

2024-2030年中国药店市场 深度分析与产业竞争格局报告

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年中国药店市场深度分析与产业竞争格局报告》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/202311/419819.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年中国药店市场深度分析与产业竞争格局报告》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 世界药店经营与借鉴 1 第一节 日本的连锁药店 1 一、日本连锁药店的业态特征 1 二、日本现代连锁药店发展概况 1 三、日本现代药店的经营特征 2 四、日本现代药店企业转型方向 3 第二节 美国成熟的医药连锁经营方式 3 一、零售药店在美国医药产业链的位置 3 二、美国零售药店发展历程 4 三、美国零售药店经营特色 5 第四节 其它国家药店经营分析 8 一、德国 8 二、瑞典 8 第二章 中国医药流通运行态势分析 10 第一节 中国医药流通市场调研 10 一、中国医药流通市场发展特点 10 二、中国医药流通市场格局分析 10 三、中国医药流通市场发展格局走向分析 11 第二节 近几年中国医药流通企业分析 14 一、中国医药流通百强企业发展分析 14 二、中国医药流通企业发展趋势分析 15 第三节 中国医药流通业进入壁垒分析 16 一、中国医药流通业资质壁垒 16 二、中国医药流通业低盈利性壁垒 16 三、中国医药流通业分销网络壁垒 17 四、中国医药流通业资金壁垒 17 五、中国医药流通业服务壁垒 18 第三章 中国医药流通运作模式分析 19 第一节 医药批发 19 一、中国医药批发企业的三个市场层次 19 二、中国医药批发企业经营分析 19 三、医药批发业“批零一体化” 22 四、医药批发业“工商一体化” 24 五、中国医药批发行业业务新增长点 26 六、中国医药批发行业集中度提升趋势不改 26 第二节 医药零售 29 一、中国医药零售终端细分市场 29 二、中国医药零售行业整体发展规模 30 三、中国医药零售终端细分市场结构 31 四、中国零售药店业主要经营形态 33 五、中国零售药店业主要经营特征 35 第四章 中国药店产业运行态势分析 36 第一节 中国药店运行总况 36 一、零售药店终端数量 36 二、药店药品零售市场规模 36 三、药店连锁化率 37 四、连锁企业平均拥有门店数 38 五、药店执业药师资格证人数 39 第二节 近年来中国药店行业关键运营指标 40 一、坪效 40 二、人效与人均守备率 41 三、客单价、品单价 42 四、会员消费占比 42 五、综合毛利率和净利率 43 六、人力成本 44 七、单店投资额、同店增长率和新店盈利周期 46 八、商品结构 48 第三节 药店贸易联盟发展状况分析 49 第五章 中国医药零售消费市场调研 51 第一节 中国药店品类发展分析 51 一、主要产品类别销售总额贡献率 51 二、主要产品类别利润贡献率 52 第二节 中国医药连锁市场发展趋势 52 一、带量采购提升工商企业合作度 52 二、药品利润趋势 53 三、竞争趋势 53 第三节 中国OTC市场调研 54 一、OTC药品产品特征 54 二、OTC药品市场渠道特征 55 二、OTC药品消费的特征 55 第四节 中国药店保健品销售市场动态 56 第六章 中国药店连锁企业经济运行分析 57 第一节 中国百强药店运行指标分

析 57 一、总量指标分析 57 二、十强、二十强、五十强销售额及其占比 59 三、部分领先药品零售企业历年销售额 60 四、直营店数量十强 61 五、销售额同比增幅超过20%的部分龙头连锁药店 62 第二节 中国百强药店运行特点分析 62 一、龙头公司仍有很大增长空间 62 二、龙头企业成长和规模扩张空间十分明显 62 三、头部企业的收入增速有望回升 63 第七章 中国药店连锁重点市场区域探析 64 第一节 北京药店连锁市场竞争现状 64 一、北京零售药店市场概况 64 二、便利店将对现有药店市场产生冲击 64 三、取消距离限制或现竞争新格局 64 第二节 上海药店连锁市场概况 65 一、上海药店零售市场概况 65 二、上海药店药品“挂网议价”全面开启 65 三、上海最新规定倒逼处方外流 66 第三节 广东药店连锁市场竞争现状 67 一、广东零售药店市场现状 67 二、广东省将药店纳入集中采购的工作 67 第四节 江苏药店市场竞争现状 67 第五节 湖南药店连锁市场竞争现状 68 一、湖南零售药店市场现状 68 二、带量采购在湖南省正式实施 68 三、老百姓大药房投资湖南医药集团 68 第六节 辽宁药店连锁市场竞争现状 69 一、辽宁药店连锁市场概况 69 二、辽宁更新药店开办标准 69 三、辽宁发布《关于加强药品集中采购和使用试点期间药品监管工作的实施方案》 70 第七节 中国其它药店连锁市场竞争现状 71 一、云南零售药店市场概况 71 二、河南零售药店市场概况 71 三、广西零售药店发展概况 71 四、重庆零售药店发展概况 72 第八节 药店连锁企业的跨区域发展 72 一、药店连锁企业跨区域发展的风险 72 二、药店连锁企业跨区发展的策略 73 第八章 中国品牌连锁药店企业竞争力及关键性财务数据分析 74 第一节 北京同仁堂股份有限公司 74 一、企业概况 74 二、企业主要经济指标分析 74 三、企业发展战略分析 75 第二节 老百姓大药房 76 一、企业概况 76 二、企业主要经济指标分析 77 三、企业发展战略分析 77 第三节 大参林医药集团股份有限公司 78 一、企业概况 78 二、企业主要经济指标分析 80 三、企业发展战略分析 81 第四节 益丰大药房连锁股份有限公司 81 一、企业概况 81 二、企业主要经济指标分析 83 三、企业发展战略分析 83 第五节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司 84 一、企业概况 84 二、企业主要经济指标分析 84 三、企业发展战略分析 84 第九章 中国药店连锁的经营与管理研究 85 第一节 中国药店连锁经营成本控制管理 85 一、提高对人力资源成本控制的重视 85 二、强化物流成本控制 85 三、改善内部治理结构 86 四、扩大经营规模实现规模效应 86 第二节 中国药店连锁经济效益的提升路径 87 一、抢占效益先机，扩大经营范围 87 二、拓展边缘业务，寻求多方位发展 87 三、改善消费环境 88 四、加强管理提高服务质量 88 第三节 中国连锁药店并购风险及整合策略 89 一、连锁药店并购存在的风险 89 二、连锁药店并购的整合策略 90 第四节 中国连锁药店发展面临的形势 92 一、分类分级管理对药店的冲击 92 二、远程审方是“替代”还是“补充” 92 三、药品招标采购对零售市场影响 93 四、医保支付改革和严监管对药店影响 93 五、加盟已成下阶段扩张利器 94 六、电商分流的影响 94 第五节 中国连锁药店市场发展策略 95 一、承接医院外流处

方 95 二、积极参与门特、门慢医保统筹定点药店项目 95 三、备战“药店纳入集采” 95 四、重点开发非“4+7”产品 96 五、远程审方缓解药店执业药师配备难题 96 六、布局健康消费领域 97 第六节 中国对我国药店连锁品牌的战略思考 97 一、保护药店品牌 97 二、药店品牌的事前保护 97 三、药店品牌的周期性 99 四、药店品牌的再造途径 100 第七节 中国药店连锁的品类管理研究 101 一、以消费者为中心进行品类管理 101 二、明确药店的定位 101 三、完善药品品类定义 102 四、完善数据管理 102 五、建立专业长效的消费者服务系统 102 第十章 中国网上药店运行形势透析 104 第一节 中国网上药店运行动态分析 104 一、北京“跨境医药电商试点”已获批 104 二、政策的明朗化也会给医药电商带来助力 104 三、阿里健康升级“超级药房” 105 第二节 中国网上药店运行综述 106 一、网上药店进入快速发展阶段 106 二、网上药店发展的意义 107 三、中国网上药店数量及区域分布 108 四、美国网上药店发展分析 108 五、目前的医药电商运营模式 110 第三节 网上药店主体分析 111 一、开店资质分析 111 二、网上药店的成本分析 112 三、网上药店的赢利分析 112 四、网上药店物流配送分析 112 五、网上药店服务水准分析 113 第四节 中国网上药店swot分析 113 一、网上药店发展优势分析 113 二、网上药店发展劣势分析 114 三、网上药店发展机遇分析 116 四、网上药店发展威胁分析 117 第五节 网上药店品牌企业分析 118 一、好药师 118 二、仁和药房网 120 三、国大药房 121 四、康之家 122 第六节 中国网上药店趋势分析 123 第十一章 中国药店市场投资行环境解析 124 第一节 中国药店市场经济环境分析 124 一、宏观经济概况 124 二、对外经济分析 125 三、固定资产投资 126 四、社会消费品零售总额 126 六、城乡居民收入等 127 第二节 中国药店市场政策环境分析 134 一、处方外流有望重塑医药零售行业格局 134 二、带量采购推动院外市场地位大幅提升 137 三、药店分类分级管理有望落地推动行业集中度大幅提升 138 四、处方信息共享平台多点开花，医院处方外流加速真正开始 140 五、个人医保账户各省差异性调整，有望打开新成长空间 142 六、开放执业药师远程审方及多点执业，瓶颈有望解除 144 第三节 中国药店市场社会环境分析 145 一、人口总体环境 145 二、城市化进程 146 三、老龄化情况 147 四、发病率提升扩大用药需求 147 第十二章 中国药店产业趋势分析 152 第一节 中国医药产业趋势分析 152 一、医药工业收入增长情况 152 二、医药工业利润总额增长情况 154 三、医药工业利润率增长情况 155 四、医药工业资产总额增长情况 156 五、医药工业固定资产投资增长情况 157 六、医药行业发展总结分析 158 七、医药行业发展政策与趋势分析 159 第二节 处方外流情况下的零售药店发展策略 163 一、处方外流成为长期趋势 163 二、处方外流发展路还很长 163 三、抢占先机，重视院边店和DTP 药房建设 166 第三节 未来或形成双轮驱动业态 171 第十三章 中国药店连锁业新趋势探析 174 第一节 中国医药行业发展趋势 174 一、药品消费需求潜力大 174 二、创新药已步入新阶段 174 第二节 中国药店发展趋势分析 175 一、盈利能力有所下滑 175

二、精细化管理 175 三、优化产品结构 176 四、重视非药品销售 177 五、药店+诊所模式受鼓励 177 六、探索网上药店等新模式 178 七、并购价格开始回落 178 第十四章中国药店连锁行业投资建议 180 第一节 中国药店行业投资特性 180 1、周期性特征 药品的需求主要由覆盖人群数量及发病率共同决定，宏观经济水平以及社会居民收入的小幅波动对药品销量影响不大。因此，药品零售行业的周期性特征并不明显。 2、区域性特征 我国地域广阔和，各地区经济发展程度、医疗体系健全程度、居民的健康观念及用药习惯等均存在一定差异，各区域内的发展水平不一，但各区域内均有一定规模和竞争力的零售药店连锁企业，行业具有一定的区域性特征。 3、季节性特征 各类药品的销售受到时令、节气的影响，在不同季节之间存在一定波动。对药品零售连锁企业而言，其销售的产品品类较为齐全，因此季节性因素一般对全节收入波动影响较小。 第二节 中国药店连锁投资热点领域 180 一、处方外流 180 二、执业药师 181 三、带量采购 181 四、医保 181 五、药店分类分级 181 六、互联网药店 181 第三节 中国连锁药店投资风险 182 一、药品安全风险 182 二、政策变化风险 182 三、市场竞争风险 182 四、拓展及管理风险 183 医药零售行业规模化、连锁化经营的拓展对企业零售连锁门店的数量及规模提出了较高的要求。一方面，医药零售企业拓展连锁门店时，将面临零售连锁门店地段选择风险、租金涨价风险和其他不确定因素导致的风险；另一方面，医药零售企业业务拓展对管理人和具有丰富经验的专业人才要求较高，目前行业专业人才较为缺乏，随着医药零售行业竞争加剧，人才争夺将更为激烈，医药零售企业连锁拓展及管理风险将进一步增加。 第四节 中国药店零售企业选址建议 183 一、选址可行性分析 183 二、位置与面积的确定 183 三、销售额和利润的预测 184 四、开店营业与定期评估 184

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/419819.html>