

中国医药连锁市场前景及投资发展机遇分析报告2023-2029年

产品名称	中国医药连锁市场前景及投资发展机遇分析报告 2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国医药连锁市场前景及投资发展机遇分析报告2023-2029年*****

*****【报告编号】367662【出版日期】2023年4月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 第一部分 行业发展分析第一章 医药连锁经营发展概述第一节 连锁经营的概念 一、连锁经营的基本概念 二、连锁经营的加盟形式 三、中国药店业态概述 四、中国特许经营的发展阶段 第二节 连锁经营利弊分析 一、连锁经营的特点 二、连锁经营的优势 一、中国医药行业产业链 二、医药连锁经营的分类 三、医药连锁经营的优势 四、医药连锁经营存在的问题第二章 医药连锁业发展分析第一节 中国医药零售业发展现状 一、医药制造业实现产品销售收入 二、医药制造业市场价格分析 三、药品零售市场发展分析 四、药品流通行业运行统计分析 五、药品零售行业倡导规范管理行动 六、药品零售业面临洗牌 七、我国过半药品销售企业可能面临退市 第二节 中国医药连锁业发展政策环境 一、连锁药店将推行分级制度 二、药品零售行业的政策环境 三、药品经营两证整合启动 四、新版GSP对大型连锁药店的影响 五、药店连锁企业中医坐堂行医正式解禁 第三节 中国医药连锁业发展现状 一、我国医药零售连锁企业的亮点 二、连锁药店目前存在的问题 三、医药零售连锁经营的改进方法 第四节 医药连锁发展态势分析 一、中国零售药店市场分析 二、医药连锁行业经营发展态势分析 三、中国网上药店发展分析 四、新医药电商模式 五、连锁药店多元化受限 六、中国药店年度发展报告正式对外发布 第五节 中国连锁药店整合、并购情况分析 一、政策助推连锁药店行业加快整合升级 二、政策淘汰规模小的药店鼓励连锁企业发展 三、连锁药店积极谋求做大做强 四、大型连锁药店发展瓶颈 第六节 中国连锁药店资本运作情况分析 一、全国架构意长远 二、大区屯兵谋控制 三、局地深耕求协同第三章 医药连锁经营模式分析第一节 零售药店经营模式分析 一、平价 二、高毛利 三、贴牌 四、多元化 五、药店管理 六、人才瓶颈 七、药店直供 八、医药分开 九、社区卫生服务 十、资本运作 第二节 平价药品超市现状分析 一、“平价对中国药品零售市场作用与意义 二、平价药品超市转型面临的难题分析 三、平价药品超市目前的发展瓶颈 四、平价药品超市的营销策略 五、平价药店的转型的四大方向 第三节 连锁药业的跨省合作分析 一、跨省连锁不要跨入“规模化”误区 二、跨省连锁经营药店的竞争与合作 第四节 医药连锁合作模式分析 一、合资授权式 二、采购联盟式 三、收购控股式 四、商商联盟式 五、工商联盟式 第五节 连锁药店经营和管理上的八个统一 一、标识系统的统一 二、服务规范统一 三、质量检验的统一 四、经营管理的统一 五、货源采购的统一

六、商品配送的统一 七、价格体系的统一 八、财务核算的统一 第六节 便利型药店的经营与服务创新 一、消费行为背后的理念转变 二、商品、服务、人员的三维创新 第四章

医药连锁区域市场分析 第一节

一线城市医药连锁市场分析 一、北京 二、上海 三、广州与深圳 第二节

二线城市医药连锁市场分析 一、大连 二、贵阳 三、武汉 第三节 山东医药连锁市场概况 一、山东药品零售行业面临洗牌 二、青岛医药连锁市场概况 三、济宁零售药店年内迎药品新规首考 第二部分 行业竞争格局分析 第五章 中国医药连锁业竞争状况分析 第一节 市场集中度及行业格局分析 一、医药连锁行业市场集中度 二、医药连锁药店业态竞争格局 三、度中国药店排名 四、连锁药店集中度提升的政策障碍 第二节 度中国连锁药店**企业解析 第三节 度中国药店单店发展解析 一、环境决定生态 二、人员：“店魂”所在 三、品规：一店一策 四、顾客为王 五、销售与费用 第四节

中国药店进入营销竞争时代 第五节 药企进军终端领域现状 第六节 中国药店区域整合加速度 一、区域市场整合潮起 二、并购进行时 三、区域合作：“加法”赢市场 四、正百康：开创连锁整合新模式 第六章 中国医药连锁业主要企业分析 第一节 国药控股国大药房有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第二节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第三节 广东大参林连锁药店有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第五节 重庆和平药房连锁有限责任公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第六节 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第七节

湖北同济堂药房有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司*新发展动态分析 第八节 成大方圆医药连锁投资有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 第九节 上海华氏大药房有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第十节 益丰大药房连锁股份有限公司 一、公司概况 二、公司经营情况分析 三、公司发展策略分析 四、公司*新发展动态分析 第三部分 行业发展预测 第八章

2023-2029年中国医药行业发展分析及预测 第一节 中国医药行业发展的主要驱动因素 一、经济增长 二、人口老龄化 三、城市化进程 四、新医改的推动 五、居民医疗保健意识增强 六、技术进步 第二节 我国医药行业经济运行情况及展望 一、医药行业市场运行情况 二、医药行业进出口情况 三、医药行业投资情况 四、医药行业经营情况 五、医药制造业发展预测 第三节 “十四五”医药行业发展前景展望 一、《医药工业“十四五”发展规划》解读 二、《“十四五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案》解读 第九章 2023-2029年药品消费需求分析及预测 第一节 医药市场需求及结构分析 一、药品消费结构发生新变化 二、医药市场结构呈现多元化 三、中国医药市场规模 四、我国医药市场规模 五、2018年中国或将成为全球第二大医药需求市场 第二节

非处方药消费分析 一、非处方药市场消费者行为分析 二、

2015-2022年我国OTC市场需求强劲 三、后OTC时代 大健康产业强势崛起 第三节 部分药品市场分析 一、感冒药消费调查 二、胃药消费调查 三、抗过敏用药零售市场规模分析 第十章

2023-2029年中国医药连锁业发展趋势预测 第一节 全国药品流通行业发展规划纲要 一、现状与形势 二、指导思想与总体目标 三、主要任务 四、保障措施 第二节 药店经营趋势 一、药店经营走进营销时代 二、传统药店转型 三、单体药店走向专业化 四、整体趋势走向连锁化 五、大型连锁走向多元化 第三节 连锁药店多元化 一、西方国家连锁药店多元化 二、我国连锁药店多元化现状 三、我国连锁药店多元化的难题 四、中国药店是否需要多元化 五、如何把多元化的陷阱变成机会 六、连锁药店未来发展趋势走向分析 第四节 特许加盟是连锁药店发展的必然趋势 一、特许加盟连锁的本质特征 二、特许加盟模式是我国药店发展的必然趋势 三、我国零售药店连锁加盟问题及对策探讨 第五节 连锁药店竞争趋势 一、上市连锁药店扩张的必由之路 二、并购整合成为中国医药零售行业的必然发展趋势 第四部分 行业发展战略 第十一章 国外经验借鉴 第一节 日本成功经验借鉴 一、日本连锁药店的业态特征 二、连锁药店的成功经营模式 三、日本现代连锁药店发展介绍 第二节 美国医药连锁行业的成功经验 一、医药分开成熟经营 二、“药味”淡化一店购足 三、处方递增成熟经营 第三节 美国CVS连锁药店管理以及经营策略 一、CVS的理念 二、CVS的历史 三、CVS概况 四、CVS的经营特点 五、CVS公司近年的财务分析 六、CVS的发展分析 七、新的契机 八、启示 第四节

中美两国连锁药店的发展差异 第十二章 2023-2029年连锁药店发展战略 第一节 中国连锁药店发展对策 一

、我国连锁企业发展的沿革与现状 二、我国连锁药店发展存在的主要问题 三、发展医药连锁经营的措施 四、加快网点建设形成经营特色 五、加强服务管理完善服务内涵 六、建立“连锁企业联盟” 七、适者生存：药店当审时度势谋发展 八、新医改下中小药店的出路 九、药店应如何应对基本药物目录的冲击 十、零售药店专家发展建议 第二节 医药零售连锁企业战略模式探讨 一、医药零售连锁企业实施战略管理的五个关键环节 二、不同的医药连锁零售企业的战略模式选择 三、结语 第三节 通过资本运营加快连锁药店的扩张 一、所考察连锁药店情况简介 二、资本运营的必要性案例 三、需要注意的几个问题 第四节 连锁药店进农村模式分析 一、资本运营 二、邮政物流 三、药品连锁专柜 四、城市包围农村 第五节 连锁药店舆论策略 一、连锁药店舆论策略 二、在处理顾客投诉问题中挖掘商机 第十三章 2023-2029年连锁药店经营管理策略 第一节 连锁药店的经营策略 一、经营环境分析 二、顾客需求 三、竞争的主要策略 四、品牌差异化的操作方向 第二节 连锁药店市场定位策略 一、经营定位的紊乱现象 二、连锁药店的定位分析 三、连锁药店经营定位的三大误区 第三节 医药连锁企业信息化的战略思考 一、医药连锁企业信息化总体思路 二、管理模式与IT规划的关系分析 三、医药连锁企业信息化需求分析 四、医药连锁企业信息化总体设计思想 五、医药连锁企业信息化应用架构 第四节 医药连锁企业药品销售波动下的配送的方案 第十四章 2023-2029年连锁药店竞争策略 第一节 连锁药店的核心竞争要素 一、供应链 二、商品结构 三、店员素质 四、品牌形象 第二节 医药连锁企业核心竞争力的建立 一、企业的核心竞争力的定义 二、医药连锁企业核心竞争力的建立 三、以信息化提升医药连锁企业的核心竞争力 第三节 连锁药店营销策略 一、实施整体营销策略 二、差异化竞争取胜 三、正确选择和销售主推品种 四、药店自营品牌开发策略 第四节 连锁药店节日促销策略 一、药品商场超市的节日促销策略 二、连锁药店的节日促销策略 第十五章 2023-2029年医药连锁行业投资策略 第一节 医药连锁行业风险与机会分析 一、医药连锁行业风险分析 二、医药连锁行业机会分析 第二节 “医药分业”的商业潜机 一、不懈探索 二、商业机遇 三、理性投资 四、掘金处方药 五、中药成为药店利润新增长点 第三节 农村药品市场分析 一、农村药品市场潜力巨大 二、农村医药市场营销有望成为新亮点 三、连锁药店“下乡”需政策鼓励 第四节 医药连锁店的投资及经营之道 一、市场前景 二、投资机遇 第五节 重点关注领域 一、OTC药品市场 二、医保药品 三、药妆店 第十六章 医药连锁赢利模式突破策略 第一节 药店赢利商圈要素考量 第二节 微利时代的连锁药店盈利模式突破 一、如何降低成本 二、通过经营手段提高赢利能力 第三节 海王星辰连锁药店的赢利战略 图表目录 图表：连锁经营行业子行业分类 图表：中国医药行业产业链示意图 图表：中西药品零售总额及同比增速 图表：我国医药制造业产品销售收入及增速 图表：医药制造业七大子行业产品销售收入、增速及占比 图表：医药制造业工业品出厂价格指数 图表：成都中药材价格指数 图表：我国化学原料药出厂价格指数 图表：我国部分化学原料药品价格 图表：药品流通行业销售趋势 图表：药品流通行业销售品类结构分布 图表：典型样本城市零售药店销售品类结构分布 图表：规模以上药品流通企业主营业务收入所有制结构分布 图表：规模以上药品流通企业利润总额所有制结构分布 图表：药品批发直报企业商品配送结构 图表：药品批发直报企业物流费用结构 图表：不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况 图表：零售药店数量 图表：药品流通上市公司市值 图表：中国连锁药店企业数量增长情况 图表：中国药店排行榜（销售额） 图表：中国药店排行榜（直营店数量） 图表：中国药店排行榜单店（销售额） 图表：中国卫生费用 图表：医药制造业工业增加值增速 图表：我国医改政策路线图 图表：我国中成药月度产量及同比增速 图表：我国化学原料药月度产量及同比增速 图表：中西药品零售总额及同比增速 图表：我国医药制造业产品销售收入及增速 图表：医药制造业七大子行业产品销售收入、增速及占比 图表：医药制造业工业品出厂价格指数 图表：成都中药材价格指数 图表：我国化学原料药出厂价格指数 图表：我国部分化学原料药品价格 图表：我国医药品月度进口额及同比增速 图表：我国抗菌素制剂月度进口额及同比增速 图表：我国医药品月度出口额及同比增速 图表：我国药材月度出口额及同比增速 图表：我国中式成药出口额及同比增速 图表：抗菌素（制剂除外）月度出口额及增速 图表：抗菌素（制剂除外）月度出口均价 图表：我国医药制造业投资额及同比增速 图表：我国医药制造业利润总额及同比增速 图表：我国医药制造业子行业利润总额、增速及占比 图表：我国化学制药业利润总额及同比增速 图表：我国化学制药业产品销售成本及增速 图表：我国中药制造业利润总额及同比增速 图表：我国生物药品制造业利润总额及增速 图表：OTC消费信息来源 图表：影响患者使用感冒药品的因素 图表：胃药产品销售按销售金额排名 图表：胃药产品销售按销售量排名 图表：目前美国CVS连锁药店门店数量*新分布 图表：CVS连锁药店净销售额的百分比 图表：医药连锁企业的信

