

2021-2027年中国连锁药店 行业分析与发展前景报告

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

《2021-2027年中国连锁药店行业分析与发展前景报告》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/202108/231761.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

连锁药店是现今中国药品零售业的一个最重要的组成形式。连锁药店是将有着共同经营理念，服务规范和完整质量管理体系的单体药店，在一个连锁总部的统一管理下以统一进货或授权加盟等多种方式连接起来，实现统一化，标准化，规范化的经营管理，即把独立的，分散的药店联合起来，形成覆盖面更广地规模进行经营。

连锁药店的供应商的平均周转天数提升，说明药店的产业链议价能力有显著提升，药店终端的行业地位有望逐步靠近第一终端。尤其对上市连锁药店来说，上游企业越来越多的第二终端销售队伍建设以及品牌战略合作下，上游影响力提升是确定性趋势。2011-2019年供应商平均资金周转天数数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国连锁药店行业分析与发展前景报告》共九章。首先介绍了连锁药店行业市场发展环境、连锁药店整体运行态势等，接着分析了连锁药店行业市场运行的现状，然后介绍了连锁药店市场竞争格局。随后，报告对连锁药店做了重点企业经营状况分析，最后分析了连锁药店行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁药店产业有个系统的了解或者想投资连锁药店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章中国连锁药店行业发展模式与环境分析

第一节连锁药店行业定义

一、连锁药店行业定义

二、连锁药店行业发展阶段

第二节连锁药店行业壁垒分析

一、连锁药店行业进入壁垒分析

二、连锁药店行业退出壁垒分析

第三节连锁药店行业连锁模式分析

一、直营连锁模式分析

1、直营连锁模式概念

2、直营连锁模式的优、缺点

二、加盟连锁模式分析

1、加盟连锁模式概念

2、加盟连锁模式的优、缺点

第四节连锁药店行业盈利模式分析

一、“集中采购+药店销售”盈利模式分析

二、“药企直接供货+药店销售”盈利模式分析

三、盈利模式创新分析

第五节连锁药店行业市场环境分析

一、连锁药店行业政策环境分析

1、行业管理体制

2、行业政策环境

3、行业发展规划

二、连锁药店行业经济环境分析

三、连锁药店行业社会环境分析

四、连锁药店行业需求环境分析

1、居民支付能力分析

（1）居民人均GDP

（2）居民收入水平

（3）居民医疗保障水平

2、人口及疾病因素分析

（1）人口数量规模

（2）人口结构变化

（3）居民疾病情况

3、药品消费结构的变化

第二章国际连锁药店行业发展现状及经验借鉴

第一节美国连锁药店行业发展分析

一、美国连锁药店行业发展现状

二、美国连锁药店企业经营管理特点

三、美国连锁药店企业发展趋势

1、“第三方保险”

2、网上售药

3、欲占领中国医药连锁渠道

4、家庭护理蕴藏商机

四、美国连锁药店带给我国的启示

1、医药分开，成熟经营

2、注重经营健康产品和自有品牌产品

3、配备药师和实行专业化服务

4、充分发挥联盟组织的作用

5、规模经营和现代信息技术运用

6、每天低价（EDLP）战略

第二节日本连锁药店行业发展分析

一、日本连锁药店的业态特征

1、日本连锁药店行业发展现状

2、日本连锁药店企业经营模式

3、日本连锁药店企业商品构成

二、日本连锁药店带给我国的启示

1、便利化经营

2、活性的维护

3、确定发展趋势

4、培养专业型人才

第三节中国与美日连锁药店的差异对比

一、规模差距

二、经营模式的不同

三、商品种类和数量的差异

第四节国际连锁药店巨头经营分析

一、美国Walgreens公司经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营策略分析

5、企业门店选址分析

6、企业经营优劣势分析

二、美国CVS公司经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营策略分析

5、企业门店选址分析

6、企业经营优劣势分析

三、美国RiteAid公司经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营策略分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业经营启示分析

四、日本MatsumotoKiyoshi经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业经营策略分析

5、企业经营优劣势分析

6、企业经营启示分析

第三章中国连锁药店行业发展现状与经营分析

第一节连锁药店行业发展现状分析
新店盈利周期缩短数据来源：公开资料整理
新开店扩张加速，关店率基本平稳数据来源：公开资料整理

一、连锁药店行业发展的影响因素

1、连锁药店行业发展的有利因素

2、连锁药店行业发展的不利因素

二、连锁药店行业发展现状分析

1、连锁药店企业数量增长情况

2、连锁药店门店数量及分布情况

3、连锁药店门店数量区域分布情况

三、连锁药店行业发展存在的问题分析

第二节连锁药店行业经营水平及影响因素分析

一、连锁药店行业经营状况分析

二、行业盈利水平影响因素分析

- 1、政策对行业盈利水平的影响
- 2、行业内部竞争对盈利水平的影响
- 3、行业发展阶段对盈利水平的影响

三、连锁药店行业提升盈利水平的方法

- 1、连锁药店应形成规模经营
- 2、提高连锁药店的竞争力

第三节连锁药店行业百强企业经营分析

一、连锁药店行业百强销售收入变化情况

二、连锁药店行业重点企业变化情况

- 1、十强企业销售额/分店数量变化
- 2、十强、二十强、五十强、百强销售额变化

三、连锁药店行业重点门店变化情况

- 1、十强、二十强、五十强、百强门店数量分析
- 2、直营店数量十强企业分析
- 3、医保药店数量十强企业分析

四、连锁药店行业百强企业经营品规市场分析

- 1、连锁药店行业百强企业经营品规数量分析
- 2、连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析
 - (1) 百强企业处方药类产品销售额占比变化
 - (2) 百强企业处方药类产品利润贡献率变化
- 3、连锁药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析
 - (1) 百强企业中药饮片类产品销售额占比变化
 - (2) 百强企业中药饮片类产品利润贡献率变化
- 4、连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析
 - (1) 百强企业医疗器械类产品销售额占比变化
 - (2) 百强企业医疗器械类产品利润贡献率变化
- 5、连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析
 - (1) 百强企业食品/保健品类产品销售额占比变化
 - (2) 百强企业食品/保健品类产品利润贡献率变化

6、连锁药店行业百强企业“新三类”产品市场分析

(1) 百强企业“新三类”产品销售额占比变化

(2) 百强企业“新三类”产品利润贡献率变化

7、连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析

五、连锁药店行业百强企业运营效率分析

1、连锁药店行业百强企业客单价分析

2、连锁药店行业百强企业会员有效率分析

3、连锁药店行业百强企业坪效与人效分析

(1) 连锁药店行业百强企业坪效分析

(2) 连锁药店行业百强企业人效分析

六、连锁药店行业百强企业人力资源分析

1、连锁药店行业百强企业员工流失率分析

2、连锁药店行业百强企业员工薪资分析

第四节连锁药店行业百强单店经营分析

一、连锁药店行业百强单店销售收入分析

二、连锁药店行业百强单店坪效分析

第四章中国连锁药店行业竞争分析

第一节连锁药店行业内部竞争分析

一、连锁药店行业市场集中度分析

二、连锁药店行业供应商议价能力分析

三、连锁药店行业消费者议价能力分析

四、连锁药店行业替代者威胁分析

五、连锁药店行业新进入者威胁分析

六、连锁药店行业竞争格局分析

1、连锁药店行业业态竞争格局分析

(1) 全国性连锁药店竞争格局分析

(2) 跨区域连锁药店竞争格局分析

(3) 地市连锁药店竞争状况分析

2、连锁药店行业地区竞争格局分析

第二节连锁药店VS单体药店竞争分析

一、连锁药店VS单体药店竞争优势分析

二、连锁药店VS单体药店竞争劣势分析

第三节连锁药店企业重组整合分析

一、连锁药店企业兼并重组动因分析

- 1、政策因素
- 2、行业发展因素
- 3、企业战略因素

二、连锁药店企业重组整合现状分析

- 1、重组呈现“两头大”;
- 2、“同质”并购为主
- 3、联盟式重组整合频现

三、连锁药店行业重组整合中存在的问题

- 1、对并购整合重视程度不够
- 2、并购整合存在盲目性和随意性
- 3、并购整合存在片面性
- 4、并购整合不彻底、不到位
- 5、并购整合能力认识不足

四、连锁药店行业重组整合战略方法

第五章中国连锁药店行业业态定位与趋势分析

第一节连锁药店业态分类及影响因素

- 一、连锁药店业态分类
- 二、连锁药店业态发展情况
- 三、连锁药店业态定位的影响因素

第二节种连锁药店业态定位及其发展趋势

一、标准药店业态定位及其发展趋势

- 1、标准药店业态定位
- 2、标准药店核心竞争力
- 3、标准药店业态发展趋势

二、社区便利店业态定位及其发展趋势

- 1、社区便利店业态定位
- 2、社区便利店核心竞争力
- 3、社区便利店业态发展趋势

三、药诊店业态定位及其发展趋势

- 1、药诊店业态定位
- 2、药诊店核心竞争力
- 3、药诊店业态发展趋势

四、药妆店业态定位及其发展趋势

- 1、药妆店业态定位
- 2、药妆店核心竞争力
- 3、药妆店业态发展趋势

五、平价健康大卖场业态定位及其发展趋势

- 1、平价健康大卖场业态定位
- 2、平价健康大卖场核心竞争力
- 3、平价健康大卖场业态发展趋势

六、医保定点店业态定位及其发展趋势

- 1、医保定点店业态定位
- 2、医保定点店核心竞争力
- 3、医保定点店业态发展趋势

七、超市店中店业态定位及其发展趋势

- 1、超市店中店业态定位
- 2、超市店中店核心竞争力
- 3、超市店中店业态发展趋势

八、炒作型产品药店业态定位及其发展趋势

- 1、炒作型产品药店业态定位
- 2、炒作型产品药店核心竞争力
- 3、炒作型产品药店业态发展趋势

九、专科药店业态定位及其发展趋势

- 1、专科药店业态定位
- 2、专科药店核心竞争力
- 3、专科药店业态发展趋势

十、网上药店业态定位及其发展趋势

- 1、网上药店业态定位
- 2、网上药店核心竞争力
- 3、网上药店业态发展规模

4、网上药店业态发展趋势

第六章中国连锁药店行业消费者行为与营销策略分析

第一节药店消费者行为分析

一、药店消费者的消费行为解析

1、影响药品消费行为的因素

(1) 影响药品消费行为的个人因素

(2) 影响药品消费行为的社会因素

2、药店消费者的消费行为特征

(1) 消费者光顾药店的目的性明确

(2) 消费者每次的购买量并不大

(3) 消费者选择自主性十分有限

(4) 药店消费者对非处方药需求相对比较大

(5) 药品购买时间呈现一定特点

3、药店应针对消费特点，改进营销

(1) 药店经营要以人为本，重视消费者需求

(2) 重视服务营销

(3) 重视非处方药经营

二、消费者购药行为模式研究

1、顺从型模式的表现形式与对策

2、自主型模式的表现形式与对策

3、遵医型模式的表现形式与对策

第二节连锁药店行业口碑营销分析

一、连锁药店的口碑营销特点

二、连锁药店行业口碑营销优势

三、连锁药店实施的口碑营销策略

第三节连锁药店行业价格策略分析

一、连锁药店定价策略

1、合理、灵活的定价策略

2、连锁药店应采取灵活的会员制

3、自有品牌产品的低价格策略或高形象定价策略

4、注重发展第三终端、谋求市场占有率的低价策略

二、连锁药店应对药品价格竞争的策略

- 1、连锁药店应确定合理的药品价格
- 2、连锁药店要锁定自己的目标顾客和市场
- 3、连锁药店应随时了解竞争对手的一举一动
- 4、连锁药店应不断发掘市场空白点

第七章重点地区连锁药店行业发展分析

第一节广东省连锁药店行业发展分析

一、广东省连锁药店行业发展环境

- 1、广东省连锁药店行业政策环境
- 2、广东省连锁药店行业需求环境
 - (1) 广东省人口现状
 - (2) 广东省居民收入水平
 - (3) 广东省居民医疗保健支出水平

二、广东省连锁药店行业发展现状

- 1、广东省连锁药店行业总体发展情况
- 2、广东省连锁药店行业各主要地区发展现状
 - (1) 广州市连锁药店行业发展现状
 - (2) 深圳市连锁药店行业发展现状

三、广东省连锁药店重点企业与门店

四、广东省连锁药店行业发展前景

第二节上海市连锁药店行业发展分析

一、上海市连锁药店行业发展环境

- 1、上海市连锁药店行业政策环境
- 2、上海市连锁药店行业需求环境
 - (1) 上海市人口现状
 - (2) 上海市居民收入水平
 - (3) 上海居民医疗保健支出水平

二、上海市连锁药店行业重点企业与门店

三、上海市连锁药店行业发展前景

第三节北京市连锁药店行业发展分析

一、北京市连锁药店行业发展环境

1、北京市连锁药店行业政策环境

2、北京市连锁药店行业需求环境

(1) 北京市人口数量变化情况

(2) 北京市居民收入水平

(3) 北京市居民医疗保健支出

二、北京市连锁药店行业重点企业门店

三、北京市连锁药店行业发展前景

第四节云南省连锁药店行业发展分析

一、云南省连锁药店行业发展环境

1、云南省连锁药店行业政策环境

2、云南省连锁药店行业需求环境

(1) 云南省人口现状

(3) 云南省居民医疗保健支出水平

二、云南省连锁药店行业重点企业门店

三、云南省连锁药店行业发展前景

第五节辽宁省连锁药店行业发展分析

一、辽宁省连锁药店行业发展环境

1、辽宁省连锁药店行业政策环境

2、辽宁省连锁药店行业需求环境

(1) 辽宁省人口现状

(2) 辽宁省居民收入水平

(3) 辽宁省居民医疗保健支出

二、辽宁省连锁药店行业重点企业门店

1、辽宁省连锁药店行业重点企业门店情况

2、辽宁省连锁药店行业竞争现状

三、辽宁省连锁药店行业发展前景分析

第六节湖南省连锁药店行业发展分析

一、湖南省连锁药店行业发展环境

1、湖南省连锁药店行业政策环境

2、湖南省连锁药店行业需求环境

二、湖南省连锁药店行业重点企业门店

1、湖南省连锁药店行业发展总体特征

2、湖南省连锁药店行业地位

3、湖南省各地区连锁药店行业发展现状

三、湖南省连锁药店行业发展前景

第七节山东省连锁药店行业发展分析

一、山东省连锁药店行业发展环境

1、山东省连锁药店行业政策环境

2、山东省连锁药店行业需求环境

(1) 山东省人口数量

(2) 山东省居民收入水平

(3) 山东省居民医疗保健支出

二、山东省连锁药店行业重点企业与门店

1、山东省连锁药店行业地位

2、山东省连锁药店行业发展特点

三、山东省连锁药店行业发展前景

第八节吉林省连锁药店行业发展分析

一、吉林省连锁药店行业发展环境

1、吉林省连锁药店行业政策环境

2、吉林省连锁药店行业需求环境

(1) 吉林省人口现状

(2) 吉林省居民收入水平

二、吉林省连锁药店重点企业与门店

三、吉林省连锁药店行业发展前景

第八章中国连锁药店行业领先企业经营分析

第一节中国连锁药店企业总体发展状况分析

第二节中国连锁药店行业领先企业经营分析

一、中国海王星辰连锁药店有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

二、重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

三、国药控股国大药房有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

四、老百姓大药房连锁股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

五、北京同仁堂商业投资集团有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

六、广东大参林连锁药店有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

七、重庆和平药房连锁有限责任公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

八、湖北同济堂药房有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

九、云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

十、辽宁成大方圆医药连锁有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营产品结构

4、企业门店数量与分布

5、企业市场拓展分析

6、企业定位与服务对象

第九章中国连锁药店行业趋势、前景与发展策略

第一节连锁药店行业资本市场趋势分析

一、连锁药店行业融资情况

二、连锁药店行业资本市场趋势

1、医药连锁企业投资会持续

2、连锁药店上市会持续

3、连锁药店的并购重组会持续

三、资本的进入对连锁药店行业的影响

第二节连锁药店行业发展趋势与前景展望

一、连锁药店行业发展趋势

1、在地域选择上的趋势

2、在经营内容上的趋势

3、在内部管理上的趋势

4、在竞争方式上趋势

二、连锁药店行业发展前景展望

1、连锁药店行业发展机遇

2、连锁药店行业发展前景展望

第三节连锁药店行业发展策略分析

一、以效益为前提扩大连锁企业的规模

1、药品生产、批发、零售企业之间的兼并

2、中、小型药品零售连锁企业相互结成同盟军

3、药店连锁企业与其他商业企业或外资进行合作开店

4、在农村开设连锁药店

二、多元化经营需要慎重评估、定位与开发

1、影响多元化经营的因素

2、多元化经营的定位

3、药店多元化经营的方式

三、提高药师从业地位，扩展和深入药师工作职责

1、培养消费者主动向药师咨询安全购药、用药意识

2、突出药师的专业化形象

3、增强药师的服务意识和能力

- 4、发挥专业特长，开展知识讲座和培训
 - 5、保证用药安全性和有效性，反馈药品不良反应
- 四、建立连锁经营信息管理系统，实现管理方式信息化
- 1、连锁企业外部的信息管理系统
 - 2、连锁企业内部的信息管理系统
- 五、深入差异化经营，形成经营特色
- 1、选择合适的经营业态形成差异化
 - 2、努力实现经营品种的差异
 - 3、目标市场差异化

第四节连锁药店行业关键成功因素总结

- 一、强有力的总部优势
- 二、强有力的整合营销能力
- 三、强有力的单店管理能力
- 四、占有优势地理资源

部分图表目录：

图表1：连锁药店分类

图表2：医药产业价值链分析图

图表3：连锁药店行业发展阶段

图表4：国内外连锁药店行业发展阶段对比

图表5：直营连锁模式的优、缺点

图表6：直营连锁模式的优、缺点

图表7：我国连锁药店行业主管部门

图表8：连锁药店行业相关政策解读

图表9：2015-2019年连锁药店行业与GDP增速分析（单位：%）

图表10：2015-2019年我国居民人均GDP及增长率（单位：元，%）

图表11：2015-2019年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）

图表12：2015-2019年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）

图表13：2015-2019年中国医疗机构卫生费用构成（按支出个体）（单位：%）

图表14：来城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%）

图表15：2015-2019年中国大陆人口数量情况（单位：亿人，%）

图表16：2015-2019年我国城镇人口所占比例（单位：%）

图表17：2015-2019年中国65岁以上老年人口数量及占比（单位：亿人次，%）

图表18：第四次调查地区居民两周患病率（按性别）（单位：%）

图表19：第四次调查地区居民两周患病率（按年龄）（单位：%）

图表20：第四次调查地区居民两周患病率（按学历）（单位：%）

图表21：第四次调查地区居民两周患病率（按就业状况）（单位：%）

图表22：第四次调查地区居民慢性病患者率（按性别）（单位：%）

图表23：第四次调查地区居民慢性病患者率（按年龄）（单位：%）

图表24：第四次调查地区居民慢性病患者率（按疾病）（单位：%）

图表25：2015-2019年中国OTC市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表26：近年我国药品销售种类分布图（单位：%）

图表27：美国连锁药店总体情况（单位：%、万美元、美元、亿美元、平方英尺、亿平方英尺）

图表28：美国处方药销售渠道占比（单位：百万张）

图表29：2015-2019年日本连锁药店规模及店铺数（单位：10亿日元，千家）

图表30：日本连锁药店六强企业排名（单位：10亿日元，家）

图表31：日本连锁药店山品销售额占比（单位：%）

图表32：2015-2019年美国Walgreens公司营收能力分析（单位：亿美元）

图表33：2015-2019年美国Walgreens公司单店销售能力（单位：万美元，家）

图表34：美国Walgreens公司优劣势分析

图表35：2015-2019年美国CVS公司营收能力分析（单位：亿美元）

图表36：2015-2019年美国CVS公司利润率水平（单位：%）

图表37：美国CVS公司优劣势分析

图表38：2015-2019年美国RITEAID公司营收能力分析（单位：亿美元）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/231761.html>