

2013-2018年中国连锁药店 行业竞争格局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

《2013-2018年中国连锁药店行业竞争格局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/201310/98865.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

连锁药店是指在一个连锁总部统一管辖下，将有着共同的理念、经济利益、服务管理规范的众多药店，以统一进货或授权特许等方式连接起来，实现统一标准化经营，共享规模效益的一种组织形式。

从药店总体数量来看，我国的药店总数并不少，但和成熟市场相比，我国药店结构并不合理。需要优势连锁企业通过整合行业资源来优化产业结构，资本和政策等将有力地推动这一进程。为此，连锁企业除了关注以产品经营为重点的内生式发展外，还应当注重以资本吞吐和配置为重点的外延式扩张，通过投融资、并购重组等方式迅速做大企业规模，优化产业结构。

未来五年，我国将利用市场机制和经济手段，鼓励和支持大型药品流通企业通过收购、兼并、托管、参股、控股和强强联合等方式，实现规模化、集约化和国际化经营，打造一批年经营过百亿元甚至过千亿元的药品流通龙头企业；支持专业化和有特色的中小药品流通企业做精做专，占领特色化细分市场；支持老字号药店做长做久并创新发展；引导一般中小药品流通企业加盟或并入大型药品流通企业，实现规模化经营。同时，鼓励药品零售企业积极探索采取连锁经营等现代营销方式，不断提高市场竞争力。经过五年努力，我国连锁药店比例要达到药店总数的2/3，并全面配备执业药师，提高药品质量管理和药学服务水平。

随着老龄化程度的加深以及国民健康意识的提高，国内药品零售终端市场规模实现了快速增长。终端市场需求的增长刺激了连锁药店行业的快速发展，与连锁药店相关产业的发展也是密不可分的。据调查显示，未来趋势是多元化步入快车道，药店转型升级；系统定位，业态模式开始进入定位规划阶段；连锁药店竞争进入到产业链竞争阶段；专业化定位的药店将发展壮大；中医馆必将突飞猛进；管理竞争升级，核心竞争力培育开始；并购大戏还将涌现。

中企顾问发布的《2013-2018年中国连锁药店行业竞争格局与投资方向研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。PS：本报告将保持时实更新，为企业提供最最新资讯，使企业能及时把握局势的发展，及时调整应对策略。

第一章 中国连锁药店行业发展模式与环境分析 17

1.1 连锁药店行业定义 17

1.1.1 连锁药店行业定义 17

1.1.2 连锁药店行业发展阶段	18
1.2 连锁药店行业壁垒分析	19
1.2.1 连锁药店行业进入壁垒分析	19
1.2.2 连锁药店行业退出壁垒分析	20
1.3 连锁药店行业连锁模式分析	20
1.3.1 直营连锁模式分析	20
(1) 直营连锁模式概念	20
(2) 直营连锁模式的优、缺点	20
1.3.2 加盟连锁模式分析	21
(1) 加盟连锁模式概念	21
(2) 加盟连锁模式的优、缺点	21
1.4 连锁药店行业盈利模式分析	21
1.4.1 直营连锁药店盈利模式	21
1.4.2 加盟连锁药店盈利模式	22
1.5 连锁药店行业市场环境分析	24
1.5.1 连锁药店行业政策环境分析	24
(1) 行业管理体制	24
(2) 行业政策环境	25
(3) 行业发展规划	26
1.5.2 连锁药店行业经济环境分析	27
(1) 宏观经济环境现状	27
(2) 宏观经济环境趋势	28
1.5.3 连锁药店行业需求环境分析	29
(1) 居民支付能力分析	29
1) 居民人均GDP	29
2) 居民收入水平	29
3) 居民医疗保障水平	30
(2) 人口及疾病因素分析	31
1) 人口数量规模	31
2) 人口结构变化	32
3) 居民疾病情况	35
(3) 药品消费结构的变化	44

第二章 国际连锁药店行业发展情况与经验启示 46

2.1 美国连锁药店行业发展分析 46

2.1.1 美国连锁药店行业发展现状 46

2.1.2 美国连锁药店企业经营管理特点 47

2.1.3 美国连锁药店企业发展趋势 49

(1) “第三方保险” 49

(2) 网上售药 49

(3) 欲占领中国医药连锁渠道 49

(4) 家庭护理蕴藏商机 50

2.1.4 美国连锁药店带给我国的启示 50

(1) 医药分开，成熟经营 50

(2) 注重经营健康产品和自有品牌产品 50

(3) 配备药师和实行专业化服务 50

(4) 充分发挥联盟组织的作用 51

(5) 规模经营和现代信息技术运用 51

(6) 每天低价(EDLP)战略 51

2.2 日本连锁药店行业发展分析 52

2.2.1 日本连锁药店的业态特征 52

(1) 日本连锁药店行业发展现状 52

(2) 日本连锁药店企业经营模式 53

(3) 日本连锁药店企业商品构成 53

2.2.2 日本连锁药店带给我国的启示 54

(1) 便利化经营 54

(2) 活性的维护 55

(3) 确定发展趋势 55

(4) 培养专业型人才 55

2.3 中国与美日连锁药店的差异对比 55

2.3.1 规模的差距 55

2.3.2 经营模式的不同 56

2.3.3 商品种类和数量的差异 57

2.4 国际连锁药店巨头经营分析 58

- 2.4.1 美国Walgreens公司经营分析 58
- 2.4.2 美国CVS公司经营分析 64
- 2.4.3 美国Rite Aid公司经营分析 71
- 2.4.4 日本Matsumoto Kiyoshi经营分析 74

第三章 中国连锁药店行业发展状况与经营分析 77

- 3.1 连锁药店行业发展现状分析 77
 - 3.1.1 连锁药店行业发展的影响因素 77
 - (1) 连锁药店行业发展的有利因素 77
 - (2) 连锁药店行业发展的不利因素 78
 - 3.1.2 连锁药店行业发展现状分析 79
 - (1) 连锁药店企业数量增长情况 79
 - (2) 连锁药店门店数量级分布情况 79
 - (3) 连锁药店门店数量区域分布情况 80
 - 3.1.3 连锁药店行业发展存在的问题分析 80
- 3.2 连锁药店行业经营水平及影响因素分析 82
 - 3.2.1 连锁药店行业经营状况分析 82
 - 3.2.2 行业盈利水平影响因素分析 84
 - (1) 政策对行业盈利水平的影响 84
 - (2) 行业内部竞争对盈利水平的影响 86
 - (3) 行业发展阶段对盈利水平的影响 86
 - 3.2.3 连锁药店行业提升盈利水平的方法 87
 - (1) 连锁药店应形成规模经营 87
 - (2) 提高连锁药店的竞争力 87
- 3.3 连锁药店行业百强企业经营分析 89
 - 3.3.1 连锁药店行业百强销售收入变化情况 89
 - 3.3.2 连锁药店行业重点企业变化情况 90
 - 3.3.3 连锁药店行业重点门店变化情况 93
 - 3.3.4 连锁药店行业百强企业经营品规市场分析 97
 - (1) 连锁药店行业百强企业经营品规数量分析 97
 - (2) 连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析 98
 - (3) 连锁药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析 100

(4) 连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析	102
(5) 连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析	104
1) 百强企业食品/保健品类产品销售额占比变化	104
2) 百强企业食品/保健品类产品利润贡献率变化	105
(6) 连锁药店行业百强企业其他类产品市场分析	106
1) 百强企业其他类产品销售额占比变化	106
2) 百强企业其他类产品利润贡献率变化	107
(7) 连锁药店行业百强企业“新三类”产品市场分析	108
1) 百强企业“新三类”产品销售额占比变化	108
2) 百强企业“新三类”产品利润贡献率变化	109
(8) 连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析	110
3.3.5 连锁药店行业百强企业运营效率分析	111
(1) 连锁药店行业百强企业客单价分析	111
(2) 连锁药店行业百强企业会员有效率分析	112
(3) 连锁药店行业百强企业坪效与人效分析	113
1) 连锁药店行业百强企业坪效分析	113
2) 连锁药店行业百强企业人效分析	115
3.3.6 连锁药店行业百强企业人力资源分析	117
(1) 连锁药店行业百强企业员工流失率分析	117
(2) 连锁药店行业百强企业员工薪资分析	118
3.4 连锁药店行业百强单店经营分析	120
3.4.1 连锁药店行业百强单店销售收入分析	120
3.4.2 连锁药店行业百强单店坪效分析	122
3.4.3 连锁药店行业百强单店人效分析	122

第四章 中国连锁药店行业竞争分析 123

4.1 连锁药店行业内部竞争分析	123
4.1.1 连锁药店行业市场集中度分析	123
4.1.2 连锁药店行业供应商议价能力分析	123
4.1.3 连锁药店行业消费者议价能力分析	124
4.1.4 连锁药店行业替代者威胁分析	124
4.1.5 连锁药店行业新进入者威胁分析	124

4.1.6 连锁药店行业竞争格局分析 124

(1) 连锁药店行业业态竞争格局分析 124

1) 平价连锁药店竞争状况分析 124

2) 全国性连锁药店竞争状况分析 125

3) 跨区域连锁药店竞争状况分析 126

4) 地市连锁药店竞争状况分析 127

(2) 连锁药店行业地区竞争状况分析 128

1) 华北

2) 东北

3) 华东

4) 华南

5) 中南

6) 西南

7) 西北

4.2 连锁药店VS单体药店竞争分析 134

4.2.1 连锁药店VS单体药店竞争优势分析 134

4.2.2 连锁药店VS单体药店竞争劣势分析 134

4.2.3 中国连锁药店行业机会分析 135

4.2.4 中国连锁药店行业威胁分析 137

4.3 连锁药店企业重组整合分析 138

4.3.1 连锁药店企业重组整合推动因素 138

4.3.2 连锁药店企业重组整合现状分析 138

(1) 连锁药店央企重组整合分析 138

(2) 连锁药店地方企业重组整合分析 139

(3) 连锁药店民营企业重组整合分析 139

(4) 连锁药店企业联盟式重组整合分析 140

(5) 连锁药店外资企业重组整合分析 141

4.3.3 连锁药店行业重组整合中存在的问题 141

4.3.4 连锁药店行业重组整合战略方法 142

第五章 中国连锁药店行业关联行业发展分析 146

5.1 医药行业发展分析 146

5.1.1 医药行业投资情况	146
5.1.2 医药行业经营分析	147
(1) 医药行业销售收入分析	148
(2) 医药行业利润变化情况	148
5.1.3 医药行业市场分析	149
(1) 医药行业供给分析	149
(2) 医药行业价格走势	151
(3) 医药行业进出口市场分析	152
5.1.4 医药行业竞争分析	153
5.2 医药批发行业发展分析	155
5.2.1 医药批发行业发展现状	155
(1) 销售模式现状	155
1) 对医院纯销	155
2) 对商业公司调拨	156
3) 对乡镇药店快批	156
(2) 医药批发行业竞争现状	156
5.2.2 医药批发行业发展趋势	157
5.3 医药物流行业发展分析	158
5.3.1 医药物流行业市场规模	158
5.3.2 医药物流行业发展特点	159
5.3.3 医药物流行业成本分析	160
5.3.4 医药物流行业竞争状况	160
5.3.5 医药物流行业建设情况	161
5.3.6 医药物流行业发展趋势	162
5.4 药品零售行业发展分析	164
5.4.1 药品零售行业市场规模	164
5.4.2 零售药店数量增长情况	164
(1) 零售药店增长情况	164
(2) 零售药店结构变化	165
5.4.3 药品零售行业销售现状	165
5.4.4 药品零售行业魅力品牌	168
(1) 2012年药店最具魅力品牌榜	169

(2) 2012年药店最具魅力非药品榜 169

(3) 2012年药店最具魅力药品榜 170

第六章 中国连锁药店行业业态定位与趋势分析 175

6.1 连锁药店业态分类及影响因素 175

6.1.1 连锁药店业态分类 175

6.1.2 连锁药店业态发展情况 175

6.1.3 连锁药店业态定位的影响因素 177

6.2 十种连锁药店业态定位及其发展趋势 178

6.2.1 标准药店业态定位及其发展趋势 178

(1) 业态名称 178

(2) 商品结构 178

(3) 经营方式 178

(4) 目标顾客 178

(5) 服务类型 178

(6) 商圈和面积 178

(7) 发展趋势 178

(8) 核心竞争力 178

6.2.2 社区便利店业态定位及其发展趋势 179

(1) 业态名称 179

(2) 商品结构 179

(3) 经营方式 179

(4) 目标顾客 179

(5) 服务类型 179

(6) 商圈和面积 179

(7) 发展趋势 179

(8) 核心竞争力 179

6.2.3 药诊店业态定位及其发展趋势 179

(1) 业态名称 179

(2) 商品结构 180

(3) 经营方式 180

(4) 目标顾客 180

- (5) 服务类型 180
- (6) 商圈和面积 180
- (7) 发展趋势 180
- (8) 核心竞争力 180

6.2.4 药妆店业态定位及其发展趋势 180

- (1) 业态名称 180
- (2) 商品结构 180
- (3) 经营方式 180
- (4) 目标顾客 181
- (5) 服务类型 181
- (6) 商圈和面积 181
- (7) 发展趋势 181
- (8) 核心竞争力 181

6.2.5 平价健康大卖场业态定位及其发展趋势 181

- (1) 业态名称 181
- (2) 商品结构 181
- (3) 经营方式 181
- (4) 目标顾客 181
- (5) 服务类型 181
- (6) 商圈和面积 182
- (7) 发展趋势 182
- (8) 核心竞争力 182

6.2.6 医保定点店业态定位及其发展趋势 182

- (1) 业态名称 182
- (2) 商品结构 182
- (3) 经营方式 182
- (4) 目标顾客 182
- (5) 服务类型 182
- (6) 商圈和面积 182
- (7) 发展趋势 182
- (8) 核心竞争力 182

6.2.7 超市店中店业态定位及其发展趋势 183

- (1) 业态名称 183
- (2) 商品结构 183
- (3) 经营方式 183
- (4) 目标顾客 183
- (5) 服务类型 183
- (6) 商圈和面积 183
- (7) 发展趋势 183
- (8) 核心竞争力 183

6.2.8 炒作型产品药店业态定位及其发展趋势 183

6.2.9 专科药店业态定位及其发展趋势 184

6.2.10 网上药店业态定位及其发展趋势 185

- (1) 业态名称 185
- (2) 商品结构 185
- (3) 经营方式 185
- (4) 目标顾客 186
- (5) 服务类型 186
- (6) 商圈和面积 186
- (7) 发展趋势 186
- (8) 核心竞争力 186

第七章 中国连锁药店行业选址与卖场布局分析 187

7.1 连锁药店选址分析 187

7.1.1 连锁药店选址的重要性 187

- (1) 良好的店址是药店经营成功的首要因素 187
- (2) 药店选址直接影响药店的经营成本 187
- (3) 药店选址直接影响药店的客流量 187

7.1.2 连锁药店选址的理论探讨 187

- (1) 药店选址必须调查研究 187
 - 1) 地段环境调查研究 187
 - 2) 消费者需求调查研究 188
 - 3) 竞争对手调查研究 188
- (2) 选址必须与药店经营战略相匹配 188

- (3) 选址必须考虑店铺租金与面积 188
- (4) 选址必须辩证分析, 综合平衡 189
- 7.1.3 连锁药店选址程序分析 189
- 7.1.4 连锁药店选址实践探索 189
 - (1) 紧靠医院选址 189
 - (2) 紧跟大型商场、超市选址 189
 - (3) 在交通干道选址 190
 - (4) 在繁华商圈选址 190
 - (5) 进社区选址 190
 - (6) 城乡结合部选址 190
 - (7) 乡镇选址 190
 - (8) “空白”地点选址 191
- 7.2 药店店面设计与卖场布局 191
 - 7.2.1 店铺出入口设计 191
 - 7.2.2 招牌设计 191
 - 7.2.3 店铺内装潢 191
 - 7.2.4 灯光照明设计 192
 - 7.2.5 收银台的设置 192
 - 7.2.6 堆头的设置 192
 - 7.2.7 购物通道的设置 192
 - 7.2.8 非商品区域的设置 193
- 7.3 药品陈列分析 193
 - 7.3.1 药品分类陈列原则 193
 - 7.3.2 主要位置陈列方法与相关要求 193
 - (1) 橱窗陈列方法与相关要求 193
 - (2) 收银台陈列方法与相关要求 193
 - (3) 卖场货架陈列方法与相关要求 194
 - (4) 端头货架陈列方法与相关要求 195
 - (5) 柜台陈列方法与相关要求 195
 - (6) 花车、堆头陈列方法与相关要求 196
 - (7) 专柜陈列方法与相关要求 196
 - (8) 柱子陈列方法与相关要求 196

- (9) 与陈列相关的各类标示要求 196
- 7.3.3 商品陈列的技巧 197
 - (1) 季节性陈列技巧 197
 - (2) 主题商品陈列技巧 197
- 7.3.4 商品陈列步骤与规范 198
 - (1) 商品陈列的步骤 198
 - (2) 货架商品陈列的基本规范 198
- 7.3.5 商品陈列的注意事项 199
- 7.3.6 不同类型门店商品陈列差异化处理办法 199
 - (1) 新开门店商品陈列 199
 - (2) 社区门店商品陈列 199
 - (3) 商业区门店商品陈列 199

第八章 中国连锁药店行业供应商与采购管理分析 201

- 8.1 连锁药店对供应商选择与管理分析 201
 - 8.1.1 连锁药店供应商分类 201
 - 8.1.2 对供应商的评价分析 201
 - 8.1.3 连锁药店对供应商的选择 203
 - (1) 对供应商选择的原则 203
 - (2) 影响供应商选择的主要因素 204
 - 8.1.4 连锁药店对供应商的管理策略 205
 - (1) 确定与供应商合作类型 205
 - (2) 建立规范化的合作机制 205
 - (3) 建立双赢的合作伙伴关系 206
- 8.2 连锁药店行业采购管理分析 207
 - 8.2.1 连锁药店行业采购渠道分析 207
 - (1) “直营”采购模式 207
 - (2) 连锁药店的采购联盟 207
 - 1) 行业协会领头组建的联合采购 207
 - 2) 以中小连锁药店为主的采购联盟 207
 - 3) 第三方运营的采购联盟 208
 - (3) 连锁药店的网上采购平台 208

8.2.2 连锁药店采购中存在问题分析 208

- (1) 采购中存在“灰色收入”问题 208
- (2) 采购部门消极的坐等厂商上门 208
- (3) 计划的灵活性较差造成采购的无序 208
- (4) 缺乏沟通使得采购成本上升 209

8.2.3 连锁药店采购改进策略 209

- (1) 筛选药品品种，进行赢利组合 209
- (2) 与供应商联盟，建立紧急供货机制 209
- (3) 培训采购人员的业务技能，提高采购水平 210
- (4) 由供应商代替连锁药店进行管理的采购模式 210

第九章 中国连锁药店行业消费者行为与营销策略分析 211

9.1 药店消费者行为分析 211

9.1.1 药店消费者的消费行为解析 211

- (1) 影响药品消费行为的因素 211
 - 1) 影响药品消费行为的个人因素 211
 - 2) 影响药品消费行为的社会因素 211
- (2) 药店消费者的消费行为特征 212
 - 1) 消费者光顾药店的目的性明确 212
 - 2) 消费者每次的购买量并不大 212
 - 3) 消费者选择自主性十分有限 212
 - 4) 药店消费者对非处方药需求相对比较大 212
 - 5) 药品购买时间呈现一定特点 212
- (3) 药店应针对消费特点，改进营销 212
 - 1) 药店经营要以人为本，重视消费者需求 212
 - 2) 重视服务营销 213
 - 3) 重视非处方药经营 213

9.1.2 消费者购药行为模式研究 213

- (1) 顺从型模式的表现形式与对策 213
- (2) 自主型模式的表现形式与对策 213
- (3) 遵医型模式的表现形式与对策 214

9.2 连锁药店行业口碑营销分析 214

- 9.2.1 连锁药店的口碑营销特点 214
- 9.2.2 连锁药店行业口碑营销优势 214
- 9.2.3 连锁药店实施的口碑营销策略 216
- 9.3 连锁药店行业价格策略分析 217
 - 9.3.1 连锁药店定价策略 217
 - (1) 合理、灵活的定价策略 217
 - (2) 连锁药店应采取灵活的会员制 217
 - (3) 自有品牌产品的低价格策略或高形象定价策略 218
 - (4) 注重发展第三终端、谋求市场占有率的低价策略 218
 - 9.3.2 连锁药店应对药品价格竞争的策略 218
 - (1) 连锁药店应确定合理的药品价格 218
 - (2) 连锁药店要锁定自己的目标顾客和市场 219
 - (3) 连锁药店应随时了解竞争对手的一举一动 219
 - (4) 连锁药店应不断发掘市场空白点 220

第十章 重点地区连锁药店行业发展分析 221

- 10.1 广东省连锁药店行业发展分析 221
 - 10.1.1 广东省连锁药店行业发展环境 221
 - (1) 广东省连锁药店行业政策环境 221
 - (2) 广东省连锁药店行业需求环境 221
 - 10.1.2 广东省连锁药店行业发展现状 223
 - (1) 广东省连锁药店行业总体发展情况 224
 - (2) 广东省连锁药店行业各主要地区发展现状 224
 - 1) 广州市连锁药店行业发展现状 224
 - 2) 深圳市连锁药店行业发展现状 225
 - 3) 东莞市连锁药店行业发展现状 225
 - 4) 其他地方连锁药店行业发展现状 226
 - 10.1.3 广东省连锁药店重点企业及门店 227
 - 10.1.4 广东省连锁药店行业发展前景 228
- 10.2 上海市连锁药店行业发展分析 229
- 10.4 云南省连锁药店行业发展分析 239
- 10.5 辽宁省连锁药店行业发展分析 244

- 10.6 湖南省连锁药店行业发展分析 247
- 10.7 山东省连锁药店行业发展分析 251
- 10.8 吉林省连锁药店行业发展分析 255
- 10.9 江苏省连锁药店行业发展分析 259
- 10.10 四川省连锁药店行业发展分析 263
- 10.11 北京市连锁药店行业发展分析 267

第十一章 中国连锁药店行业领先企业经营分析 272

- 11.1 中国连锁药店企业总体发展状况分析 272
- 11.2 中国连锁药店行业领先企业经营分析 272
 - 11.2.1 中国海王星辰连锁药店有限公司经营情况分析 272
 - (1) 企业发展简况分析 273
 - (2) 企业经营情况分析 273
 - (3) 企业经营产品结构 275
 - (4) 企业门店数量与分布 275
 - (5) 企业市场拓展分析 276
 - (6) 企业定位与服务对象 276
 - (7) 企业供应商与采购 276
 - (8) 企业经营优劣势分析 277
 - (9) 企业发展动向分析 278
 - 11.2.2 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司经营情况分析 278
 - 11.2.3 国药控股国大药房有限公司经营情况分析 282
 - 11.2.4 老百姓大药房连锁股份有限公司经营情况分析 285
 - 11.2.5 北京同仁堂股份有限公司经营情况分析 287

第十二章 中国连锁药店行业趋势、前景与发展策略 387

- 12.1 连锁药店行业资本市场趋势分析 387
 - 12.1.1 连锁药店行业融资情况 387
 - 12.1.2 连锁药店行业资本市场趋势 387
 - (1) 医药连锁企业投资会持续 388
 - (2) 连锁药店上市会持续 388
 - (3) 连锁药店的并购重组会持续 388

12.1.3 资本的进入对连锁药店行业的影响	388
12.2 连锁药店行业发展趋势与前景展望	388
12.2.1 连锁药店行业发展趋势	388
(1) 在地域选择上的趋势	388
(2) 在经营内容上的趋势	389
(3) 在内部管理上的趋势	389
(4) 在消费变化上的趋势	389
12.2.2 连锁药店行业发展前景展望	389
(1) 医药行业发展前景展望	389
(2) 连锁药店行业发展前景展望	390
12.3 连锁药店行业发展策略分析	391
12.3.1 以效益为前提扩大连锁企业的规模	391
(1) 药品生产、批发、零售企业之间的兼并	391
(2) 中、小型药品零售连锁企业相互结成同盟军	391
(3) 药店连锁企业与其他商业企业或外资进行合作开店	391
(4) 在农村开设连锁药店	391
12.3.2 多元化经营需要慎重评估、定位与开发	392
(1) 影响多元化经营的因素	392
(2) 多元化经营的定位	392
(3) 药店多元化经营的方式	392
12.3.3 提高药师从业地位，扩展和深入药师工作职责	393
(1) 培养消费者主动向药师咨询安全购药、用药意识	393
(2) 突出药师的专业化形象	393
(3) 增强药师的服务意识和能力	393
(4) 发挥专业特长，开展知识讲座和培训	394
(5) 保证用药安全性和有效性，反馈药品不良反应	394
12.3.4 建立连锁经营信息管理系统，实现管理方式信息化	394
(1) 连锁企业外部的信息管理系统	395
(2) 连锁企业内部的信息管理系统	395
12.3.5 深入差异化经营，形成经营特色	397
(1) 选择合适的经营业态形成差异化	397
(2) 努力实现经营品种的差异	405

(3) 目标市场差异化 407

12.4 连锁药店行业关键成功因素总结 408

12.4.1 强有力的总部优势 408

12.4.2 强有力的整合营销能力 409

12.4.3 强有力的单店管理能力 409

12.4.4 占有优势地理资源 409

报告图表摘要

图表1 连锁药店分类 17

图表2 医药产业价值链分析图 17

图表3 国内外连锁药店行业发展阶段对比 18

图表4 连锁药店行业相关政策解读 25

图表5 2005-2012年GDP总量及同比增长率(单位:万亿元, %) 27

图表6 2001-2012年我国固定资产投资及同比增速(单位:亿元, %) 28

图表7 2000-2012年我国居民人均GDP及增长率(单位:元, %) 29

图表8 2005-2012年中国城乡居民收入水平(单位:元) 30

图表9 2000-2012年中国卫生总费用情况(单位:亿元, %) 30

图表10 2000-2012年中国人均卫生费用情况(单位:元, %) 30

图表11 2005-2012年城乡居民人均医疗保健支出情况(单位:元, %) 31

图表12 2000-2012年中国大陆人口数量情况(单位:万人, %) 32

图表13 2000-2012年中国城乡人口结构分布图(单位:万人) 32

图表14 2000-2012年中国城镇人口比重(城镇化率)变化情况(单位:%) 33

图表15 1982-2012年我国人口结构分布图(按年龄分)(单位:%) 34

图表16 2000-2012年我国60岁以上人口数及比重情况(单位:万人, %) 34

图表17 我国与世界主流国家老龄化程度对比(单位:%) 34

图表18 2000-2012年我国人口结构分布图(按性别分)(单位:%) 35

图表19 第四次调查地区居民两周患病率(按性别)(单位:‰) 35

图表20 第四次调查地区居民两周患病率(按年龄)(单位:‰) 36

图表21 第四次调查地区居民两周患病率(按学历)(单位:‰) 37

图表22 第四次调查地区居民两周患病率(按就业状况)(单位:‰) 38

图表23 第四次调查地区居民慢性病患者率(按性别)(单位:‰) 38

图表24 第四次调查地区居民慢性病患者率(按年龄)(单位:‰) 39

图表25 第四次调查地区居民慢性病患率(按疾病)(单位:‰) 40

图表26 县医院住院病人前十位疾病及构成(单位:%) 41

图表27 城市医院住院病人前十位疾病及构成(单位:%) 43

图表28 我国主要疾病死亡率构成(单位:%) 43

图表29 我国OTC市场规模及增长率(单位:亿元, %) 45

图表30 我国药品销售种类分布图(单位:%) 45

图表31 2012年美国处方药销售渠道占比(单位:百万张) 46

图表32 2000-2012年日本连锁药店规模及店铺数(单位:10亿日元, 千家) 52

图表33 2012年日本连锁药店十强企业排名(单位:10亿日元, 家) 53

图表34 2012年日本连锁药店山品销售额占比(单位:%) 54

图表35 2009-2012年美国Walgreens公司营收能力分析(单位:亿美元) 58

图表36 2009-2012年美国Walgreens公司盈利能力分析(单位:%) 59

图表37 2009-2012年美国Walgreens公司运营能力分析(单位:次) 59

图表38 2009-2012年美国Walgreens公司偿债能力分析(单位:%) 59

图表39 2009-2012年美国Walgreens公司发展能力分析(单位:%) 60

图表40 2009-2012年美国Walgreens公司单店销售能力(单位:百万美元, 家, %) 60

图表41 美国Walgreens公司优劣势分析 63

图表42 2009-2012年美国CVS公司营收能力分析(单位:亿美元) 65

图表43 2009-2012年美国CVS公司盈利能力分析(单位:%) 65

图表44 2009-2012年美国CVS公司运营能力分析(单位:次) 66

图表45 2009-2012年美国CVS公司偿债能力分析(单位:%) 66

图表46 2009-2012年美国CVS公司发展能力分析(单位:%) 66

图表47 2008-2012年美国CVS公司利润率水平(单位:%) 68

图表48 美国CVS公司优劣势分析 69

图表49 2009-2012年美国RITE AID公司营收能力分析(单位:亿美元) 71

图表50 2009-2012年美国RITE AID公司盈利能力分析(单位:%) 72

图表51 2009-2012年美国RITE AID公司运营能力分析(单位:次) 72

图表52 2009-2012年美国RITE AID公司偿债能力分析(单位:%) 72

图表53 2009-2012年美国RITE AID公司发展能力分析(单位:%) 73

图表54 美国Rite Aid公司优劣势分析 73

图表55 日本Matsumoto Kiyoshi优劣势分析 76

图表56 2002-2012年中国连锁药店企业数量增长情况(单位:家, %) 79

图表57 2012年连锁药店门店数量级分布情况(单位:家) 79

图表58 2012年连锁药店直营门店数量区域分布情况(单位:家, %) 80

图表59 2010-2012年连锁药店行业百强企业毛利率水平区间分布情况(单位:%) 82

图表60 2012年连锁药店行业百强企业费用总额占销售收入比例区间分布情况(单位:%) 82

图表61 2012年连锁药店行业百强企业资产负债率区间分布情况(单位:%) 83

图表62 2012年连锁药店行业百强企业总/净资产周转率区间分布情况(单位:天, 次, %) 84

图表63 1997-2012年发改委30次药品调价一览(单位:亿元, %) 84

图表64 2003-2012年中国连锁药店行业百强销售收入变化情况(单位:万元, %) 89

图表65 2003-2012年中国连锁药店行业百强销售总额变化(单位:万元, %) 90

图表66 2010-2012年十强企业销售额/分店数量变化(单位:万元, 家, %) 91

图表67 2010-2012年十强、二十强、五十强、百强销售额变化(单位:万元, 百分点, %) 92

图表68 2010-2012年连锁药店销售额增量前十强企业(单位:万元, %) 92

图表69 2010-2012年连锁药店销售额增幅前十强企业(单位:万元, %) 93

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/98865.html>