

2014-2019年中国医药连锁 市场调研与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国医药连锁市场调研与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201404/103096.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

连锁经营是一种商业组织形式和经营制度，是指经营同类商品或服务的若干企业，以一定的形式组成一个联合体，在整体规划下进行专业化分工，并在分工基础上实施集中化管理，把独立的经营活动组合成整体的规模经营，从而实现规模效益。

2012年药品流通市场规模仍维持较快增长，但增速趋缓。全年药品流通行业销售总额达11174亿元，首次突破万亿元，同比增长18.5%，增幅比2011年回落4.5个百分点，其中，药品零售市场销售总额2225亿元，同比增长16%，增幅回落4个百分点。截至2011年底，全国共有药品批发企业1.39万家；药品零售连锁企业2607家，下辖门店14.67万个；零售单体药店27.71万个；零售药店门店总数达42.38万个。

2012年，中国零售药店市场整体表现较为平稳，全国27个主要城市的零售药店市场销售规模为498亿人民币；相对2011年的468亿人民币，增长率为6.4%。但相较于2011年的7.6%而言，增速有所放缓。目前中国药店多元化面临着很大的难题。很多医保定点药店都面临两难的选择，非药下柜，限制多元化，同时又驱使多元化。社区医疗机构和县镇卫生机构在新医改中全面实施基药制度和医疗报销制度，基药和医保目录内药品销售在药店将急剧下降，药店必须靠多元化品类销售弥补营业额和毛利率损失

进军医药电子商务也是很多药品零售企业的选择，截至2012年底，全国具有互联网药品交易服务资格的企业有117家。2012年国内网上药店市场总体规模已经突破16亿元，较2011年实现了较大幅度的增长。很多企业正在试图通过电子商务的方式寻找出路，如开心人、金象、九州通好药师等都已经打开了局面，实现了盈利。

《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015年）》提出：“十二五”期间药品零售连锁百强企业年销售额占药品零售企业销售总额的比例达到60%以上。近两年来，全国零售药店数量持续增长，从2008年的36.5万家增加到2011年的42.4万家，增幅为16%，但是，药品零售连锁百强企业销售比例却由35.4%降到34.6%，距离2015年规划所要达到的60%指标相差越来越大。分析原因，主要是药品零售连锁企业在并购重组及连锁经营中存在一些政策障碍等问题，使企业发展速度减缓。

目前，医药连锁经营已经成为市场经营发展的必然趋势。也是提升企业效率、降低成本最直接的方式，据报道，由于房租、人力等经营成本的提升，导致药店连锁企业毛利率明显下降，一些议价能力稍弱的中小型零售药店已经出现大面积亏损迹象。在这种现状下，药店连锁企业开始思索如何生存与发展的问題。

本行业报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家食品药品监督管理局、中国药学会、中国医药商业协会、南方医药经济研究所、中国连锁经营协会、全国商业信息中心、《中国

药店》、《中国药业情报》、国内外相关刊物的基础信息以及医药连锁行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国医药连锁行业的发展情况、经营模式、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来医药连锁行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了医药连锁行业今后的发展与投资策略。

本医药连锁行业报告，为医药连锁企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 行业发展分析

第一章 医药连锁经营发展概述 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

三、中国药店业态概述 2

四、中国特许经营的发展阶段 3

第二节 连锁经营利弊分析 6

一、连锁经营的特点 6

二、连锁经营的优势 7

第三节 中国连锁经营发展概况 9

一、中国医药行业产业链 9

二、医药连锁经营的分类 10

三、医药连锁经营的优势 11

四、医药连锁经营存在的问题 12

第二章 医药连锁业发展分析 14

第一节 中国医药零售业发展现状 14

一、2012年医药制造业实现产品销售收入 14

二、2012年医药制造业市场价格分析 15

三、2012年药品零售市场发展分析 18

四、2012年药品流通行业运行统计分析 19

五、2013年药品零售行业倡导规范管理行动 28

六、2013年药品零售业面临洗牌 28

七、我国过半药品销售企业可能面临退市 32

第二节 中国医药连锁业发展政策环境 32

一、2012年连锁药店将推行分级制度 32

二、2013年药品零售行业的政策环境 33

三、2013年药品经营两证整合启动 37

四、2013年新版GSP对大型连锁药店的影响 39

五、2013年药店连锁企业中医坐堂行医正式解禁 42

第三节 中国医药连锁业发展现状 43

一、我国医药零售连锁企业的亮点 43

二、连锁药店目前存在的问题 44

三、医药零售连锁经营的改进方法 45

第四节 2012-2013年医药连锁发展态势分析 48

一、2012年中国零售药店市场分析 48

二、2012年医药连锁行业经营发展态势分析 53

三、2013年中国网上药店发展分析 55

四、2013年新医药电商模式 61

五、2013年连锁药店多元化受限 61

六、2013年中国药店年度发展报告正式对外发布 64

第五节 2012-2013年中国连锁药店整合、并购情况分析 65

一、政策助推连锁药店行业加快整合升级 65

二、政策淘汰规模小的药店鼓励连锁企业发展 66

三、连锁药店积极谋求做大做强 68

四、大型连锁药店发展瓶颈 70

第六节 2013年中国连锁药店资本运作情况分析 72

一、全国架构意长远 72

二、大区屯兵谋控制 73

三、局地深耕求协同 75

第三章 医药连锁经营模式分析 77

第一节 零售药店经营模式分析 77

一、平价 78

二、高毛利 78

三、贴牌 79

四、多元化 79

五、药店管理 80

六、人才瓶颈 80

七、药店直供 81

八、医药分开 81

九、社区卫生服务 82

十、资本运作 82

第二节 平价药品超市现状分析 83

一、“平价对中国药品零售市场作用与意义 83

二、平价药品超市转型面临的难题分析 83

三、平价药品超市目前的发展瓶颈 85

四、平价药品超市的营销策略 86

五、平价药店的转型的四大方向 88

第三节 连锁药业的跨省合作分析 91

一、跨省连锁不要跨入“规模化”误区 91

二、跨省连锁经营药店的竞争与合作 92

第四节 医药连锁合作模式分析 95

一、合资授权式 95

二、采购联盟式 95

三、收购控股式 95

四、商商联盟式 96

五、工商联盟式 96

第五节 连锁药店经营和管理上的八个统一 97

一、标识系统的统一 97

二、服务规范的统一 97

三、质量检验的统一 97

四、经营管理的统一 97

五、货源采购的统一 98

六、商品配送的统一 98

七、价格体系的统一 98

八、财务核算的统一 98

第六节 便利型药店的经营与服务创新 99

一、消费行为背后的理念转变	99
二、商品、服务、人员的三维创新	100
第四章 医药连锁区域市场分析	102
第一节 2013年一线城市医药连锁市场分析	102
一、北京	102
二、上海	105
三、广州与深圳	108
第二节 2013年二线城市医药连锁市场分析	113
一、大连	113
二、贵阳	116
三、武汉	119
第三节 山东医药连锁市场概况	123
一、2013年山东药品零售行业面临洗牌	123
二、2013年青岛医药连锁市场概况	125
三、2013年济宁零售药店年内迎药品新规首考	128
第二部分 行业竞争格局分析	
第五章 中国医药连锁业竞争状况分析	130
第一节 市场集中度及行业格局分析	130
一、医药连锁行业市场集中度	130
二、医药连锁药店业态竞争格局	130
三、2012~2013年度中国药店排名	132
四、连锁药店集中度提升的政策障碍	142
第二节 2012-2013年度中国连锁药店百强企业解析	144
第三节 2012-2013年度中国药店单店发展解析	176
一、环境决定生态	178
二、人员：“店魂”所在	181
三、品规：一店一策	182
四、顾客为王	185
五、销售与费用	186
第四节 中国药店进入营销竞争时代	189
第五节 药企进军终端领域现状	191
第六节 2013年中国药店区域整合加速度	194

一、区域市场整合潮起	194
二、并购进行时	197
三、区域合作：“加法”赢市场	201
四、正百康：开创连锁整合新模式	204
第六章 中国医药连锁业主要企业分析	209
第一节 国药控股国大药房有限公司	209
一、公司概况	209
二、公司经营情况分析	209
三、公司发展策略分析	209
四、公司最新发展动态分析	210
第二节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司	211
一、公司概况	211
二、公司经营情况分析	211
三、公司发展策略分析	212
四、公司最新发展动态分析	213
第三节 广东大参林连锁药店有限公司	214
一、公司概况	214
二、公司经营情况分析	214
三、公司发展策略分析	215
四、公司最新发展动态分析	215
第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司	216
一、公司概况	216
二、公司经营情况分析	216
三、公司发展策略分析	217
四、公司最新发展动态分析	218
第五节 重庆和平药房连锁有限责任公司	218
一、公司概况	218
二、公司经营情况分析	219
三、公司发展策略分析	219
四、公司最新发展动态分析	221
第六节 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司	221
一、公司概况	221

二、公司经营情况分析 222

三、公司发展策略分析 222

四、公司最新发展动态分析 222

第七节 湖北同济堂药房有限公司 223

一、公司概况 223

二、公司经营情况分析 224

三、公司最新发展动态分析 224

第八节 成大方圆医药连锁投资有限公司 225

一、公司概况 225

二、公司经营情况分析 226

第九节 上海华氏大药房有限公司 229

一、公司概况 229

二、公司经营情况分析 229

三、公司发展策略分析 230

四、公司最新发展动态分析 231

第十节 益丰大药房连锁股份有限公司 232

一、公司概况 232

二、公司经营情况分析 233

三、公司发展策略分析 235

四、公司最新发展动态分析 236

第三部分 行业发展预测

第八章 2014-2019年中国医药行业发展分析及预测 238

第一节 中国医药行业发展的主要驱动因素 238

一、经济增长 238

二、人口老龄化 238

三、城市化进程 244

四、新医改的推动 248

五、居民医疗保健意识增强 248

六、技术进步 248

第二节 2012年我国医药行业经济运行情况及2013展望 249

一、2012年医药行业市场运行情况 249

二、2012年医药行业进出口情况 256

三、2012年医药行业投资情况	260
四、2012年医药行业经营情况	261
五、2013年医药制造业发展预测	264
第三节 “十二五”医药行业发展前景展望	265
一、《医药工业“十二五”发展规划》解读	265
二、《“十二五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案》解读	280
第九章 2014-2019年药品消费市场需求分析及预测	283
第一节 医药市场需求及结构分析	283
一、药品消费结构发生新变化	283
二、医药市场结构呈现多元化	284
三、2015年中国医药市场规模	285
四、2016年我国医药市场规模	285
五、2017年中国或将成为全球第二大医药需求市场	286
第二节 非处方药消费分析	287
一、非处方药市场消费者行为分析	287
二、2010 -2020年我国OTC市场需求强劲	293
三、后OTC时代 大健康产业强势崛起	294
第三节 部分药品市场分析	296
一、感冒药消费调查	296
二、胃药消费调查	297
三、抗过敏用药零售市场规模分析	302
第十章 2014-2019年中国医药连锁业发展趋势预测	305
第一节 全国药品流通行业发展规划纲要（2011 - 2015年）	305
一、现状与形势	305
二、指导思想与总体目标	307
三、主要任务	307
四、保障措施	311
第二节 药店经营趋势	312
一、药店经营走进营销时代	312
二、传统药店转型	315
三、单体药店走向专业化	317
四、整体趋势走向连锁化	318

五、大型连锁走向多元化 318

第三节 连锁药店多元化 318

一、西方国家连锁药店多元化 319

二、我国连锁药店多元化现状 320

三、我国连锁药店多元化的难题 321

四、中国药店是否需要多元化 323

五、如何把多元化的陷阱变成机会 325

六、连锁药店未来发展趋势走向分析 327

第四节 特许加盟是连锁药店发展的必然趋势 330

一、特许加盟连锁的本质特征 330

二、特许加盟模式是我国药店发展的必然趋势 331

三、我国零售药店连锁加盟问题及对策探讨 331

第五节 连锁药店竞争趋势 332

一、上市连锁药店扩张的必由之路 332

二、并购整合成为中国医药零售行业的必然发展趋势 335

第四部分 行业发展战略

第十一章 国外经验借鉴 336

第一节 日本成功经验借鉴 336

一、日本连锁药店的业态特征 336

二、连锁药店的成功经营模式 337

三、日本现代连锁药店发展介绍 340

第二节 美国医药连锁行业的成功经验 343

一、医药分开成熟经营 343

二、“药味”淡化一店购足 344

三、处方递增成熟经营 344

第三节 美国CVS连锁药店管理以及经营策略 345

一、CVS的理念 345

二、CVS的历史 346

三、CVS概况 351

四、CVS的经营特点 351

五、CVS公司近年的财务分析 353

六、CVS的发展分析 354

七、新的契机	356
八、启示	357
第四节 中美两国连锁药店的发展差异	358
第十二章 2014-2019年连锁药店发展战略	363
第一节 中国连锁药店发展对策	363
一、我国连锁企业发展的沿革与现状	363
二、我国连锁药店发展存在的主要问题	364
三、发展医药连锁经营的措施	365
四、加快网点建设形成经营特色	366
五、加强服务管理完善服务内涵	366
六、建立“连锁企业联盟”	367
七、适者生存：药店当审时度势谋发展	367
八、新医改下中小药店的出路	370
九、药店应如何应对基本药物目录的冲击	371
十、2013年零售药店专家发展建议	374
第二节 医药零售连锁企业战略模式探讨	378
一、医药零售连锁企业实施战略管理的五个关键环节	378
二、不同的医药连锁零售企业的战略模式选择	378
三、结语	380
第三节 通过资本运营加快连锁药店的扩张	380
一、所考察连锁药店情况简介	381
二、资本运营的必要性 with 案例	381
三、需要注意的几个问题	383
第四节 连锁药店进农村模式分析	383
一、资本运营	383
二、邮政物流	384
三、药品连锁专柜	385
四、城市包围农村	386
第五节 连锁药店舆论策略	386
一、连锁药店舆论策略	386
二、在处理顾客投诉问题中挖掘商机	389
第十三章 2014-2019年连锁药店经营管理策略	390

第一节 连锁药店的经营策略 390

一、经营环境分析 390

二、顾客需求 391

三、竞争的主要策略 391

四、品牌差异化的操作方向 392

第二节 连锁药店市场定位策略 392

一、经营定位的紊乱现象 392

二、连锁药店的定位分析 393

三、连锁药店经营定位的三大误区 395

第三节 医药连锁企业信息化的战略思考 397

一、医药连锁企业信息化总体思路 397

二、管理模式与IT规划的关系分析 398

三、医药连锁企业信息化需求分析 399

四、医药连锁企业信息化总体设计思想 400

五、医药连锁企业信息化应用架构 402

第四节 医药连锁企业药品销售波动下的配送的方案 404

第十四章 2014-2019年连锁药店竞争策略 407

第一节 连锁药店的核心竞争要素 407

一、供应链 407

二、商品结构 407

三、店员素质 409

四、品牌形象 409

第二节 医药连锁企业核心竞争力的建立 409

一、企业的核心竞争力的定义 409

二、医药连锁企业核心竞争力的建立 410

三、以信息化提升医药连锁企业的核心竞争力 412

第三节 连锁药店营销策略 415

一、实施整体营销策略 415

二、差异化竞争取胜 416

三、正确选择和销售主推品种 417

四、药店自营品牌开发策略 419

第四节 连锁药店节日促销策略 422

一、药品商场超市的节日促销策略	422
二、连锁药店的节日促销策略	423
第十五章 2014-2019年医药连锁行业投资策略	425
第一节 医药连锁行业风险与机会分析	425
一、医药连锁行业风险分析	425
二、医药连锁行业机会分析	426
第二节“医药分业”的商业潜机	426
一、不懈探索	426
二、商业机遇	427
三、理性投资	428
四、掘金处方药	429
五、中药成为药店利润新增长点	432
第三节 农村药品市场分析	433
一、农村药品市场潜力巨大	433
二、农村医药市场营销有望成为新亮点	435
三、连锁药店“下乡”需政策鼓励	436
第四节 医药连锁店的投资及经营之道	437
一、市场前景	437
二、投资机遇	438
第五节 重点关注领域	440
一、OTC药品市场	440
二、医保药品	441
三、药妆店	442
第十六章 医药连锁赢利模式突破策略	445
第一节 药店赢利商圈要素考量	445
第二节 微利时代的连锁药店盈利模式突破	448
一、如何降低成本	448
二、通过经营手段提高赢利能力	449
第三节 海王星辰连锁药店的赢利战略	451
图表目录	
图表：连锁经营行业子行业分类	1
图表：中国医药行业产业链示意图	10

图表：2011年1月～2012年12月中西药品零售总额及同比增速 14

图表：2009年2月～2012年12月我国医药制造业产品销售收入及增速 15

图表：2012年1～12月医药制造业七大子行业产品销售收入、增速及占比 15

图表：2011年1月～2012年12月医药制造业工业品出厂价格指数 16

图表：2011年1月～2012年12月成都中药材价格指数 16

图表：2011年1月～2012年11月我国化学原料药出厂价格指数 17

图表：2011年1月～2012年12月我国部分化学原料药价格 17

图表：2008-2012年药品流通行业销售趋势 24

图表：2012年药品流通行业销售品类结构分布 25

图表：2012年典型样本城市零售药店销售品类结构分布 25

图表：2012年规模以上药品流通企业主营业务收入所有制结构分布 25

图表：2012年规模以上药品流通企业利润总额所有制结构分布 26

图表：2012年药品批发直报企业商品配送结构 26

图表：2012年药品批发直报企业物流费用结构 26

图表：2012年不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况 27

图表：2008-2011年零售药店数量 27

图表：2012年药品流通上市公司市值 28

图表：2002-2011年中国连锁药店企业数量增长情况 65

图表：2012～2013年度中国药店排行榜（销售额） 132

图表：2012～2013年度中国药店排行榜（直营店数量） 136

图表：2012～2013年度中国药店排行榜单店（销售额） 139

图表：2005-2016年中国卫生费用 248

图表：2011年2月～2012年12月医药制造业工业增加值增速 250

图表：2009年～2012年我国医改政策路线图 251

图表：2011年1月～2012年12月我国中成药月度产量及同比增速 252

图表：2011年1月～2012年12月我国化学原料药月度产量及同比增速 252

图表：2011年1月～2012年12月中西药品零售总额及同比增速 253

图表：2009年2月～2012年12月我国医药制造业产品销售收入及增速 253

图表：2012年1～12月医药制造业七大子行业产品销售收入、增速及占比 254

图表：2011年1月～2012年12月医药制造业工业品出厂价格指数 254

图表：2011年1月～2012年12月成都中药材价格指数 255

图表：2011年1月～2012年11月我国化学原料药出厂价格指数 256

图表：2011年1月～2012年12月我国部分化学原料药品价格 256

图表：2011年1月～2012年12月我国医药品月度进口额及同比增速 257

图表：2011年1月～2012年12月我国抗菌素制剂月度进口额及同比增速 257

图表：2011年1月～2012年12月我国医药品月度出口额及同比增速 258

图表：2011年1月～2012年12月我国药材月度出口额及同比增速 258

图表：2011年1月～2012年12月我国中式成药出口额及同比增速 259

图表：2011年1月～2012年12月抗菌素（制剂除外）月度出口额及增速 259

图表：2011年1月～2012年12月抗菌素（制剂除外）月度出口均价 260

图表：2011年2月～2012年12月我国医药制造业投资额及同比增速 260

图表：2009年2月～2012年12月我国医药制造业利润总额及同比增速 261

图表：2012年1～12月我国医药制造业子行业利润总额、增速及占比 261

图表：2009年2月～2012年12月我国化学制药业利润总额及同比增速 262

图表：2009年2月～2012年12月我国化学制药业产品销售成本及增速 262

图表：2009年2月～2012年12月我国中药制造业利润总额及同比增速 263

图表：2009年2月～2012年12月我国生物药品制造业利润总额及增速 264

图表：OTC消费信息来源 291

图表：影响患者使用感冒药品的因素 297

图表：胃药产品销售按销售金额排名 297

图表：胃药产品销售按销售量排名 298

图表：目前美国CVS连锁药店门店数量最新分布 350

图表：CVS连锁药店净销售额的百分比 353

图表：医药连锁企业的信息化应用架构 402

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103096.html>