



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国医药连锁业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国医药连锁业市场分析及发展趋势研究报告》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/46310.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

中国成功加入世界贸易组织，在轰轰烈烈的市场表面现象之下沉淀了中国医药连锁经营形成发展的理性。如果说中国医药连锁经营业的发展源于积极的市场刺激而蔚为壮观，那么这座冰山下面所蕴含的力量是连锁经营发展的驱动力。近两年内，医药连锁业出现了前所未有的投资热潮，医药零售领域已成为继IT业之后的又一资本聚集新洼地，医药连锁经营发展何去何从也成为了大众瞩目的焦点。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家经贸委、中国商业协会、国家药品监督管理局、中国医药商业协会、中国药学会、中国行业研究网、南方医药经济研究所、中国连锁经营协会、国内外相关报纸杂志的基础信息以及医药经营专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国医药连锁经营现状、发展水平、特点及未来发展趋势进行了分析。报告重点分析了医药连锁的现状、商业环境和经营管理策略，报告运用SWOT法对医药连锁进行了详细的分析，并对医药连锁经营未来的发展趋势进行了研判，对医药连锁的经营管理提出了建议，是相关医药流通企业、战略投资者等单位准确了解目前医药连锁发展动态、把握发展方向不可多得的精品。

第一部分 医药连锁经营概况 第一章 连锁经营的定义和发展 1 第一节 连锁经营的概念 1 一、连锁经营的基本概念 1 二、连锁经营的加盟形式 1 第二节 连锁经营利弊一席谈 3 一、连锁经营的特点 3 二、连锁经营的优势 5 三、医药连锁经营的优势 6 第三节 连锁经营的发展简史 7 第四节 中国连锁经营发展概况 9 一、我国特许经营的发展阶段 10 二、我国特许经营的两种基本形式 11 三、中国特许经营发展的几个主要特点 11 四、我国连锁经营的发展与国外的区别 12 第二章 医药连锁业的发展现状 15 第一节 世界连锁药店的发展缘起 15 一、美国的医药连锁业 15 二、日本医药连锁业发展趋势 26 第二节 我国医药连锁业发展现状 28 一、我国医药零售业总体概况 28 二、2005年我国医药连锁业发展现状 29 第二部分 行业外部环境分析 第三章 医药行业的发展现状和趋势 37 第一节 我国医药行业发展现状 37 一、推动药业高增长的四大因素 37 二、从量变到质变 39 三、五大子行业发展差别大 42 四、关注龙头企业 43 第二节 我国医药行业发展趋势 45 一、我国医药产业腾飞的十大趋势 45 二、2005年我国医药行业发展形式预测 47 第四章 药品消费需求市场分析 49 一、医药经济运行将继续呈现平稳增长的态势 49 二、药品消费结构将发生新变化 49 三、药品价格将趋于合理 50 第五章 政策导向对医药连锁行业的影响 52 第一节 药品流通体制变革 52 第二节 国内医药连锁业快速发展的政策背景 53 第三节 我国医药连锁业发展的政策制约 56 一、税收政策有望调整 56 二、地方堡垒有待攻破 56 三、产权问题亟待解决 57 第四节 政策实施后的行业新动向 58 一、医药走近为哪般 58 二、医药分家如何分 59 三、医药通吃利在谁 60 第六章 加入WTO对医药行业的影响 61 第一节 有关承诺 61 第二节 加入WTO对医

药产业的具体影响 63 一、知识产权方面 63 二、进口关税税率方面 64 三、对上市公司的影响 64 第三节 我国医药行业的机遇和对策 66 一、加入WTO我国医药行业将面临的机遇 66 二、我国医药行业的对策 66 第四节 加入WTO中国医药产业跨国经营的选择 69 一、我国医药产业跨国经营面临的挑战 69 二、中国医药产业跨国经营的对策 71 第五节 医药连锁企业如何面对入世分销放开 76 一、提高管理水平，尽快适应竞争环境 76 二、更新营销理念，全面实施营销策略 77 三、组建企业联盟，迎接入世竞争挑战 79 四、完善服务管理，强化经营服务理念 80 第六节 国际竞争下中国医药零售行业的生存之道 80 一、构建低成本优势 81 二、建立差异化优势 83 第三部分 行业内部情况分析 第七章 医药连锁行业分析 86 第一节 医药连锁的价值分析 86 一、通路的价值 86 二、新兴行业，市场潜力巨大 87 三、利润高低与管理水平直接挂钩，现金流好 88 四、稳定竞争行业，经营风险较小 88 第二节 进入医药连锁行业的可行性分析 89 一、医药连锁行业的进入壁垒 89 二、执业药师现状 90 三、关于GSP认证 94 第三节 加盟医药连锁的条件 100 一、药品零售准入标准提高 100 二、加盟主体资格的要求 100 三、加盟特许经营的条件 101 第八章 医药连锁经营模式分析 103 第一节 连锁药店的市场定位 103 一、经营定位的紊乱现象 103 二、连锁药店的定位分析 104 三、连锁药店经营定位的三大误区 106 第二节 医药连锁企业核心竞争力的建立 109 一、企业核心竞争力的定义 109 二、医药连锁企业核心竞争力的建立 110 三、以信息化提升医药连锁企业的核心竞争力 116 第三节 特许经营为药店圈地提速 120 一、“本地和尚”成为“圈地”助手 120 二、统一配送突破发展瓶颈 120 三、特性经营需要共担风险 121 四、选择特许分店的关键性问题 122 第四节 加盟药店的经营模式 125 一、加盟缔造双赢 125 二、哪种模式最好 126 三、制约加盟的因素 127 第五节 连锁药业如何进行跨省合作 128 一、拥抱大卖场 128 二、资本运营 129 三、跨入农村市场的合作模式 129 第四部分 行业竞争现状分析 第九章 部分省市医药连锁市场竞争情况 131 第一节 北京医药连锁市场竞争现状 131 一、京城药店连锁风云正急 131 二、京城药店连锁又添第八家 135 第二节 上海医药连锁市场概况 137 第三节 广东医药连锁市场竞争现状 139 一、冲突在所难免，深穗连锁药店面临大碰撞 139 二、广州药品零售市场现状 142 三、深圳药品零售市场竞争现状 143 四、珠海连锁药店竞争现状 147 第四节 湖南医药连锁市场概况 149 一、鼓励药店进军农村 149 二、“金沙”VS“老百姓”--长沙医药连锁市场竞争激烈 152 第五节 部分城市医药连锁市场竞争现状 155 一、大连医药连锁市场概况 155 二、郑州医药连锁市场概况 158 三、石家庄医药零售市场探析 163 四、福州医药零售市场现状 169 五、合肥零售药店：拼完价格拼服务 173 六、温州药店：不愠不火 175 七、苏州药店：不打“平价战” 177 八、攀枝花药店：坐享地利之肥 179 第十章 医药连锁市场重点企业分析 182 第一节 我国主要医药连锁企业概况 182 一、2005年我国连锁药店经营情况 182 二、开展医

药连锁经营的医药类上市企业最新情况 188 第二节 医药上市公司在医药连锁市场的竞争现状及策略分析 189 一、行业竞争现状 189 二、上市公司投资连锁药业各有策略 193 三、现有上市公司发展连锁药业启示 195 第三节 医药连锁行业领先企业成功经验分析 196 一、“新科状元”辽宁成大方圆的成功之道 196 二、三九集团的成功之道 198 三、“海王星辰穿”龙袍” 202 四、同仁堂的选择：医药连锁信息化 206 五、西单金象：靠周全服务取胜 208 六、华氏大药房：靠药学服务打造核心竞争力 210 七、北京医药：医药物流一枪破闷局 212 八、桐君阁：利用社会网络资源 214 第四节 医药连锁大型企业发展前景分析 215 一、一致药店：进入第二个快速发展期 215 二、桐君阁大药房：二次创业，二次提高 216 三、四川杏林：形式多样，慎言扩张 217 四、开心人：扩张计划 217 五、广西同济：药店+医院，发展都不错 218 第十一章 外资涌入医药连锁业 220 第一节 借力本土药企，外资急跳连锁舞 220 一、海王星辰100万美元购买特许经营权 220 二、和黄旗下的屈臣氏在珠三角积极部署开药店 221 三、国内零售药店与普通商业企业合作发展医药连锁经营 222 第二节 美信与海王共舞 223 第三节 三九联手八九君泽 224 第四节 桐君阁与菲特烈结缘 229 第五节 屈臣氏试水中国零售药业 231 第五部分 管理、经营策略及投资建议 第十二章 连锁药店的管理 235 第一节 SSC：连锁药店的管理关键 235 第二节 如何提高单店（药店）营业额 239 第三节 连锁药店促销 242 第四节 连锁药店的店员管理 244 第五节 连锁药店员工目标设定 247 第六节 连锁药店员工奖励的设定 248 第七节 连锁药店仓储配送中心的目的及地点设置 252 第八节 连锁药店如何进行单品管理 254 第九节 连锁药店导入自动化的几项原则与重点 256 第十节 连锁药店人员培训的意义及分类 260 第十三章 连锁药店的经营策略 266 第一节 如何成功进行连锁经营 266 一、科学选择连锁业态，精心策划运作方式 266 二、发展特许连锁经营，培育名牌连锁企业 267 三、加快连锁企业制度创新步伐 271 四、提升核心技术，发展连锁经营 272 五、商业重组，扩大规模 276 六、连锁商圈的调查与选址 277 第二节 连锁药店的策略选择 282 一、经营环境分析 282 二、顾客需求 283 三、竞争的主要策略 283 四、品牌差异化的操作方向 284 第三节 如何选择连锁药店店址 285 一、连锁药店店址应具备的条件 285 二、连锁药店店址选定的程序 286 三、连锁药店选址应注意的事项 286 四、三角形店址选择法 288 五、连锁药店在超市中的发展模式 289 第四节 连锁药店流程、盈利模式及竞争要素分析 291 第五节 连锁药店的营销方式分析 294 一、跨店面营销：药店营销的一把利器 294 二、卖场生动化：品牌药店的无声推销员 296 三、电话购药：售药新模式泉城现端倪 301 四、数码药店引领医药连锁业走信息化之路 302 五、除了卖药，药店还能卖什么 306 第六节 定点药店的竞争优势 310 第七节 平价药品超市的经营状况分析 313 一、大型平价药品超市突飞猛进 313 二、平价药品超市经营八大特点 316 三、何以保持药品平价 318 四、平价大药房的困惑与危机 321 五、平价

药品超市的经济学与营销学思考 324 六、大型平价药品超市生存之道和发展趋势 328 第八节 美国医药连锁行业的成功经验 331 一、医药分开 成熟经营 331 二、“药味”淡化 一店购足 332 三、处方递增 微利经营 333 四、规模经营 IT的运用 334 五、注重经营美丽健康产品和自有品牌 334 六、配备药师 实行专业化服务 335 七、充分发挥连锁组织（NACDS）的作用 336 第十四章 医药连锁行业的投资建议 337 第一节 我国医药零售业发展的趋势 337 第二节 医药连锁与邮政联手 338 第三节 三级市场别有洞天 339 第四节 进入农村市场可行性分析 341 第六部分 附录 附录1 国内贸易部 连锁店经营管理规范意见 346 附录2 药品零售跨省连锁试点企业名单 348 附录3 执业药师培训中心名单 353 附录4 全国58家企业GSP认证企业名单 358 图表目录 图表 连锁经营与传统商业的比较 3 图表 不同连锁经营形式的比较 3 图表 产品分销特许 11 图表 经营模式特许（餐饮业） 11 图表 美国各渠道处方药所占比例 18 图表 美国连锁药店门店数目最多的5家连锁店 18 图表 美国近年来药店的并购活动 18 图表 CVS及Walgreer的利润率及资本回报率 19 图表 不同药店销售结构表 20 图表 不同药店处方药销售比例 20 图表 美国零售药店发展变化状况 21 图表 美国前十大连锁药店处方销售额 22 图表 日本连锁药店规模 26 图表 日本连锁药店构成 27 图表 中国药品零售连锁企业门店数前50名 32 图表 中国药品零售连锁企业销售额排序前100名（万元） 33 图表 医药行业与国民经济增长比较 37 图表 药品零售企业核心竞争力 110 图表 药品零售企业客户关系管理六要素 112 图表 品牌价值对于品牌市场地位的贡献度 113 图表 上海医药商业领域的覆盖范围 138 图表 我国主要连锁药店情况表 182 图表 医药连锁企业单店年销售额1000万元以上公司名单 182 图表 中国药品零售连锁企业销售额排序前100名（万元） 183 图表 中国药品零售连锁企业门店数前50名 186 图表 医药上市企业综合实力排行情况（医药流通板块） 188 图表 开展连锁经营的医药类上市公司一览表 188 图表 大型平价药品超市统计表 314

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46310.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。