

2021-2027年中国零售药店 行业分析与发展趋势研究报告

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

《2021-2027年中国零售药店行业分析与发展趋势研究报告》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/202108/231746.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

零售药店在2019年的药品销售规模占比是23%，是除公立医院之外最重要的药品销售终端。随着各项政策的推进，公立医院端的药品销售将逐步向零售药店和基层医疗机构转移，零售药店和基层医疗机构的占比将提升，但整个进程推进是个缓慢的过程。2019年我国三大终端销售占比数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国零售药店行业分析与发展趋势研究报告》共十章。首先介绍了零售药店行业市场发展环境、零售药店整体运行态势等，接着分析了零售药店行业市场运行的现状，然后介绍了零售药店市场竞争格局。随后，报告对零售药店做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售药店行业发展趋势与投资预测。您若想对零售药店产业有个系统的了解或者想投资零售药店行业，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 中国零售药店行业发展模式与环境分析

1.1 零售药店行业定义

1.1.1 零售药店行业定义

(1) 零售药店行业定义

(2) 零售药店行业分类

(3) 零售药店行业价值链分析

1.1.2 零售药店行业发展阶段

(1) 国内零售药店行业发展阶段分析

(2) 国内外零售药店行业发展阶段对比

1.2 盈利模式创新分析

(1) 多元化经营，扩大客户需求，增加赢利点

(2) 加入药事服务，巩固客户，向顾客要利润

(3) 增强议价能力，从产业链获取利润

1.3 零售药店行业市场环境分析

1.3.1 零售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) 最新政策解读
- 1.3.2 零售药店行业经济环境分析
- 1.3.3 零售药店行业社会环境分析
- 1.3.4 零售药店行业需求环境分析
 - (1) 居民支付能力分析
 - (2) 人口及疾病因素分析
 - (3) 药品消费结构的变化
- 1.3.5 零售药店行业市场环境综合判断

第二章 国际零售药店所属行业发展现状及经验借鉴

- 2.1 美国零售药店行业发展分析
 - 2.1.1 美国零售药店行业发展现状
 - 2.1.2 美国零售药店企业经营管理特点
 - 2.1.3 美国零售药店企业发展趋势
 - (1) “第三方保险”
 - (2) 互联网平台
 - (3) 家庭护理蕴藏商机
 - 2.1.4 美国零售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
- 2.2 日本零售药店行业发展分析
 - 2.2.1 日本零售药店行业发展现状
 - (1) 行业规模增速恢复
 - (2) 行业集中度高，呈寡头垄断格局
 - (3) 三强企业发生变动
 - 2.2.2 日本零售药店行业经营管理特点

(1) 日本零售药店企业经营模式

(2) 日本零售药店企业商品构成

2.2.3 日本零售药店行业发展趋势

2.2.4 日本零售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

2.3 中国与美日零售药店的差异对比

2.3.1 规模差距

2.3.2 经营模式的不同

2.3.3 商品种类和数量的差异

第三章 中国零售药店所属行业发展现状分析

3.1 零售药店行业发展现状分析近年我国零售药店发展情况概要数据来源：公开资料整理

3.1.1 中国药品零售市场总体发展分析

(1) 中国药品零售市场规模分析

(2) 中国药品零售不同终端市场规模分析

(3) 中国零售药店数量分析

3.1.2 零售药店行业发展现状分析

(1) 零售药店企业数量增长情况

(2) 零售药店门店数量增长情况

(3) 零售药店区域分布情况

3.1.3 零售药店行业发展存在的问题分析

3.2 零售药店行业盈利水平及影响因素分析

3.2.1 零售药店行业盈利状况分析

(1) 百强企业毛利率分析

(2) 百强企业净利润率分析

(3) 百强企业费用占比分析

3.2.2 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

3.2.3 零售药店行业提升盈利水平的方法

(1) 零售药店应形成规模经营

(2) 提高零售药店的竞争力

3.3 零售药店行业百强企业经营分析

3.3.1 零售药店行业百强销售收入变化情况

3.3.2 零售药店行业重点企业变化情况

(1) 十强企业销售额变化

(2) 十强、二十强、五十强、百强销售额变化

3.3.3 零售药店行业重点门店变化情况

(1) 零售药店百强企业门店数量分析

(2) 直营店数量十强企业分析

(3) 分店数量十强企业分析

3.3.4 零售药店行业百强企业品规市场分析

(1) 零售药店行业百强企业品规数量分析

(2) 零售药店行业百强企业单一品规日均贡献分析

3.3.5 零售药店行业百强企业主要品类市场分析

(1) 零售药店行业百强企业不同类别产品市场分析

(2) 零售药店行业百强企业处方药类产品市场分析

(3) 零售药店行业百强企业非处方药类产品市场分析

(4) 零售药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析

(5) 零售药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析

(6) 零售药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析

(7) 零售药店行业百强企业其他类产品市场分析

(8) 零售药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析

(9) 零售药店行业负毛利产品市场分析

3.3.6 零售药店行业百强企业运营效率分析

(1) 零售药店行业百强企业客单价分析

(2) 零售药店行业百强企业会员坪效分析

(3) 零售药店行业百强企业会员消费分析

(4) 零售药店行业百强企业日均坪效分析

(5) 零售药店行业百强企业日均人效分析

3.3.7 零售药店行业百强企业人力资源分析

- (1) 零售药店行业百强企业员工流失率分析
- (2) 零售药店行业百强企业薪资总额分析
- (3) 零售药店行业百强企业平均薪资分析
- (4) 零售药店行业百强企业员工培训投入分析

3.4 零售药店行业单店百强经营分析

3.4.1 零售药店行业单店百强总体分析

3.4.2 零售药店行业单店百强销售额分析

3.4.3 零售药店行业百强单店坪效分析

3.4.4 零售药店行业百强单店客单价分析

3.4.5 零售药店行业百强单店细分产品市场分析

- (1) 零售药店行业百强单店处方药市场分析
- (2) 零售药店行业百强单店OTC市场分析
- (3) 零售药店行业百强单店保健食品市场分析
- (4) 零售药店行业百强单店中药饮片市场分析
- (5) 零售药店行业百强单店化妆品/日化品市场分析
- (6) 零售药店行业百强单店计生用品（不含药品）市场分析
- (7) 零售药店行业百强单店母婴用品/食品市场分析
- (8) 零售药店行业百强单店医疗器械市场分析

第四章 中国零售药店行业竞争分析

4.1 零售药店行业内部竞争分析

4.1.1 零售药店行业市场集中度分析

4.1.2 零售药店行业供应商议价能力分析

4.1.3 零售药店行业消费者议价能力分析

4.1.4 零售药店行业替代者威胁分析

4.1.5 零售药店行业新进入者威胁分析

4.1.6 零售药店行业竞争格局分析

- (1) 全国性零售药店的划分
- (2) 国内零售药店竞争格局

4.2 零售药店VS单体药店竞争分析

4.2.1 零售药店VS单体药店竞争优势分析

4.2.2 零售药店VS单体药店竞争劣势分析

4.3 零售药店企业重组整合分析

4.3.1 零售药店企业重组整合推动因素

- (1) 政策因素
- (2) 行业发展因素
- (3) 企业战略因素

4.3.2 零售药店企业重组整合现状分析

4.3.3 零售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

4.3.4 零售药店行业重组整合战略方法

- (1) 分析影响并购整合的难点与障碍是前提
- (2) 创造并购整合氛围
- (3) 重视两家药店界面处理
- (4) 建立相关机制保证整合有效进行

第五章 “互联网+”背景下中国零售药店行业发展分析

5.1 “互联网+”零售药店发展背景分析

5.1.1 “互联网+”零售药店关联产业发展背景

- (1) 中国电子商务发展状况分析
- (2) 中国大数据产业发展状况分析
- (3) 中国互联网产业发展状况分析
- (4) 关联产业发展对行业的影响

5.1.2 “互联网+”零售药店行业技术背景分析

- (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 技术环境对行业的影响分析

5.2 “互联网+”零售药店发展现状分析

5.2.1 “互联网+”零售药店政策环境分析

- 5.2.2 中国“互联网+”零售药店行业发展特点
- 5.2.3 中国“互联网+”零售药店行业发展现状
 - (1) 互联网+零售药店行业主要运营模式
 - (2) 国家取消A证、B证与C证的审批
 - (3) 零售药店第三方平台发展分析
 - (4) 网上药店药品零售市场分析
- 5.3 中国“互联网+”零售药店行业投资布局分析
 - 5.3.1 中国“互联网+”零售药店行业投资切入方式
 - 5.3.2 中国“互联网+”零售药店行业投资规模分析
 - 5.3.3 中国“互联网+”零售药店行业投资业务布局
 - (1) 海王星辰
 - (2) 金象大药房
 - (3) 开心人大药房
 - (4) 111集团
- 5.4 中国“互联网+”零售药店行业竞争格局分析
 - 5.4.1 中国“互联网+”零售药店行业参与者结构
 - 5.4.2 中国“互联网+”零售药店行业竞争者类型
- 5.5 中国“互联网+”零售药店行业发展前景分析
 - 5.5.1 中国“互联网+”零售药店行业市场增长动力分析
 - 5.5.2 中国“互联网+”零售药店行业市场发展瓶颈剖析
 - 5.5.3 中国“互联网+”零售药店行业市场发展趋势分析

第六章 中国零售药店行业消费者行为与营销策略分析

- 6.1 药店消费者行为分析
 - 6.1.1 药店消费者的消费行为解析
 - (1) 影响药品消费行为的因素
 - (2) 药店消费者的消费行为特征
 - 1) 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
 - 6.1.2 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

6.2 零售药店行业口碑营销分析

6.2.1 零售药店的口碑营销特点

6.2.2 零售药店行业口碑营销优势

6.2.3 零售药店实施的口碑营销策略

(1) 体验营销

(2) 购药环境

(3) 建立会员制度

(4) 权威第三方

(5) 利用网络资源

(6) 注重细节，营造学习型的企业文化

6.3 零售药店行业价格策略分析

6.3.1 零售药店定价策略

(1) 合理、灵活的定价策略

(2) 零售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格策略

6.3.2 零售药店应对药品价格竞争的策略

(1) 零售药店应确定合理的药品价格

(2) 零售药店要锁定自己的目标顾客和市场

(3) 零售药店应随时了解竞争对手的一举一动

(4) 零售药店应不断发掘市场空白点

第七章 重点地区零售药店行业发展分析

7.1 广东省零售药店行业发展分析

7.1.1 广东省零售药店行业发展环境

(1) 广东省零售药店行业政策环境

(2) 广东省零售药店行业需求环境

7.1.2 广东省零售药店行业发展现状

7.1.3 广东省零售药店行业发展前景

7.2 上海市零售药店行业发展分析

7.2.1 上海市零售药店行业发展环境

- (1) 上海市零售药店行业政策环境
- (2) 上海市零售药店行业需求环境
- 7.2.2 上海市零售药店行业发展现状
- 7.2.3 上海市零售药店行业发展前景
- 7.3 北京市零售药店行业发展分析
- 7.3.1 北京市零售药店行业发展环境
 - (1) 北京市零售药店行业政策环境
 - (2) 北京市零售药店行业需求环境
- 7.3.2 北京市零售药店行业发展现状
- 7.3.3 北京市零售药店行业发展前景
- 7.4 云南省零售药店行业发展分析
- 7.4.1 云南省零售药店行业发展环境
 - (1) 云南省零售药店行业政策环境
 - (2) 云南省零售药店行业需求环境
- 7.4.2 云南省零售药店行业发展现状
- 7.4.3 云南省零售药店行业发展前景
- 7.5 辽宁省零售药店行业发展分析
- 7.5.1 辽宁省零售药店行业发展环境
 - (1) 辽宁省零售药店行业政策环境
 - (2) 辽宁省零售药店行业需求环境
- 7.5.2 辽宁省零售药店行业发展现状
 - (1) 辽宁省零售药店行业重点企业及门店情况
 - (2) 辽宁省零售药店行业竞争现状
- 7.5.3 辽宁省零售药店行业发展前景分析
- 7.6 湖南省零售药店行业发展分析
- 7.6.1 湖南省零售药店行业发展环境
 - (1) 湖南省零售药店行业政策环境
 - (2) 湖南省零售药店行业需求环境
- 7.6.2 湖南省零售药店行业发展现状
 - (1) 湖南省零售药店行业发展总体特征
 - (2) 湖南省零售药店行业地位
 - (3) 湖南省各地区零售药店行业发展现状

7.6.3 湖南省零售药店行业发展前景

7.7 山东省零售药店行业发展分析

7.7.1 山东省零售药店行业发展环境

(1) 山东省零售药店行业政策环境

(2) 山东省零售药店行业需求环境

7.7.2 山东省零售药店行业发展现状

7.7.3 山东省零售药店行业发展前景

第八章 中国零售药店行业领先企业经营分析

8.1 中国零售药店企业总体发展状况分析

8.2 中国零售药店行业领先企业经营分析

8.2.1 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

8.2.2 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

8.2.3 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

8.2.4 大参林医药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

8.2.5 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

8.2.6 益丰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

8.2.7 甘肃众友健康医药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

8.2.8 上海华氏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

8.2.9 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

8.2.10 成大方圆医药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

第九章 中国零售药店行业发展前景与策略分析

9.1 零售药店行业发展趋势与前景展望

9.1.1 零售药店行业发展趋势

(1) 区域分布趋势

(2) 经营模式趋势

(3) 市场竞争趋势

9.1.2 零售药店行业发展前景展望

(1) 零售药店行业发展机遇

(2) 零售药店行业发展前景展望

9.2 零售药店行业发展策略分析

9.2.1 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) 在农村开设零售药店

9.2.2 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

9.2.3 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

9.2.4 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

9.2.5 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

9.3 零售药店行业关键成功因素总结

9.3.1 强有力的总部优势

9.3.2 强有力的整合营销能力

9.3.3 强有力的单店管理能力

9.3.4 占有优势地理资源

第十章 中国零售药店行业投资前景分析

10.1 零售药店行业资本市场现状分析

10.1.1 零售药店行业融资分析

(1) 行业融资主要途径分析

(2) 零售药店行业融资现状

(3) 零售药店并购现状

10.1.2 零售药店行业资本市场趋势

(1) 医药连锁企业投资会持续

(2) 零售药店上市会持续

(3) 零售药店的并购重组会持续

10.1.3 资本涌入对零售药店行业的影响

10.2 零售药店行业投资前景分析

10.2.1 零售药店行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 资金壁垒

(3) 渠道壁垒

10.2.2 零售药店行业投资前景判断

(1) 基于市场容量的投资前景判断

(2) 基于市场竞争的投资前景判断

10.2.3 零售药店行业投资建议

(1) 加大基于“互联网+”的投资力度

(2) 加大基于“大健康产业”投资力度

部分图表目录：

图表：零售药店分类

图表：医药产业价值链分析图

图表：零售药店行业发展阶段

图表：国内外零售药店行业发展阶段对比

图表：零售药店行业各模式优点比较分析

图表：零售药店行业各模式缺点比较分析

图表：零售药店行业盈利点

图表：我国零售药店行业主管部门

图表：零售药店行业相关政策解读

图表：2015-2019年药品零售市场与GDP增速分析（单位：%）

图表：2015-2019年上半年中国GDP增长趋势分析（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）

图表：2015-2019年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）

图表：2015-2019年中国大陆人口数量情况（单位：亿人）

图表：2015-2019年我国城乡人口比重情况（单位：%）

图表：2015-2019年我国人口年龄结构情况（单位：%）

图表：调查地区居民两周就诊率（按性别）（单位：%）
图表：调查地区居民两周就诊率（按年龄）（单位：%）
图表：调查地区居民两周就诊率（按学历）（单位：%）
图表：调查地区居民两周就诊率（按就业状况）（单位：%）
图表：调查地区居民慢性病就诊率（按性别）（单位：%）
图表：调查地区居民慢性病就诊率（按年龄）（单位：%）
图表：调查地区居民慢性病就诊率（按疾病）（单位：‰）
图表：2019年中国城市公立医院药品需求种类分布图（单位：亿元，%）
图表：2019年中国医药流通行业销售品类结构（单位：%）
图表：2019年美国医药连锁行业排名前10大企业
图表：2019年美国药店前十五强占比分析（单位：%）
图表：2019年美国零售药店市场竞争格局（单位：%）
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/231746.html>