

# 2017-2022年中国医药流通产业运营现状及市场竞争态势报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国医药流通产业运营现状及市场竞争态势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/290565290565.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 一、我国药品流通的现状

(一)总体分散小型化在美国药品分销企业的前三就已经占据96%的市场份额，在世界的市场份额占据40%以上;日本前五名的药品分销企业所占据市场份额在80%以上。2008年我国约有1.3万家医药批发企业，36.2万家医药销售店，但由下表当年我国药品分销企业市场占比可以看出医药分销企业集中度普遍不高，产业格局存在多、小、散的特点。近五年来医药流通企业在持续发展，企业规模及运行也在日趋规范化。

### (二)医院是药品销售的主要渠道

当前药品销售渠道多种多样，但是医院依然是药品销售的主要渠道，尤其是对于特殊药品及处方类药品的销售医院拥有绝对的处方控制权及销售权。2014年，我国通过处方权消费的药品占到全国药品消费总量的80%以上，我国所有医院中19000家医院的药品销售就已经达到了3124亿(不包括港澳台)，在成品药销售中的占比高达67%，在医院总收入中占比在43%以上。

### (三)医药连锁企业迅速发展

截止到2013年年末，我国拥有的医药连锁企业已经达到2362家以上，销售额总值也由2008年的572.4亿元增至2012年的656.3亿元，具体增长趋势如下图。另外零售连锁门店及销售单体药店的数量也在不断增加。无论是城市社区药品市场还是农村基层药品市场都有明显的发展趋势，促进了市场规模的不断扩大。

### (四)批发商的转型

伴随着社会经济的迅速发展，医改工作逐步落实，同时农村基层药品市场需求也日趋集中化，批发商也已经逐步向批发配送型商转型。越来越多的企业开始利用渠道和规模效应的优势，全方位进行企业重组、兼并及整合。配送型医药商业在药品流通领域未来的趋势会更活跃，这种模式对药品销售额和资源利用率等都有提升作用，逐渐实现不同领域资源的共享，凸显整体规模效应。

### (五)外资企业的领先地位

目前我国药品市场中，外资企业产品依然占据主要市场份额，在前20家销售领先的企业所占据的近30%的市场份额中，合资性企业占据的市场份额从2008年的43.2%逐年增加至2012年的47.8%，而国产药品的市场份额从2008年开始的42.2%到2012年基本维持不变，增长幅度不明显，但是中国在未来存在良好的发展市场。纵观国际医药市场，有相关预测说明，中国很有可能在2050年成为世界最大的药品市场。

## (六)网络零售业的发展

伴随着当前网上购物的流行与发展，网上药店的开张也为药品的流通开辟了一条新的途径。2014 - 2015年度网上药店前20强的销售额已经达到610831.02万元，同时这一数据还在不断增长中。同时处方药的“互联网销售”在未来将逐步展开，早期包括阿里巴巴在内的互联网巨头已经试水互联网处方药销售，其便利性和性价比已经有所体现，而未来网上药店有可能和医保挂钩，这无疑是网上药店的极大利好。

图：2012-2016年药品流通行业销售趋势 资料来源：公开资料，中国报告网整理

## 二、对我国药品流通的思考

### (一)提高药品流通市场的集中度

为了提高我国药品流通市场的集中化，形成药品市场发展的规模化，可以从两方面入手，一方面从市场入手，发挥市场对资源配置的作用。对我国药品流通体制进行改革，设置一定的竞争机制，利用优胜劣汰的竞争方式建立药品经营连锁的方法，加上市场调节的手段，最终实现“统一开放、竞争有序”的格局。另一方面从药品流通企业出发，利用兼并、重组及联合等方式对药品流通企业进行扩大，力争建立大型分销集团企业，提高药品流通市场的集中度，引入大流通的概念。

### (二)提高药品流通效率

为了提高药品流通工作的效率首先要对现有的流通环节进行精简，建立现代化的物流方式，具体来说一方面重点放在医药配送系统的建立上，彻底改革传统的药品流通系统，对药品流通市场中的专业中介组织进行规范，设置配套的改革模式，从制药厂开始，经过配送中心，最后到达销售终端，简化流通环节的措施是降低流通成本的基础条件。另一方面主要由政府决定，对现代药品的流通大力支持，通过利用网络及信息技术对资源进行整合，不断提高企业的服务水平，同时发展第三方物流，在药品生产企业和市场之间建立终端桥梁。

### (三)加强药品流通领域监管力度

药品流通领域监管力度直接决定药品流通市场的规范化，为了提高监管力度可以一方面建立严格的准入机制，提高退出成本。设置相关的法律法规，对存在的违法行为加大惩罚力度，促使药品流通企业的规范、有序发展。另一方面需要建设一定的社会氛围，严格管理药品的流通，利用社会舆论对药品流通进行监管，保证药品流通集中度和透明度。

#### (四)建立医院补偿机制

对政策的完善一方面应对医疗体制进行改革，建立一定的竞争机制，改变医疗机构现有的垄断地位，重视提高医疗技术的服务水平，在医药之间做出分离，利用竞争机制保证医疗机构之间的公平性。另一方面需要政府加大支持力度，改革原有的补偿机制，对医院的收费项目进行规范，设置统一的用药标准，调整医院总收入的比例，突出医务人员医疗技术和服务水平的价值。对医院设置合理的预算补贴，保证医院的公益性。

### 三、小结

综上所述，对医药流通领域的不断发展需要利用统筹发展的眼光来审视，力争药品流通领域的科学性和高效性。对现有的医疗体制要进行彻底的改革，建设与改革内容相匹配的具体措施，对体制中存在的障碍进行合理的消除，为医药流通企业创造生存空间，促进流通领域发展的公平公正。另外还要注重对医疗卫生体制、医疗保险体制及药品流通体制的改革，建立药品流通有效的管理目标，逐渐促进医疗流通领域的规范。

中国报告网发布的《2017-2022年中国医药流通产业运营现状及市场竞争态势报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。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。

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。

## 第一章：中国医药流通行业发展状况分析

### 1.1 医药流通行业发展概况及特点

#### 1.1.1 医药流通行业概念界定

#### 1.1.2 医药流通行业产业链简析

### 1.2 医药流通行业发展环境分析

#### 1.2.1 医药流通行业政策环境分析

##### (1) 行业监管体制

##### (2) 行业发展规划

##### (3) 新版GSP对医药流通行业影响分析

##### 1) 中国GSP的发展历程分析

##### 2) 中国推行GSP认证的目的

##### 3) 新版GSP的基本内容介绍

##### 4) 新版GSP的亮点及其难点

##### 5) 新版GSP对医药流通行业的影响

##### (4) 网售处方药解禁对医药流通行业影响分析

#### 1.2.2 医药流通行业经济环境分析

##### (1) 中国GDP增长情况

##### (2) GDP与医药流通的关联性分析

##### (3) GDP与医药流通增长速度对比

#### 1.2.3 医药流通行业需求环境分析

##### (1) 国民支付能力

##### 1) 卫生费用与医保支出

##### 2) 居民医疗保障水平提高促进医药流通行业规模增长

##### (2) 城镇化与医药流通

##### 1) 城镇化进程

##### 2) 城镇化进程提速促进医药流通行业渠道下沉

##### (3) 老龄化与医药流通

##### 1) 老龄化加速

##### 2) 人口老龄化加快带动医药流通行业市场需求

##### (4) 药品消费结构变化促使医药流通行业渠道改变

#### 1.2.4 医药流通行业发展环境综合评述

### 1.3 医药流通行业运行状况分析

#### 1.3.1 医药流通行业发展规模

##### (1) 全国医药流通行业销售总额

##### (2) 药品流通直报企业市场规模

### 1.3.2 医药流通行业销售结构

- (1) 按销售类别分：药品类销售占主导
- (2) 按销售对象分：批发、纯销平分天下
- (3) 按销售市场分：基药销售增幅较快

### 1.3.3 医药流通行业区域结构

- (1) 企业区域分布
- (2) 销售区域分布

### 1.3.4 医药流通行业配送结构

- (1) 配送总额结构
- (2) 物流费用结构

### 1.3.5 医药流通行业所有制结构

### 1.3.6 医药流通行业市场集中度

- (1) 破10亿的企业持续增加
- (2) 百强企业入围底线提升
- (3) 市场集中度呈上升趋势

## 第二章：中国医药流通行业商业模式分析

### 2.1 国际医药流通行业商业模式借鉴

#### 2.1.1 国外医药流通商业模式及经验借鉴

- (1) 美国医药流通商业模式分析
- (2) 欧盟医药流通商业模式分析
- (3) 日本医药流通商业模式分析
- (4) 国外医药流通商业模式比较
- (5) 国外医药流通商业模式启示

- 1) 供应链管理一体化
- 2) 提供信息解决方案
- 3) 物流配送网络健全
- 4) 编码技术的广泛应用
- 5) 信息平台操作简单实用

#### 2.1.2 国外医药流通企业的发展启示

- (1) 欧美医药流通企业经营特点
- (2) 日本医药流通企业经营特点
- (3) 国外医药流通企业发展启示

### 2.2 国外医药流通领先企业经营模式分析

#### 2.2.1 美国McKesson Corp经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.2 美国Cardinal Health经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.3 日本Mediceo Paltac经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.4 日本Matsumoto Kiyoshi经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.5 美国Walgreens Boots Alliance公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.6 美国CVS公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.2.7 美国Rite Aid公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 2.3 中国医药流通行业商业模式分析



### 2.3.1 医药流通行业盈利模式分析

- (1) 医药流通行业传统盈利模式
- (2) 医药流通行业新兴盈利模式
- (3) 医药流通行业成本分析
- (4) 医药流通行业盈利水平变化
- (5) 医药流通行业盈利影响因素

### 2.3.2 医药流通行业经营模式分析

#### (1) 医药流通行业纯销模式

- 1) 纯销模式发展概况
- 2) 纯销与分销的对比
- 3) 纯销模式特点与趋势

#### (2) 医药流通行业批发模式

- 1) 批发模式发展概况
- 2) 批发模式典型企业
- 3) 批发模式发展趋势

#### (3) 医药流通行业代理模式

- 1) 代理模式发展概况
- 2) 代理模式典型企业
- 3) 代理模式特点与趋势

#### (4) 医药流通行业配送模式

- 1) 配送模式发展概况
- 2) 配送模式典型企业

### 2.3.3 医药流通行业营销模式分析

#### (1) 医药流通行业三级站模式

- 1) 三级站模式发展历程
- 2) 三级站模式组织结构
- 3) 三级站模式优劣势分析

#### (2) 医药流通行业总经销模式

- 1) 总经销模式发展概况
- 2) 总经销模式优劣势分析

#### (3) 医药流通行业区域经销模式

- 1) 区域经销模式发展概况
- 2) 区域经销模式优劣势分析

#### (4) 医药流通行业区域多家代理制

- 1) 区域多家代理制发展概况

## 2) 区域多家代理制优劣势分析

### (5) 医药流通行业终端销售模式

#### 1) 终端销售模式发展概况

#### 2) 终端销售模式优劣势分析

### (6) 制药企业营销渠道模式选择

#### 1) 营销渠道模式选择影响因素

#### 2) 企业销售队伍 + 分销商模式

#### 3) 独家代理的渠道模式

#### 4) 企业销售队伍 + 区域代理模式

#### 5) 多家代理制渠道的模式

## 2.3.4 医药流通行业融资模式分析

### (1) 医药流通行业融资现状分析

#### 1) 以债权融资为主，融资格局单一

#### 2) 银行信贷是医药流通金融的主渠道

#### 3) 企业规模小、信用低

#### 4) 境外资金利用水平不高

### (2) 医药流通行业上市融资渠道

### (3) 医药流通行业融资案例分析

#### 1) 南京医药——与银行建立战略联盟，充分利用银行贷款

#### 2) 浙江医药——总公司单独核算资金，商业公司专注经营

#### 3) 成功模式的积极作用

### (4) 医药流通行业融资策略建议

## 2.4 中外医药流通行业商业模式比较

### 2.4.1 中外医药行业流通模式对比

### 2.4.2 中外医药流通运作情况对比

### 2.4.3 中外医药流通企业竞争力对比

## 第三章：中国医药流通行业物流模式分析

### 3.1 医药供应链分析

#### 3.1.1 医药供应链界定及构成

##### (1) 医药物流供应链的界定

##### (2) 医药物流供应链的构成

#### 3.1.2 医药供应链的特性及结构分析

##### (1) 医药供应链特性分析

##### (2) 中国医药供应链结构分析

- (3) 美国医药供应链结构分析
  - 1) 美国医药供应链特点分析
  - 2) PBM在医药供应链中的作用
- (4) 中美医药供应链结构比较
- 3.1.3 医药供应链管理模式分析
  - (1) 医院主导型医药供应链管理模式
    - 1) 模式特点
    - 2) 模式优劣势
  - (2) 供应商主导型医药供应链管理模式
    - 1) 模式特点
    - 2) 模式优劣势
  - (3) 第三方物流主导型医药供应链管理模式
    - 1) 模式特点
    - 2) 模式优劣势
  - (4) 三类医药供应链管理模式的比较分析
    - 1) 三种模式特点比较
    - 2) 三种模式效益比较
- 3.1.4 医药供应链管理存在的问题
  - (1) 交易渠道复杂，监控难度加大
  - (2) 供应链层次多，导致药价虚高
  - (3) 信息不对称，竞争强度不均衡
  - (4) 物流秩序混乱，影响药品质量
  - (5) 溯源困难，药品安全难以保证
- 3.1.5 医药供应链管理的创新方向
  - (1) 缩短供应链层次，推进供应链扁平化变革
  - (2) 构建医药电子商务平台，增强流通信息可视化
  - (3) 发展专业第三方物流，提升医药物流服务质量
  - (4) 采用先进信息技术，实现药品溯源
- 3.1.6 典型医药物流模式案例分析
  - (1) 九州通模式：快批模式
  - (2) 太和模式：买卖全国模式
  - (3) 邦达模式：第三方医药物流
  - (4) 北药模式：现代化物流中心配送
- 3.2 医药商业分销物流模式分析
  - 3.2.1 医药商业分销物流模式发展环境

### 3.2.2 医药商业分销物流模式运作方式

- (1) 医药商业分销物流模式运作主体
- (2) 医药商业分销物流模式运作前提
- (3) 医药商业分销物流模式运作流程

### 3.2.3 医药商业分销物流模式基本特点

### 3.2.4 医药商业分销物流模式影响因素

### 3.2.5 中美医药商业分销物流模式对比

- (1) 美国商业分销医药物流模式概述
- (2) 中美商业分销集成物流模式差异

## 3.3 医药零售连锁物流模式分析

### 3.3.1 医药零售连锁物流模式发展环境

### 3.3.2 医药零售连锁物流模式运作方式

- (1) 医药零售连锁物流模式运作主体
- (2) 医药零售连锁物流模式运作前提
- (3) 医药零售连锁物流模式运作流程

### 3.3.3 医药零售连锁物流模式基本特点

### 3.3.4 医药零售连锁物流模式影响因素

### 3.3.5 中美医药零售连锁物流模式对比

- (1) 美国零售连锁经营物流模式概述
- (2) 中美零售连锁物流物流模式差异
- (3) 美国零售连锁经营物流模式借鉴

## 3.4 第三方医药物流模式分析

### 3.4.1 第三方医药物流模式发展环境

### 3.4.2 第三方医药物流模式运作方式

- (1) 第三方医药物流模式运作主体
- (2) 第三方医药物流模式运作流程

### 3.4.3 第三方医药物流模式基本特点

### 3.4.4 第三方医药物流模式影响因素

### 3.4.5 第三方医药物流企业创新路径

- (1) 第三方医药物流企业创新动力
- (2) 第三方医药物流企业创新路径

## 第四章：中国医药流通行业销售模式分析

### 4.1 医药流通行业批发模式分析

#### 4.1.1 医药批发市场发展状况

- (1) 医药批发市场企业数量
  - (2) 医药批发市场销售规模
  - (3) 医药批发市场竞争现状
    - 1) 医药批发市场竞争层次
    - 2) 医药批发地区竞争格局
      - 1、省市竞争格局
      - 2、区域竞争格局
  - (4) 医药批发市场发展趋势
- #### 4.1.2 医药批发经营模式分析
- (1) 开单送货模式
    - 1) 商业快批业务模式
    - 2) 医院销售业务模式
    - 3) 商业调拨业务模式
    - 4) 商超联营业务模式
  - (2) 批发大厅模式
  - (3) 批发超市模式
  - (4) 集团分销模式
    - 1) 分部存货业务模式
    - 2) 分部无货业务模式
- #### 4.2 医药零售市场发展状况
- ##### 4.2.1 医药零售市场企业数量
- (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) 零售药店门店区域分布情况
- ##### 4.2.2 医药零售市场销售规模
- ##### 4.2.3 医药零售市场竞争格局
- (1) 全国性连锁药店竞争格局分析
  - (2) 跨区域连锁药店竞争格局分析
  - (3) 地市连锁药店竞争状况分析
- ##### 4.2.4 医药零售市场区域分布
- (1) 中南地区
  - (2) 西南地区
  - (3) 华东地区
  - (4) 东北地区
  - (5) 其他地区

#### 4.2.5 医药零售市场发展前景

### 4.3 连锁药店市场发展状况

#### 4.3.1 连锁药店进入壁垒分析

#### 4.3.2 连锁药店业态定位分析

(1) 标准药店业态定位

(2) 社区便利店业态定位

(3) 药诊店业态定位

(4) 药妆店业态定位

(5) 平价健康大卖场业态定位

(6) 医保定点店业态定位

(7) 超市店中店业态定位

(8) 炒作型产品药店业态定位

(9) 专科药店业态定位

(10) 网上药店业态定位

#### 4.3.3 连锁药店经营模式分析

(1) 直营连锁模式

1) 直营连锁模式概念

2) 直营连锁模式的优、缺点

(2) 加盟连锁模式

1) 加盟连锁模式概念

2) 加盟连锁模式的优、缺点

(3) 自由连锁模式

(4) 双重分布连锁模式

#### 4.3.4 连锁药店盈利模式分析

(1) “集中采购+药店销售”盈利模式分析

(2) “药企直接供货+药店销售”盈利模式分析

(3) 连锁药店盈利模式创新分析

#### 4.3.5 连锁药店经营状况分析

(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

#### 4.3.6 连锁药店百强企业分析

(1) 连锁药店行业百强销售收入变化情况

(2) 连锁药店行业重点企业变化情况

1) 十强企业销售额/分店数量变化

- 2) 十强、二十强、五十强、百强销售额变化
    - (3) 销售额增幅十强企业分析
    - (4) 连锁药店行业重点门店变化情况
  - 1) 十强、二十强、五十强、百强门店数量分析
  - 2) 直营店数量十强企业分析
  - 3) 新开店数量十强企业分析
  - 4) 关店数量十强企业分析
    - (5) 连锁药店行业百强企业运营效率分析
  - 1) 连锁药店行业百强企业客单价分析
  - 2) 连锁药店行业百强企业会员有效率分析
  - 3) 连锁药店行业百强企业坪效分析
  - 4) 连锁药店行业百强企业人效分析
- #### 4.3.7 连锁药店百强单店分析
- (1) 连锁药店行业百强单店投资分析
  - (2) 连锁药店行业百强单店坪效分析
- #### 4.3.8 美国连锁药店经营模式借鉴
- (1) 美国连锁药店发展规模
  - (2) 美国连锁药店经营特点
  - (3) 美国连锁药店发展经验
- 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
- #### 4.4 医药电子商务发展状况
- ##### 4.4.1 医药电子商务应用现状
- (1) 医药电子商务发展分析
- 1) 促进因素分析
  - 2) 发展阶段分析
    - (2) 医药电子商务应用方式
    - (3) 医药电子商务发展瓶颈
  - 1) 准入门槛高
  - 2) 物流滞后性
  - 3) 运维投入高

#### 4) 盈利周期长

##### 4.4.2 医药电子商务经营模式

- (1) 医药电子商务经营模式概况
- (2) 医药电子商务B2B模式分析
- (3) 医药电子商务B2C模式分析
- (4) 医药电子商务O2O模式分析

##### 1) O2O模式展开路径分析

##### 2) 消费者痛点与医药O2O

##### 3) 医药行业O2O价值分析

##### 4) 医药行业匹配的O2O模式

##### 4.4.3 医药电子商务平台建设

- (1) 与第三方电子商务平台合作
- (2) 企业自建医药电子商务平台
- (3) 医药电子商务平台建设策略

##### 4.4.4 医药电子商务成本分析

##### 4.4.5 医药电子商务市场规模

## 第五章：中国医药流通领先企业案例分析

### 5.1 全国性医药流通企业案例分析

#### 5.1.1 国药控股股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.1.2 上海医药集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.1.3 北京医药股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.1.4 九州通医药集团股份有限公司



- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.1 南京医药股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.2 广州医药有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.3 国药集团一致药业股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.4 华东医药股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.5 浙江英特集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.6 云南省医药有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.7 哈药集团医药有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.8 天津天士力医药营销集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.9 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 5.2.10 中国海王星辰连锁药店有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 5.3 医药零售企业自营式电子商务平台案例分析

#### 5.3.1 健一网

- (1) 健一网发展背景
- (2) 健一网市场定位
- (3) 健一网销售品类布局
- (4) 健一网经营效率分析
- (5) 健一网引流与营销方式
- (6) 健一网物流配送模式
- (7) 健一网O2O战略布局
- (8) 健一网未来发展战略规划
- (9) 健一网电商运营经验总结

#### 5.3.2 七乐康

- (1) 七乐康发展背景
- (2) 七乐康市场定位
- (3) 七乐康销售品类布局
- (4) 七乐康经营效率分析

- (5) 七乐康引流与营销方式
- (6) 七乐康物流配送模式
- (7) 七乐康O2O战略布局
- (8) 七乐康未来发展战略规划
- (9) 七乐康电商运营经验总结

### 5.3.3 好药师

- (1) 好药师发展背景
- (2) 好药师市场定位
- (3) 好药师销售品类布局
- (4) 好药师经营效率分析
- (5) 好药师引流与营销方式
- (6) 好药师物流配送模式
- (7) 好药师O2O战略布局
- (8) 好药师未来发展战略规划
- (9) 好药师电商运营经验总结

### 5.3.4 海王星辰健康药房网

- (1) 海王星辰健康药房网发展背景
- (2) 海王星辰健康药房网市场定位
- (3) 海王星辰健康药房网销售品类布局
- (4) 海王星辰健康药房网经营效率分析
- (5) 海王星辰健康药房网引流与营销方式
- (6) 海王星辰健康药房网物流配送模式
- (7) 药房网O2O战略布局
- (8) 药房网未来发展战略规划
- (9) 药房网电商运营经验总结

### 5.3.5 开心人网上药店

- (1) 开心人网上药店发展背景
- (2) 开心人网上药店市场定位
- (3) 开心人网上药店销售品类布局
- (4) 开心人网上药店经营效率分析
- (5) 开心人网上药店引流与营销方式
- (6) 开心人网上药店物流配送模式
- (7) 开心人网上药店O2O战略布局
- (8) 开心人网上药店未来发展战略规划
- (9) 开心人网上药店电商运营经验总结

## 5.4 医药企业自建第三方平台代表案例研究

### 5.4.1 药房网商城

- (1) 药房网商城市场定位
- (2) 药房网商城运营模式
- (3) 药房网商城企业入驻情况
- (4) 药房网商城经营品类分析
- (5) 药房网商城运营效率分析
- (6) 药房网商城经营优劣势分析

### 5.4.2 方

- (1) 八百方市场定位
- (2) 八百方运营模式
- (3) 八百方企业入驻情况
- (4) 八百方经营品类分析
- (5) 八百方运营效率分析
- (6) 八百方经营优劣势分析

## 5.5 第三方主流电商平台案例分析

### 5.5.1 天猫医药馆

- (1) 天猫医药馆品类规划
- (2) 天猫医药馆经营情况
- 1) 天猫医药馆入驻企业
- 2) 天猫医药馆交易规模
- 3) 天猫医药馆交易品类结构
- 4) 天猫医药馆商家经营情况
- (3) 天猫医药馆入驻相关条件及费用
- 1) 天猫医药馆企业入驻门槛
- 2) 天猫医药馆入驻相关费用
- 3) 天猫医药馆营销推广渠道
- 4) 天猫医药馆仓储物流合作模式
- (4) 入驻天猫医药馆优劣势剖析

### 5.5.2 京东医药城

- (1) 京东医药城品类规划
- (2) 京东医药城经营情况
- 1) 京东医药城入驻企业
- 2) 京东医药城交易规模
- 3) 京东医药城交易品类结构

#### 4) 京东医药城商家经营情况

##### (3) 京东医药城入驻相关条件及费用

##### 1) 京东医药城企业入驻门槛

##### 2) 京东医药城入驻相关费用

##### 3) 京东医药城营销推广渠道

##### 4) 京东医药城仓储物流合作模式

##### (4) 入驻京东医药城优劣势剖析

#### 5.5.3 一号店医药馆

##### (1) 一号店医药馆品类规划

##### (2) 一号店医药馆经营情况

##### 1) 一号店医药馆入驻企业

##### 2) 一号店医药馆交易规模

##### 3) 一号店医药馆交易品类结构

##### 4) 一号店医药馆商家经营情况

##### (3) 一号店医药馆入驻相关条件及费用

##### 1) 一号店医药馆企业入驻门槛

##### 2) 一号店医药馆入驻相关费用

##### 3) 一号店医药馆营销推广渠道

##### 4) 一号店医药馆仓储物流合作模式

##### (4) 入驻一号店医药馆优劣势剖析

#### 5.6 医药O2O平台案例分析

##### 5.6.1 药给力

##### (1) 企业发展简介

##### (2) 企业业务板块与模式

##### (3) 企业O2O战略模式解析

##### (4) 企业营销推广策略

##### (5) 企业供应链管理分析

##### (6) 企业客户体验策略

##### (7) 企业物流配送模式

##### (8) 企业电商经营成效分析

##### (9) 企业电商战略点评

##### 5.6.2 快方送药

##### (1) 企业发展简介

##### (2) 企业业务板块与模式

##### (3) 企业O2O战略模式解析

- (4) 企业营销推广策略
- (5) 企业供应链管理分析
- (6) 企业客户体验策略
- (7) 企业物流配送模式
- (8) 企业电商经营成效分析
- (9) 企业电商战略点评

#### 5.6.3 叮当送药

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业业务板块与模式
- (3) 企业O2O战略模式解析
- (4) 企业营销推广策略
- (5) 企业供应链管理分析
- (6) 企业客户体验策略
- (7) 企业物流配送模式
- (8) 企业电商经营成效分析
- (9) 企业电商战略点评

#### 5.6.4 阿里健康

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业业务板块与模式
- (3) 企业O2O战略模式解析
- (4) 企业营销推广策略
- (5) 企业供应链管理分析
- (6) 企业电商经营成效分析

### 第六章：中国医药流通行业投资战略规划与建议

#### 6.1 中国医药流通行业发展前景预测

##### 6.1.1 中国医药流通行业市场规模预测

##### 6.1.2 中国医药流通行业市场发展趋势

- (1) 转型升级将成为行业发展新常态
- (2) 医改新政推进行业结构调整提速
- (3) 信息技术应用快速推动行业发展转型
- (4) 医药流通行业已进入“互联网+”新的发展时期
- (5) 资本市场将促进医药流通行业实现跨越式发展
- (6) 新版GSP或催生新药代理联盟

#### 6.2 中国医药流通行业投资特性分析

## 6.2.1 中国医药流通行业进入壁垒分析

- (1) 专业认证壁垒
- (2) 经营资质壁垒
- (3) 企业规模壁垒
- (4) 品牌信誉壁垒
- (5) 资本实力壁垒
- (6) 市场化壁垒

## 6.2.2 中国医药流通行业投资风险分析

- (1) 医药流通行业政策风险
- (2) 医药流通行业经济波动风险
- (3) 医药流通行业关联产业风险
- (4) 医药流通行业其他风险

## 6.2.3 中国医药流通盈利模式变革分析

## 6.3 中国医药流通行业投资现状分析

### 6.3.1 中国医药流通行业投资主体结构

### 6.3.2 中国医药流通行业投资方式分析

### 6.3.3 中国医药流通行业投资规模分析

## 6.4 中国医药流通行业投资机会与建议

### 6.4.1 中国医药流通行业投资热点分析

### 6.4.2 中国医药流通行业投资机会与建议

## 图表目录

图表1：医药流通产业链

图表2：我国医药流通行业主管部门

图表3：医药流通行业主要政策

图表4：《全国医药流通行业发展规划纲要（2015）》发展目标及主要任务

图表5：《关于医药流通行业改革发展的意见》主要内容

图表6：中国GSP发展历程

图表7：新版GSP的三层内涵

图表8：新版GSP的实施难点

图表9：新版GSP对医药流通行业的影响

图表10：新版GSP下医药流通行业的投资机会

图表11：我国GDP及同比增速（单位：亿元，%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/290565290565.html>