

# 2022-2028年中国药店市场 深度分析与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国药店市场深度分析与投资战略咨询报告》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/202205/294958.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

药店是指零售药品的门市。中医史上第一家官办的药店诞生于宋神宗熙宁九年（公元1076年），是大名鼎鼎的改革家王安石批准创建的。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国药店市场深度分析与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了药店行业市场发展环境、药店整体运行态势等，接着分析了药店行业市场运行的现状，然后介绍了药店市场竞争格局。随后，报告对药店做了重点企业经营状况分析，最后分析了药店行业发展趋势与投资预测。您若想对药店产业有个系统的了解或者想投资药店行业，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 中国药店行业发展模式与环境分析

#### 1.1 药店行业定义

##### 1.1.1 药店行业定义

（1）药店行业定义

（2）药店行业分类

（3）药店行业价值链分析

##### 1.1.2 药店行业发展阶段

（1）国内药店行业发展阶段分析

（2）国内外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 药店行业市场环境分析

##### 1.3.1 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 药店行业经济环境分析

#### 1.3.3 药店行业社会环境分析

#### 1.3.4 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 药店行业市场环境综合判断

## 第二章 国际药店行业发展现状及经验借鉴

### 2.1 美国药店行业发展分析

#### 2.1.1 美国药店行业发展现状

#### 2.1.2 美国药店企业经营管理特点

#### 2.1.3 美国药店企业发展趋势

##### （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 日本药店行业发展分析

#### 2.2.1 日本药店行业发展现状

##### （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 日本药店行业经营管理特点

##### （1）日本药店企业经营模式

##### （2）日本药店企业商品构成

### 2.2.3 日本药店行业发展趋势

### 2.2.4 日本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 中国药店行业发展现状分析

### 3.1 药店行业发展现状分析

#### 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) 中国药店数量分析

#### 3.1.2 药店行业发展现状分析

##### (1) 药店企业数量增长情况

##### (2) 药店门店数量增长情况

##### (3) 药店区域分布情况

#### 3.1.3 药店行业发展存在的问题分析

### 3.2 药店行业盈利水平及影响因素分析

#### 3.2.1 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 药店行业提升盈利水平的方法

(1) 药店应形成规模经营

(2) 提高药店的竞争力

### 3.3 药店行业百强企业经营分析

#### 3.3.1 药店行业百强销售收入变化情况

#### 3.3.2 药店行业重点企业变化情况

#### 3.3.3 药店行业重点门店变化情况

(1) 药店百强企业门店数量分析

#### 3.3.4 药店行业百强企业品规市场分析

(1) 药店行业百强企业品规数量分析

(2) 药店行业百强企业单一品规日均贡献分析

#### 3.3.5 药店行业百强企业主要品类市场分析

(1) 药店行业百强企业不同类别产品市场分析

(2) 药店行业百强企业处方药类产品市场分析

(3) 药店行业百强企业非处方药类产品市场分析

(4) 药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析

(5) 药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析

(6) 药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析

(7) 药店行业百强企业其他类产品市场分析

(8) 药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析

(9) 药店行业负毛利产品市场分析

#### 3.3.6 药店行业百强企业运营效率分析

(1) 药店行业百强企业客单价分析

(2) 药店行业百强企业会员坪效分析

(3) 药店行业百强企业会员消费分析

(4) 药店行业百强企业日均坪效分析

(5) 药店行业百强企业日均人效分析

#### 3.3.7 药店行业百强企业人力资源分析

(1) 药店行业百强企业员工流失率分析

(2) 药店行业百强企业薪资总额分析

(3) 药店行业百强企业平均薪资分析

(4) 药店行业百强企业员工培训投入分析

### 3.4 药店行业单店百强经营分析

- 3.4.1 药店行业单店百强总体分析
- 3.4.2 药店行业单店百强销售额分析
- 3.4.3 药店行业百强单店坪效分析
- 3.4.4 药店行业百强单店客单价分析
- 3.4.5 药店行业百强单店细分产品市场分析
  - (1) 药店行业百强单店处方药市场分析
  - (2) 药店行业百强单店OTC市场分析
  - (3) 药店行业百强单店保健食品市场分析
  - (4) 药店行业百强单店中药饮片市场分析
  - (5) 药店行业百强单店化妆品/日化品市场分析
  - (6) 药店行业百强单店计生用品(不含药品)市场分析
  - (7) 药店行业百强单店母婴用品/食品市场分析
  - (8) 药店行业百强单店医疗器械市场分析

#### 第四章 中国药店行业竞争分析

- 4.1 药店行业内部竞争分析
  - 4.1.1 药店行业市场集中度分析
  - 4.1.2 药店行业供应商议价能力分析
  - 4.1.3 药店行业消费者议价能力分析
  - 4.1.4 药店行业替代者威胁分析
  - 4.1.5 药店行业新进入者威胁分析
  - 4.1.6 药店行业竞争格局分析
    - (1) 全国性药店的划分
    - (2) 国内药店竞争格局
- 4.2 药店VS单体药店竞争分析
  - 4.2.1 药店VS单体药店竞争优势分析
  - 4.2.2 药店VS单体药店竞争劣势分析
- 4.3 药店企业重组整合分析
  - 4.3.1 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 药店企业重组整合现状分析

#### 4.3.3 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 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+”背景下中国药店行业发展分析

#### 5.1 “互联网+”药店发展背景分析

##### 5.1.1 “互联网+”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+”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+”药店发展现状分析

##### 5.2.1 “互联网+”药店政策环境分析

##### 5.2.2 中国“互联网+”药店行业发展特点

##### 5.2.3 中国“互联网+”药店行业发展现状

- (1) 互联网+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) 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+”药店行业投资布局分析

#### 5.3.1 中国“互联网+”药店行业投资切入方式

#### 5.3.2 中国“互联网+”药店行业投资规模分析

#### 5.3.3 中国“互联网+”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+”药店行业竞争格局分析

#### 5.4.1 中国“互联网+”药店行业参与者结构

#### 5.4.2 中国“互联网+”药店行业竞争者类型

### 5.5 中国“互联网+”药店行业发展前景分析

#### 5.5.1 中国“互联网+”药店行业市场增长动力分析

#### 5.5.2 中国“互联网+”药店行业市场发展瓶颈剖析

#### 5.5.3 中国“互联网+”药店行业市场发展趋势分析

## 第六章 中国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 药店行业口碑营销分析

#### 6.2.1 药店的口碑营销特点

#### 6.2.2 药店行业口碑营销优势

#### 6.2.3 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 药店行业价格策略分析

#### 6.3.1 药店定价策略

- (1) 合理、灵活的定价策略
- (2) 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策略

#### 6.3.2 药店应对药品价格竞争的策略

- (1) 药店应确定合理的药品价格
- (2) 药店要锁定自己的目标顾客和市场
- (3) 药店应随时了解竞争对手的一举一动
- (4) 药店应不断发掘市场空白点

## 第七章 重点地区药店行业发展分析

### 7.1 广东省药店行业发展分析

#### 7.1.1 广东省药店行业发展环境

- (1) 广东省药店行业政策环境
- (2) 广东省药店行业需求环境

#### 7.1.2 广东省药店行业发展现状

#### 7.1.3 广东省药店行业发展前景

### 7.2 上海市药店行业发展分析

#### 7.2.1 上海市药店行业发展环境

- (1) 上海市药店行业政策环境
- (2) 上海市药店行业需求环境

#### 7.2.2 上海市药店行业发展现状

#### 7.2.3 上海市药店行业发展前景

### 7.3 北京市药店行业发展分析

#### 7.3.1 北京市药店行业发展环境

- (1) 北京市药店行业政策环境
- (2) 北京市药店行业需求环境
- 7.3.2 北京市药店行业发展现状
- 7.3.3 北京市药店行业发展前景
- 7.4 云南省药店行业发展分析
- 7.4.1 云南省药店行业发展环境
  - (1) 云南省药店行业政策环境
  - (2) 云南省药店行业需求环境
- 7.4.2 云南省药店行业发展现状
- 7.4.3 云南省药店行业发展前景
- 7.5 辽宁省药店行业发展分析
- 7.5.1 辽宁省药店行业发展环境
  - (1) 辽宁省药店行业政策环境
  - (2) 辽宁省药店行业需求环境
- 7.5.2 辽宁省药店行业发展现状
  - (1) 辽宁省药店行业重点企业及门店情况
  - (2) 辽宁省药店行业竞争现状
- 7.5.3 辽宁省药店行业发展前景分析
- 7.6 湖南省药店行业发展分析
- 7.6.1 湖南省药店行业发展环境
  - (1) 湖南省药店行业政策环境
  - (2) 湖南省药店行业需求环境
- 7.6.2 湖南省药店行业发展现状
  - (1) 湖南省药店行业发展总体特征
  - (2) 湖南省药店行业地位
  - (3) 湖南省各地区药店行业发展现状
- 7.6.3 湖南省药店行业发展前景
- 7.7 山东省药店行业发展分析
- 7.7.1 山东省药店行业发展环境
  - (1) 山东省药店行业政策环境
  - (2) 山东省药店行业需求环境
- 7.7.2 山东省药店行业发展现状

### 7.7.3 山东省药店行业发展前景

## 第八章 中国药店行业领先企业经营分析

### 8.1 中国药店企业总体发展状况分析

### 8.2 中国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 中国药店行业发展前景与策略分析

#### 9.1 药店行业发展趋势与前景展望

##### 9.1.1 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 药店行业发展前景展望

- (1) 药店行业发展机遇
- (2) 药店行业发展前景展望

#### 9.2 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 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 中国药店行业投资前景分析()

### 10.1 药店行业资本市场现状分析

#### 10.1.1 药店行业融资分析

- (1) 行业融资主要途径分析
- (2) 药店行业融资现状
- (3) 药店并购现状

#### 10.1.2 药店行业资本市场趋势

- (1) 医药连锁企业投资会持续
- (2) 药店上市会持续
- (3) 药店的并购重组会持续

#### 10.1.3 资本涌入对药店行业的影响

### 10.2 药店行业投资前景分析

#### 10.2.1 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 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 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：药店分类

图表：医药产业价值链分析图

图表：药店行业发展阶段

图表：国内外药店行业发展阶段对比

图表：药店行业各模式优点比较分析

图表：药店行业各模式缺点比较分析

图表：药店行业盈利点

图表：我国药店行业主管部门

图表：药店行业相关政策解读

图表：2016-2020年药品零售市场与GDP增速分析（单位：%）

图表：2016-2020年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）

图表：2016-2020年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年中国大陆人口数量情况（单位：亿人）

图表：2016-2020年我国城乡人口比重情况（单位：%）

图表：2016-2020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：2020年中国城市公立医院药品需求种类分布图（单位：亿元，%）

图表：2020年中国医药流通行业销售品类结构（单位：%）

图表：2020年美国药店市场竞争格局（单位：%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294958.html>