辽宁医药商业现状与终端分析 537
- 7.15.1 辽宁医药商业发展政策 537
- 7.15.2 辽宁医药商业发展分析 538
 - (1) 辽宁医药商业发展规模 538
 - (2) 辽宁医药商业市场结构 539
 - (3) 辽宁医药商业市场地位 539
- 7.15.3 辽宁医药商业竞争格局 540
- 7.15.4 辽宁医药商业企业分析 541
 - (1) 批发企业 541
 - (2) 零售企业 542
 - (3) 连锁药店 542

7.15.5 辽宁医药商业终端分析	542
(1) 辽宁医疗机构发展规模	543
(2) 辽宁医疗机构资产负债规模	543
(3) 辽宁医疗机构收入利润规模	544
(4) 辽宁省医疗机构地位变化	544
(5) 辽宁病人人均医药费用规模	545
7.15.6 辽宁医药商业发展前景	545
7.16 云南医药商业现状与终端分析	547
7.16.1 云南医药商业发展政策	547
7.16.2 云南医药商业发展分析	547
(1) 云南医药商业发展规模	547
(2) 云南医药商业市场结构	548
(3) 云南医药商业市场地位	548
7.16.3 云南医药商业竞争格局	549
7.16.4 云南医药商业企业分析	550
(1) 批发企业	550
(2) 零售企业	551
7.16.5 云南医药商业终端分析	551
(1) 云南医疗机构资产负债规模	551
(2) 云南医疗机构收入利润规模	552
(3) 云南省医疗机构地位变化	552
(4) 云南病人人均医药费用规模	553
7.16.6 云南医药商业发展前景	554

图表目录：

图表1：医药商业结构分析图 17

图表2：医药商业的经营特点 18

图表3：医药商业的企业分类 18

图表4：医药商业专业认证壁垒 19

图表5：医药商业经营资质壁垒 20

图表6：我国医药商业主管部门 23

图表7：医药商业主要管理制度 23

图表8：<全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2016）>发展目标及主要任务 24

图表9：<关于药品流通行业改革发展的意见>主要内容 25

图表10：2008-2016年中国gdp增长走势图（单位：万亿元，%） 27

图表11：中国gdp与药品流通销售额关联程度分析（单位：万亿元，亿元） 28

图表12：2008-2016年医药商业销售增速与gdp增速对比分析（单位：%） 28

图表13：2001-2016年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%） 29

图表14：城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%） 30

图表15：中国卫生总费用与药品流通销售额关联程度分析（单位：亿元，亿元） 30

图表16：2005-2016年中国老年人口数量及比重（单位：亿人次，%） 31

图表17：2000-2016年中国城乡人口结构分布图（单位：万人，%） 32

图表18：医药供应链示意图 33

图表19：计划经济时期医药供应链结构 36

图表20：经济体制改革后医药供应链结构 37

图表21：医院主导型医药供应链管理特点 37

图表22：医院主导型医药供应链管理优劣分析 38

图表23：供应商主导型医药供应链管理特点 39

图表24：供应商主导型医药供应链管理优劣分析 40

图表25：第三方物流主导型医药供应链管理特点 41

图表26：第三方物流主导型医药供应链管理优劣分析 42

图表27：不同类型医药供应链管理比较表 43

图表28：不同类型供应链管理模式的效益比较表 44

图表29：纯销模式示意图 45

图表30：两种纯销方式的对比 45

图表31：两种纯销方式的盈利（单位：%） 46

图表32：纯销模式特点及趋势 46

图表33：医院纯销模式优劣分析 46

图表34：调拨业务模式示意图 47

图表35：我国医药商业批发模式类型及典型企业 48

图表36：我国医药商业批发模式发展趋势 48

图表37：代理模式特点及趋势 49

图表38：我国基药配送模式发展概况 50

图表39：我国医药商业配送模式类型及典型企业 51

图表40：三级站模式组织结构 52

图表41：三级站模式优劣势分析 52

图表42：总经销模式优劣势分析 53

图表43：区域经销模式优劣势分析 53

图表44：区域多家代理制优劣势分析 54

图表45：终端销售模式优劣势分析 54

图表46：制药企业营销渠道设计影响因素 54

图表47：医药商业地区分布图（单位：%） 58

图表48：国内医药商业企业地区布局图 59

图表49：2008-2016年医药商业市场规模及增长速度（单位：亿元，%） 60

图表50：2010-2016年医药商业区域结构变化（分地区）（单位：%） 60

图表51：2010-2016年医药商业区域结构变化（分省市）（单位：万元，%） 61

图表52：医药商业传统盈利模式 61

图表53：医药商业新兴盈利模式 62

图表54：2002-2016年医药商业盈利水平变化（单位：%） 63

图表55：医药商业盈利影响因素 64

图表56：医药商业企业上下游客户需求 65

图表57：2011-2016年七大类医药商品销售额及增长率（单位：亿元，%） 66

图表58：2011-2016年医药商业销售类别分布情况（单位：%） 66

图表59：2011-2016年药品类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 67

图表60：2011-2016年药品类销售额占七大类商品销售比重（单位：%） 67

图表61：2011-2016年商品类销售额区域结构变化（分省市）（单位：万元，%） 68

图表62：2011-2016年药品类销售额分地区占比（单位：%） 68

图表63：2011-2016年中成药类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 69

图表64：2011-2016年中成药类销售额占七大类商品销售比重（单位：%） 70

图表65：2011-2016年中成药类销售额区域结构变化（分省市）（单位：万元，%） 70

图表66：2011-2016年中成药类销售额分地区占比（单位：%） 71

图表67：2011-2016年中药材类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 71

图表68：2011-2016年中药材类销售额占七大类商品销售比重（单位：%） 72

图表69：2011-2016年中药材类销售额区域结构变化（分省市）（单位：万元，%） 72

图表70：2011-2016年中药材类销售额分地区占比（单位：%） 73

图表71：29种重点中药材品种种植和产地价格情况（单位：亩/头，元/kg，吨） 74

图表72：29种重点中药材市场流通情况（单位：亩/头，元/kg，吨） 75

图表73：2011-2016年医疗器械类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 77

图表74：2011-2016年医疗器械类销售额占七大类商品销售比重（单位：%） 78

图表75：2011-2016年医疗器械类销售额区域结构变化（分省市）（单位：万元，%） 78

图表76：2011-2016年医疗器械类销售额分地区占比（单位：%） 79

图表77：2011-2016年化学试剂类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 79

图表78：2011-2016年化学试剂类销售额占七大类商品销售比重（单位：%） 80

图表79：2011-2016年玻璃仪器类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 80

图表80：2011-2016年其他类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%） 81

图表81：医药商业发展驱动因素 81

图表82：医药商业发展制约因素 83

图表83：2017-2022年医药商业市场规模及预测（单位：亿元） 84

图表84：新药推广联盟实现路径 87

图表85：新药推广联盟盈利模式 87

图表86：2000-2016年医药流通行业规模化集约化进程（单位：家） 89

图表87：2004-2016年中国医药商业百强企业入围底线变化（单位：亿元） 90

图表88：2011-2016年医药商业前三强企业集中度走势（单位：%） 90

图表89：各国医药商业前三强市场份额对比分析图（单位：%） 91

图表90：2011-2016年我国医药商业集中度预测（单位：%） 92

图表91：我国&西方发达国家医疗商业企业融资渠道对比 92

图表92：2008-2016年医药流通行业上市&医药上市公司平均资产负债率对比（单位：%）
94

图表93：我国&美国医药商业企业对比（单位：%） 94

图表94：医药商业上市融资渠道 95

图表95：2008-2016年南京医药对子公司担保情况表（单位：万元，%） 97

图表96：2005-2016年南京医药对子公司担保总额占净资产比例（单位：%） 97

图表97：国药控股股份有限公司基本信息表 101

图表98：2016年国药控股股份有限公司业务分布（单位：%） 101

图表99：国药控股股份有限公司医疗器械业务主要合作伙伴 104

图表100：2010-2016年国药控股股份有限公司主要经济指标分析（单位：百万元） 104

图表101：2010-2016年国药控股股份有限公司现金流结构分析（单位：百万元） 105

图表102：2010-2016年国药控股股份有限公司投资收益（单位：%） 106

图表103：国药控股股份有限公司经营优劣势分析 106

图表104：国药控股国大药房有限公司基本信息表 108

图表105：2009-2016年国药控股国大药房有限公司销售收入及增长情况（单位：亿元，%）
108

图表106：2009-2016年国药控股国大药房有限公司门店数量情况（单位：亿元，%） 109

图表107：国药集团一致药业股份有限公司基本信息表 109

图表108：2016年国药集团一致药业股份有限公司主营业务结构分布图（单位：%） 110

图表109：2016年国药集团一致药业股份有限公司主营业务营业情况 110

图表110：2011-2016年深圳一致药业股份有限公司前五大客户销售情况（单位：万元，%）
111

图表111：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 111

图表112：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司现金流结构分析（单位：万元） 112

图表113：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 112

图表114：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司运营能力分析（单位：次） 113

图表115：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍） 113

图表116：2010-2016年国药集团一致药业股份有限公司发展能力分析（单位：%） 113

图表117：国药集团一致药业股份有限公司经营优劣势分析 114

图表118：2011-2016年国药集团一致药业股份有限公司物流系统建设情况 114

图表119：国药集团药业股份有限公司基本信息表 116

图表120：国药集团药业股份有限公司业务能力简况表 116

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281973.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。