

2024-2030年中国医药零售 市场深度分析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

《2024-2030年中国医药零售市场深度分析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/202312/429224.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

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方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 中国医药行业相关概述 第一节 中国医药行业发展状况 (一) 中国医药行业产业链 (二) 中国医疗体系改革历程 第二节 医药行业政策环境分析 (一) 新医改方案的公布和实施 (二) 《新药注册特殊审批管理规定》鼓励行业创新 (三) 药品集中采购政策影响 (四) 出口退税政策的影响 (五) 中医药行业的政策影响分析 (六) 出口许可证管理制度对原料药市场的影响 (七) 财政完善医药卫生投入支持行业发展 (八) 药品安全整治工作为行业创造良好发展环境 (九) 促进政策为生物医药产业提供发展机遇 第三节 中国医药行业发展现状分析 (一) 医药行业现状分析 (二) 中国医药行业运行总体情况 (三) 医药行业经济运行发展分析 第二章 医药连锁经营相关概述 第一节 连锁经营相关概述 (一) 连锁经营的基本概念 (二) 连锁经营的加盟形式 (三) 连锁经营的特点 (四) 连锁经营的优势 (五) 中国连锁经营行业发展阶段 第二节 日本的连锁药店 (一) 日本连锁药店的业态特征 (二) 日本连锁药店的成功经营模式 (三) 日本现代连锁药店发展概况 (四) 日本现代药店的经营特征 (五) 日本现代药店企业转型方向 第三节 美国成熟的医药连锁经营方式 (一) 医药分开成熟经营 (二) “药味”淡化 (三) 竞争激烈 (四) 美国医药连锁行业的机遇和挑战 第四节 其它典型的医药连锁经营方式 (一) 德国模式 (二) 瑞典模式 第五节 中国药店经营模式概述 (一) 中国药店业态概况 (二) 中国药店经营模式分析 (三) 药品连锁经营的软肋 (四) 中国医药零售业的思考 第六节 网上药店相关概述 (一) 网上药店概念 (二) 美国网上药店 (三) 英国网上药店 (四) 德国网上药店 (五) 中国网上药店 (六) 网上药店的优势 (七) 国外网上药店现状 (八) 中国网上药店现状 第七节 连锁药店的竞争要素 (一) 第一关键要求 (二) 商品结构分类 (三) 员工素质 (四) 品牌设计 (五) 人才要素 第三章 医药连锁行业发展环境分析 第一节 经济发展环境分析 (一) 中国宏观经济运行情况 (二) 中国经济运行分析 (三) 中国居民消费情况分析 (四) 中国宏观经济总体发展形势 第二节 医药行业发展的动力因素分析 (一) 经济的增长 (二) 人口老龄化程度 (三) 城市化进程 (四) 新医改的推动 (五) 居民医疗保健意识 (六) 医药行业技术的进步 第三节 中国药店发展分析 (一) 收购扩张 (二) 平价模式转型 (三) 联盟采购 (四) 强强联合 (五) 抢占第三终端 第四节 中国医药行业的全面竞争 第五节 中国医药零售市场分析 (一) 中国医药零售行业发展概况 (二) 中国医药零售区域市场概况 (三) 中国医药零售连锁企业 (四) 新医改对中国医药零售行业的影响分析 (五) 医药零售融资与上市成为行业热点 第四章 中国医药连锁业运行状况分析 第一节 中国百强药店运行指

标分析 (一) 总量指标分析 (二) 销售前十强企业分析 (三) 销售增量前十强企业分析 (四) 直营门店前二十强排行榜 (五) 总体盈利能力分析 第二节 中国百强药店运行特点分析 (一) 国有企业与民营企业的对比 (二) 国际资本的注入 (三) 药店数量增长 (四) 经营模式的变化 (五) 行业集中度的提升 (六) 中国连锁药店的南北差别 第三节 近年来中国医药连锁行业发展分析 (一) 两种经营模式的比较分析 (二) 药店的整合趋势 (三) 连锁药店限距的影响分析 (四) 深圳新增中医坐堂医诊所 (五) “中医坐堂”试点影响分析 (六) 新医改对医药连锁企业的影响 (七) 新医改下连锁药店的应对策略 第四节 药店贸易联盟 (PTO) 发展状况分析 (一) PTO 发展过程 (二) PTO 目前面临的问题 (三) PTO 发展趋势 第五节 平价药房的全方位分析 (一) 平价超市时代的结束 (二) “平价”对中国药品零售市场的意义 (三) 平价药品超市转型难题 (四) 平价药店的转型方向 第六节 医药零售连锁经营发展方向 (一) 医药零售连锁经营中的问题 (二) 医药零售连锁经营的改进方法 (三) 医药零售业连锁经营管理水平的提高 第五章 中国医药零售消费市场分析 第一节 外部环境分析 (一) 政策方面 (二) 社会方面 (三) 思想意识方面 第二节 中国药店品类发展指数分析 (一) CDI 指数分析 (二) 中国药店品类结构变化分析 第三节 中国医药连锁市场发展趋势 (一) 市场趋势 (二) 消费结构发展趋势 (三) 药品价格趋势 (四) 竞争趋势 第四节 中国 OTC 市场分析 (一) OTC 药品消费热的原因分析 (二) OTC 药品消费的特征 (三) 外资药企正进军中国 OTC 市场 第五节 保健品深入渗透药店 第六章 中国医药连锁市场区域分析 第一节 北京医药连锁市场竞争现状 (一) 医药市场扩张难 (二) 社区医院与药店的价格竞争 第二节 上海医药连锁市场概况 (一) 上海医药零售市场饱和 (二) 上海五大医药连锁价格承诺 (三) 美信医药连锁上海发力 第三节 广东医药连锁市场竞争现状 (一) 广东药品零售市场现状 (二) 广东零售药店 GSP 认证 (三) 深圳控制药店无序扩张 第四节 江苏医药连锁市场本土优势明显 第五节 湖南医药连锁市场竞争现状 (一) 湖南医药市场竞争概况 (二) 药店距离不设限 (三) 长沙试行零售药店三级管理 第六节 辽宁医药连锁市场竞争现状 (一) 辽宁医药连锁市场概况 (二) 沈阳零售药店发展概况 (三) 大连启用零售药店“诚信档案管理系统” 第七节 部分城市医药连锁市场竞争现状 (一) 云南医药连锁企业欲上市 (二) 武汉零售药店发展概况 (三) 杭州零售药店发展概况 (四) 重庆零售药店发展概况 第八节 医药连锁企业的跨区域发展 (一) 医药连锁企业跨区域发展的风险 (二) 医药连锁企业跨区域发展的策略 第九节 中国农村药品市场分析 (一) 中国农村的药品消费情况 (二) 中国农村药品市场存在的问题 (三) 中国农村药品市场发展对策 第七章 中国医药连锁行业企业竞争力分析 第一节 中国海王星辰连锁药店有限公司 (一) 企业基本情况 (二) 企业经营回顾 (三) 店面扩张情况 (四) 一季度企业经营情况 (五) 企业最新动态 (六) 海王星辰创新策略 第二节 湖南老百姓医药连锁有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 公司融资并购事件分析 (四) 老百姓扩张速度加快 (五) 公司发展战略分析 第三节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公

司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 第四节 湖北同济堂药房有限公司 (一) 公司概述 (二) 销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 (四) 工作重点 (五) 同济堂五年规划 第五节 国药控股国大药房有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 (四) 国药集团内部整合 第六节 辽宁成大方圆医药连锁有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 第七节 重庆和平药房连锁有限责任公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 第八节 云南鸿翔药业有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入情况 (三) 连锁药店扩张情况 (四) 斥资建总部 (五) 连锁药店布局情况 第九节 广东大参林连锁药店有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入情况 (三) 连锁药店扩张情况 (四) 未来五年工作计划 (五) 大参林首推上市大联盟 (六) 大参林市场拓展原则与类型 第十节 江西开心人大药房连锁有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司发展史 (三) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店布局情况 第十一节 北京金象大药房医药连锁有限责任公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售情况 (三) 药店扩张情况 (四) 金象网上药店 (五) 金象中医门诊 第十二节 上海华氏大药房有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司销售收入状况 (三) 连锁药店扩张情况 第十三节 湖南益丰大药房连锁有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司经营情况 (三) 公司发展计划 第十三节 湖南芝林药业(集团)有限公司 (一) 公司基本情况 (二) 公司扩张计划 (三) 深圳市中联大药房有限公司 第八章 医药连锁的经营与管理研究 第一节 医药连锁经营物流成本控制的途径 (一) 完善成本管理的基础工作 (二) 努力降低企业运营成本 (三) 落实目标 (四) 调动员工积极性 (五) 借鉴国外JIT模式 第二节 医药连锁经营快配模式与物流成本分析 (一) 快配模式 (二) 物流成本分析 (三) 流程优化控制成本 (四) 外包模式降低运输成本 第三节 连锁药店的定位分析 (一) 经营定位的紊乱 (二) 连锁药店的经营定位分析 (三) 连锁药店经营定位的误区 第四节 连锁药店经营管理的标准化 (一) 连锁药店管理标准化的出现 (二) 连锁药店管理标准化的步骤 (三) 管理标准化的方面 第五节 如何提高连锁药店的竞争力 (一) 加强信息化管理 (二) 全面提升服务水平 (三) 培育品牌价值 第六节 中国网上药店发展的对策分析 (一) 网上药店消费信任度影响因素分析 (二) 推进网上药店发展的因素分析 (三) 对网上药店监管问题的思考 第七节 对我国医药连锁品牌的战略思考 (一) 保护药店品牌 (二) 药店品牌的事前保护 (三) 药店品牌的周期性 (四) 药店品牌的再造途径 (五) 连锁药店的品牌营销 (六) 药店文化品牌营销模式 第八节 医药连锁的品类管理研究 (一) 品类管理的沿革 (二) 品类管理的分析方法 (三) 药店品类管理战术 第九节 医药连锁的农村模式分析 (一) 资本运营 (二) 邮政物流 (三) 药品连锁专柜 (四) 城市包围农村 第十节 零售药店提升市场竞争力 (一) 药店顾客细分策略 (二) 药店讲座的步骤和内容 第十一节 中国医药连锁经营框架的构建思路 第九章 医药连锁行业投资机会与风险分析 第一节 中国药店典型投资并购案例分析 第二节 进入壁垒分析 (一) 进入壁垒低 (二) 门店服务半径小 (三) 产品标

