

2024-2030年中国医药零售 市场深度分析与投资战略报告

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

《2024-2030年中国医药零售市场深度分析与投资战略报告》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/202310/412222.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

医药行业的产业链根据上下游关系可以分为药品制造业务、药品批发业务和药品零售业务，其中药品零售业务又可以根据终端渠道划分为医疗机构和零售药店，它们的终端服务对象均是医药消费者。但特殊的是，医疗机构主要以处方药消费为主，消费者选择自主权很弱，因此，医疗机构的药品消费终端实际上是手握处方权的医师群体；而零售药房目前主要以非处方药（OTC）为主，消费者拥有自主选择权，因而是一个充分竞争的市场。

医药零售业的发展真正开始于“十五”计划期间，也就是2000年左右，中国连锁药店的发展壮大虽然短短不到二十年，却走过了西方国家连锁药店几十年的历程，成为了中国医药产业链上最为市场化的一环。同时，医药零售业也完成了从单体药店时代向连锁药店时代的转变过程，连锁药店的经营管理从粗放型和非理性化管理逐步过渡到了理性化、规范化、程序化和标准化管理阶段，连锁药店的经营规模和管理水平不断提升，市场集中度不断提高。

近年来中国三大终端药品销售额逐年攀升，2019年中国三大终端药品销售额达17955亿元，较2018年增加了824亿元，同比增长4.81%，2020年受新冠肺炎疫情居家隔离影响，2020年中国三大终端药品销售额首次出现下滑，2021年开始恢复增长，2021年中国三大终端药品销售额达17747亿元，较2020年增加了1310亿元，同比增长7.97%。

从零售药店销售终端细分市场来看，2021年中国实体药店药品销售额完成4405亿元，较2020年增加了318亿元；网上药店药品销售额完成368亿元，较2020年增加了125亿元。

2021年5月10日，国家医保局会同国家卫生健康委出台《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见》，这是首次在国家层面上，定点零售药店将纳入医保药品供应保障范围，并实行与医疗机构统一的支付政策。2021年11月25日，河南省政府办公厅印发《河南省开展跨境电子商务零售进口药品试点工作实施方案》，在全国率先开展跨境电商零售进口药品试点，试点期为自国务院批复之日起3年。2022年9月1日，市场监管总局发布《药品网络销售监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第58号），自2022年12月1日起施行，对药品网络销售管理、平台责任履行、监督检查措施及法律责任作出了规定。2022年10月26日，国家药监局发布新修订《药品召回管理办法》，自11月1日起施行。时隔15年，国家药监局又拿出一个针对药品召回的全新管理办法，体现了药监局对药品管理理念、手段、方法的提高。2023年2月15日，国家医保局发布《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》，提到要高度重视定点零售药店纳入门诊统筹工作；强调积极支持定点零售药店开通门诊统筹服务；明确要完善定点零售药店门诊统筹支付政策。

近年来，随着城镇居民生活水平的不断提升，生活观念的逐步转变，防病治病的意识普遍增

强。越来越多的居民由被动就医变为主动预防，并进行健康投资，医疗保健消费快速增长。同时随着国家度医疗卫生服务事物的重视和投入不断加大，我国城镇居民人均年医疗消费支出和城镇基本医疗保险参保人数不断提升，这些都为医药零售未来发展提供了有力支撑。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国医药零售市场深度分析与投资战略报告》共七章。首先分析了医药零售行业的发展环境，接着分析了国内医药零售行业总体发展现状。然后，报告具体介绍了医药零售店、连锁药店、医药电商的发展，并对医药零售业重点上市公司经营状况进行了详细解析，最后科学预测了医药零售业未来的发展。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、国家药品监督管理局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国医药商业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对医药零售行业有个系统深入的了解、或者想投资医药零售行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年中国医药零售行业发展环境PEST分析

1.1 政策（Political）环境

1.1.1 “两票制”政策

1.1.2 三医联动改革

1.1.3 国家药品安全规划

1.1.4 新版国家基本药品目录

1.1.5 政策对医药零售店的影响

1.2 经济（Economic）环境

1.2.1 世界经济形势分析

1.2.2 中国经济发展现状

1.2.3 经济结构转型分析

1.2.4 宏观经济发展走势

1.3 社会（Social）环境

1.3.1 居民收入水平分析

1.3.2 医疗成本变化情况

1.3.3 人口老龄化进程分析

1.3.4 财政医疗卫生支出状况

1.3.5 医保控费逐步趋严

1.4 技术（Technological）环境

1.4.1 医药行业主要技术术语

1.4.2 医药行业技术概况

1.4.3 医药行业新技术层出不穷

1.4.4 医药行业技术发展方向

第二章 2021-2023年中国医药零售行业发展综合分析

2.1 中国医药零售行业发展概述

2.1.1 医药零售业直供模式分析

2.1.2 医药零售消费者需求分析

2.1.3 药品零售行业环境特点

2.2 2021-2023年医药零售行业发展现状

2.2.1 小型药店资格难获取

2.2.2 医药零售业并购风潮

2.2.3 医药电商格局转变态势

2.2.4 部分区域行业发展分析

2.3 中国医药零售行业波特五力竞争分析

2.3.1 行业内竞争者威胁

2.3.2 潜在加入者威胁

2.3.3 替代者威胁

2.3.4 购买者议价能力

2.3.5 供应者议价能力

2.4 中国医药零售业存在的问题

2.4.1 中国医药零售秩序不规范

2.4.2 “多小散乱差”局面仍然存在

2.5 中国医药零售业发展对策分析

2.5.1 促进我国医药零售业发展的策略

2.5.2 化解药品零售商与供应商冲突的措施

2.5.3 提升医药零售连锁企业顾客满意度的对策

第三章 2021-2023年中国医药零售店发展分析

3.1 中国医药零售店发展综述

- 3.1.1 主要特点
- 3.1.2 经营模式
- 3.1.3 相关政策
- 3.2 中国医药零售店现状分析
 - 3.2.1 药店数量
 - 3.2.2 销售规模
 - 3.2.3 市场结构
 - 3.2.4 区域格局
 - 3.2.5 服务能力
- 3.3 2021-2022年中国医药零售店排名情况
 - 3.3.1 2021年排名情况
 - 3.3.2 2022年排名情况
- 3.4 中国医药零售店分级管理实施状况
 - 3.4.1 分级管理的含义
 - 3.4.2 分级管理相关制度
 - 3.4.3 分级管理实施状况
 - 3.4.4 分级管理实施困境
 - 3.4.5 分级管理制度完善建议
- 3.5 中国医药零售店并购分析
 - 3.5.1 并购综述
 - 3.5.2 并购状况
 - 3.5.3 并购案例
 - 3.5.4 并购风险
 - 3.5.5 风险控制
- 3.6 中国医药零售店经营状况改善策略分析
 - 3.6.1 树立品牌形象
 - 3.6.2 提供优质的服务
 - 3.6.3 合理制定药品价格
 - 3.6.4 合理安排商品结构
 - 3.6.5 积极发展连锁化经营
 - 3.6.6 充分利用医药电商
 - 3.6.7 其他策略分析

3.7 中国医药零售店未来发展机遇与趋势

3.7.1 机遇分析

3.7.2 发展趋势

3.8 中国医药零售药店未来发展建议

3.8.1 药店服务回归本源

3.8.2 药店强化中药养生

3.8.3 打造特色单品药店

3.8.4 多元化经营相关建议

3.8.5 顺应大健康时代潮流

3.8.6 医药零售企业营销策略

第四章 2021-2023年中国连锁药店发展分析

4.1 中国连锁药店赢利模式

4.1.1 中国连锁药店赢利模式发展阶段

4.1.2 资本力量催生连锁药店赢利新模式

4.1.3 提高连锁药店盈利水平的策略

4.1.4 未来连锁药店赢利模式发展方向

4.2 中国连锁药店发展SWOT分析

4.2.1 优势分析（Strengths）

4.2.2 劣势分析（Weaknesses）

4.2.3 机会分析（Opportunities）

4.2.4 威胁分析（Threats）

4.3 中国连锁药店营销策略建议

4.3.1 产品策略

4.3.2 价格策略

4.3.3 渠道策略

4.3.4 促销策略

4.3.5 人员策略

4.4 中国连锁药店在农村市场经营思路

4.4.1 连锁药店在农村市场的优势

4.4.2 创新乡镇连锁药店发展思维

4.4.3 设计合适的乡镇连锁商业模式

- 4.4.4 邮政物流成农村连锁药店扩张捷径
- 4.5 中国连锁药店多元化经营分析
 - 4.5.1 连锁药店多元化经营分析
 - 4.5.2 连锁药店多元化经营的风险
 - 4.5.3 连锁药店规避多元化经营风险的策略
- 4.6 中国连锁药店的选址与经营管理分析
 - 4.6.1 连锁药店选址概述
 - 4.6.2 连锁药店的商品管理
 - 4.6.3 连锁药店管理信息系统的现状
 - 4.6.4 连锁药店经营管理存在的问题分析
 - 4.6.5 连锁药店经营管理应对策略分析
- 4.7 中国连锁药店发展趋势分析
 - 4.7.1 集中度提升趋势
 - 4.7.2 商品竞争趋势
 - 4.7.3 商务电子化趋势
 - 4.7.4 专业化趋势
 - 4.7.5 精细化管理趋势
 - 4.7.6 价值提升趋势

第五章 2021-2023年中国医药电商行业分析

- 5.1 中国医药电商行业的相关概述
 - 5.1.1 医药电商基本概念
 - 5.1.2 医药电商行业特征
 - 5.1.3 与传统电商的区别
 - 5.1.4 医药电商发展必要性
- 5.2 2021-2023年中国医药电商行业发展分析
 - 5.2.1 行业政策分析
 - 5.2.2 产业链分析
 - 5.2.3 行业发展形势
 - 5.2.4 行业发展规模
 - 5.2.5 行业融资规模
 - 5.2.6 对传统医药影响

5.3 2021-2023年中国医药电商市场竞争分析

5.3.1 医药电商加紧夯实供应链

5.3.2 传统药企布局意图强烈

5.3.3 互联网医院成竞争战场

5.4 2021-2023年B2B医药电商企业商业模式分析

5.4.1 中药材B2B医药电商模式

5.4.2 传统医药批发企业转型模式

5.4.3 第三方B2B医药电商模式

5.4.4 其他医药电商商业模式

5.5 医药电商新零售发展方向分析

5.5.1 医药电商新零售浅析

5.5.2 找准突破点

5.5.3 连锁药店新思路

5.5.4 嫁接线上服务

5.6 中国医药电商行业发展前景及趋势

5.6.1 发展前景分析

5.6.2 发展趋势分析

第六章 2020-2023年中国医药零售行业重点企业经营状况分析

6.1 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

6.1.1 企业发展概况

6.1.2 经营效益分析

6.1.3 业务经营分析

6.1.4 财务状况分析

6.1.5 诵木赫Ψ治

6.1.6 公司发展战略

6.1.7 未来前景展望

6.2 老百姓大药房连锁股份有限公司

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 经营效益分析

6.2.3 业务经营分析

6.2.4 财务状况分析

- 6.2.5 核心竞争力分析
- 6.2.6 公司发展战略
- 6.2.7 未来前景展望
- 6.3 益丰大药房连锁股份有限公司
 - 6.3.1 企业发展概况
 - 6.3.2 经营效益分析
 - 6.3.3 业务经营分析
 - 6.3.4 财务状况分析
 - 6.3.5 核心竞争力分析
 - 6.3.6 公司发展战略
 - 6.3.7 未来前景展望
- 6.4 北京同仁堂股份有限公司
 - 6.4.1 企业发展概况
 - 6.4.2 经营效益分析
 - 6.4.3 业务经营分析
 - 6.4.4 财务状况分析
 - 6.4.5 核心竞争力分析
 - 6.4.6 公司发展战略
 - 6.4.7 未来前景展望
- 6.5 深圳市海王生物工程股份有限公司
 - 6.5.1 企业发展概况
 - 6.5.2 经营效益分析
 - 6.5.3 业务经营分析
 - 6.5.4 财务状况分析
 - 6.5.5 核心竞争力分析
 - 6.5.6 公司发展战略
 - 6.5.7 未来前景展望
- 6.6 其他重点企业
 - 6.6.1 国药控股国大药房有限公司
 - 6.6.2 大参林医药集团股份有限公司
 - 6.6.3 辽宁成大方圆医药连锁有限公司

第七章 中国医药零售行业发展前景及趋势预测分析

7.1 中国医药零售行业发展趋势分析

7.2 “十三五”中国医药零售行业相关规划

7.2.1 发展形势

7.2.2 总体目标

7.2.3 主要任务

7.2.4 保障措施

7.3 对2024-2030年中国医药零售行业发展预测分析

7.3.1 行业发展因素分析

7.3.2 零售药店市场规模

图表目录

图表 审评审批制度改革

图表 标准提高行动计划

图表 安全监管行动计划

图表 应急处置和科普宣传能力提升项目

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412222.html>