

2020年中国连锁药店行业分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国连锁药店行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/zhongxiyao/463331463331.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

药店主要是指出售药品商店或者销售药材的店铺，是药品流通的一环，具有零售的特点，例如单体资产较轻、品类繁多、精细化运营等，目前我国主要有单体药店、连锁药店以及网上药店三大类。

现阶段我国连锁药店占比不高，只有50%左右；而美国、日本市场，均在60%以上，分别为64%、87%。另外目前在我国连锁的药店中，行业非常分散，小型连锁药店众多，也还没有出现行业的全国性龙头。

2013-2018年我国药店连锁化率情况 数据来源：医药局

目前零售药店为我国药品的销售环节中的第二大销售终端，占比约22.6%。而在零售药店中，又是实体药店的占比最大，达到了98%；其次为网上药店，为2%。

但长期以来，我国公立医院形成了“以药养医”局面，同时引发了“看病难”、“看病贵”等诸多问题，为规避以药养医的道德风险，我国自2009年开始推行医药分离的监管政策，并随后几年，国家先后相继的发布了与医药分离相关的政策。但值得注意的是处方药一般收集采购影响，以及医院实行零加成的政策竞争，处方药的利润率较低，其意义在于提高人流量，为宝贵的慢病患者资源打开引流的口子，促进药品的周转率以及提供服务增值。目前来看，承接处方药的主要是边药店和DTP 药房为主。

随着一些列监管政策出台，单体药店与中小连锁药店的经营成本逐渐上升，从而使得销售收入下降，同时执业药师资质管理办法限制了中小药店弯道超车的可能性，线下药店行业强者愈强，集中度不断提升的趋势明显。而与此同时，随着集中度的提升以及各界连锁药店跑马圈地的结束，行业的竞争必然转向企业经营管理能力的比拼，只有通过精细化管理才能实现净利润率的提升。因此线下连锁也就成为必要。

综上所述，随着我国连锁药店的规模不断增长，其规模效应也将逐渐凸显。与此同时随着监管不断趋严，单体药店的生存条件将会更加严峻，而连锁药店依靠规模优势将进一步挤压单体药店市场空间。

连锁药店依靠规模优势挤压单体药店市场空间情况将更加明显

第一个是采购领域，大型连锁药店通常设置有采购部门，根据实际销售情况，制定下一季度或者是年度的采购计划，再由自身配送部门按照门店的请货情况进行配送，而小型零售药店需要借助第三方配送，同时由于两票制的执行，一些面向单体药店或者是中小连锁药店的药品代理商，无法依靠走票、过票的方式降低药店的采购成本，这也是中小连锁药店与单体药店经营成本增加的原因之一。

第二，药店监管趋严，中小药店面临不合规的风险，被迫出局，近年来还有众多医药行业政策深刻影响零售药店市场格局，取消GSP认证转而采取常规化飞检提高了检查准确性、公正性，不合规小型药店生存空间缩小。药师执业资质和分级药店制度对药店经营管理提出更高要求，大型连锁药店优势更加突出。尤其在2019年3·15晚会曝光重庆市部分药品零售企业

执业药师"挂证"、不凭处方销售处方药等问题后，食药监总局决定在全国范围内开展为期6个月的药品零售企业执业药师"挂证"行为整治，市场竞争有望更公开公平。带量采购有助于推动处方外流，具备更强服务能力的连锁药店有望分享政策红利。整体来看，未来药店行业将呈现出强者恒强、规模性企业市占率上升的趋势。

第三，在单体药店和中小连锁药店经营成本提高的同时，药店分级政策又在收入端砍了一刀，这些药店经营雪上加霜。2018年2月四部委联合推出《关于零售药店分类分级管理的指导意见（征求意见稿）》，提出药店"二类三级"分级分类管理政策，根据经营条件将零售药店划分为两个类别：一类药店仅经营乙类非处方药；二类药店可经营非处方药、符合经营许可范围的处方药和中药饮片。经营条件包括零售药店的经营面积、存储条件、药品供应能力和药学技术人员配置等。单体店和中小连锁店因为资金和专业能力欠缺，很大一部分将会被淘汰，为龙头连锁企业腾出市场空间。

资料来源：互联网（ww）

【报告大纲】

第一章 中国连锁药店行业发展模式与环境分析

1.1 连锁药店行业定义

1.1.1 连锁药店行业定义

(1) 连锁药店行业定义

(2) 连锁药店行业分类

(3) 连锁药店行业价值链分析

1.1.2 连锁药店行业发展阶段

(1) 国内连锁药店行业发展阶段分析

(2) 国内外连锁药店行业发展阶段对比

1.2 连锁药店行业连锁模式分析

1.2.1 行业主要连锁模式

(1) 直营连锁模式

(2) 加盟连锁模式

1.2.2 行业连锁模式对比分析

1.3 连锁药店行业盈利模式分析

1.3.1 行业盈利点分析

1.3.2 行业盈利模式分析

(1) "集中采购+药店销售"盈利模式

(2) "药企直接供货+药店销售"盈利模式

1.3.3 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

1.4 连锁药店行业市场环境分析

1.4.1 连锁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

1.4.2 连锁药店行业经济环境分析

1.4.3 连锁药店行业社会环境分析

1.4.4 连锁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

1.4.5 连锁药店行业市场环境综合判断

第二章 国际连锁药店行业发展现状及经验借鉴

2.1 美国连锁药店行业发展分析

2.1.1 美国连锁药店行业发展现状

2.1.2 美国连锁药店企业经营管理特点

2.1.3 美国连锁药店企业发展趋势

(1) “第三方保险”

(2) 互联网平台

(3) 欲占领中国医药连锁渠道

(4) 家庭护理蕴藏商机

2.1.4 美国连锁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 日本连锁药店行业发展分析

2.2.1 日本连锁药店行业发展现状

(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 日本连锁药店行业经营管理特点

- (1) 日本连锁药店企业经营模式
- (2) 日本连锁药店企业商品构成
- 2.2.3 日本连锁药店行业发展趋势
- 2.2.4 日本连锁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 中国与美日连锁药店的差异对比
 - 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
- 2.4 国际连锁药店巨头经营分析
 - 2.4.1 美国CVS公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 2.4.2 美国Walgreens公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 2.4.3 美国Rite Aid公司经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 2.4.4 日本Matsumoto Kiyoshi经营分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 第三章 中国连锁药店行业发展现状分析
 - 3.1 连锁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) 中国零售药店数量分析

3.1.2 连锁药店行业发展现状分析

- (1) 连锁药店企业数量增长情况
- (2) 连锁药店门店数量增长情况
- (3) 连锁药店区域分布情况

3.1.3 连锁药店行业发展存在的问题分析

3.2 连锁药店行业盈利水平及影响因素分析

3.2.1 连锁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 连锁药店行业提升盈利水平的方法

- (1) 连锁药店应形成规模经营
- (2) 提高连锁药店的竞争力

3.3 连锁药店行业百强企业经营分析

3.3.1 连锁药店行业百强销售收入变化情况

3.3.2 连锁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 连锁药店行业重点门店变化情况

- (1) 连锁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 连锁药店行业百强企业品规市场分析

- (1) 连锁药店行业百强企业品规数量分析
- (2) 连锁药店行业百强企业单一品规日均贡献分析

3.3.5 连锁药店行业百强企业主要品类市场分析

- (1) 连锁药店行业百强企业不同类别产品市场分析

- (2) 连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析
 - (3) 连锁药店行业百强企业非处方药类产品市场分析
 - (4) 连锁药店行业百强企业中成药饮片类产品市场分析
 - (5) 连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析
 - (6) 连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析
 - (7) 连锁药店行业百强企业其他类产品市场分析
 - (8) 连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析
 - (9) 连锁药店行业负毛利产品市场分析
- 3.3.6 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坪效分析
 - (3) 连锁药店行业百强企业会员消费分析
 - (4) 连锁药店行业百强企业日均坪效分析
 - (5) 连锁药店行业百强企业日均人效分析
- 3.3.7 连锁药店行业百强企业人力资源分析
- (1) 连锁药店行业百强企业员工流失率分析
 - (2) 连锁药店行业百强企业薪资总额分析
 - (3) 连锁药店行业百强企业平均薪资分析
 - (4) 连锁药店行业百强企业员工培训投入分析
- 3.4 连锁药店行业单店百强经营分析
- 3.4.1 连锁药店行业单店百强总体分析
- 3.4.2 连锁药店行业单店百强销售额分析
- 3.4.3 连锁药店行业百强单店坪效分析
- 3.4.4 连锁药店行业百强单店客单价分析
- 3.4.5 连锁药店行业百强单店细分产品市场分析
- (1) 连锁药店行业百强单店处方药市场分析
 - (2) 连锁药店行业百强单店OTC市场分析
 - (3) 连锁药店行业百强单店保健食品市场分析
 - (4) 连锁药店行业百强单店中药饮片市场分析
 - (5) 连锁药店行业百强单店化妆品/日化品市场分析
 - (6) 连锁药店行业百强单店计生用品（不含药品）市场分析
 - (7) 连锁药店行业百强单店母婴用品/食品市场分析
 - (8) 连锁药店行业百强单店医疗器械市场分析
- 第四章 中国连锁药店行业竞争分析
- 4.1 连锁药店行业内部竞争分析

4.1.1 连锁药店行业市场集中度分析

4.1.2 连锁药店行业供应商议价能力分析

4.1.3 连锁药店行业消费者议价能力分析

4.1.4 连锁药店行业替代者威胁分析

4.1.5 连锁药店行业新进入者威胁分析

4.1.6 连锁药店行业竞争格局分析

(1) 全国性连锁药店的划分

(2) 国内连锁药店竞争格局

4.2 连锁药店VS单体药店竞争分析

4.2.1 连锁药店VS单体药店竞争优势分析

4.2.2 连锁药店VS单体药店竞争劣势分析

4.3 连锁药店企业重组整合分析

4.3.1 连锁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 连锁药店企业重组整合现状分析

4.3.3 连锁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 连锁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+”背景下中国连锁药店行业发展分析

5.1 “互联网+”连锁药店发展背景分析

5.1.1 “互联网+”连锁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+”连锁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+”连锁药店发展现状分析

5.2.1 “互联网+”连锁药店政策环境分析

5.2.2 中国“互联网+”连锁药店行业发展特点

5.2.3 中国“互联网+”连锁药店行业发展现状

- (1) 互联网+连锁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) 连锁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+”连锁药店行业投资布局分析

5.3.1 中国“互联网+”连锁药店行业投资切入方式

5.3.2 中国“互联网+”连锁药店行业投资规模分析

5.3.3 中国“互联网+”连锁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+”连锁药店行业竞争格局分析

5.4.1 中国“互联网+”连锁药店行业参与者结构

5.4.2 中国“互联网+”连锁药店行业竞争者类型

5.5 中国“互联网+”连锁药店行业发展前景分析

5.5.1 中国“互联网+”连锁药店行业市场增长动力分析

5.5.2 中国“互联网+”连锁药店行业市场发展瓶颈剖析

5.5.3 中国“互联网+”连锁药店行业市场发展趋势分析

第六章 中国连锁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 连锁药店行业口碑营销分析

6.2.1 连锁药店的口碑营销特点

6.2.2 连锁药店行业口碑营销优势

6.2.3 连锁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 连锁药店行业价格策略分析

6.3.1 连锁药店定价策略

(1) 合理、灵活的定价策略

(2) 连锁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 连锁药店应对药品价格竞争的策略

(1) 连锁药店应确定合理的药品价格

(2) 连锁药店要锁定自己的目标顾客和市场

(3) 连锁药店应随时了解竞争对手的一举一动

(4) 连锁药店应不断发掘市场空白点

第七章 重点地区连锁药店行业发展分析

7.1 广东省连锁药店行业发展分析

7.1.1 广东省连锁药店行业发展环境

(1) 广东省连锁药店行业政策环境

(2) 广东省连锁药店行业需求环境

7.1.2 广东省连锁药店行业发展现状

7.1.3 广东省连锁药店行业发展前景

7.2 上海市连锁药店行业发展分析

7.2.1 上海市连锁药店行业发展环境

(1) 上海市连锁药店行业政策环境

(2) 上海市连锁药店行业需求环境

7.2.2 上海市连锁药店行业发展现状

7.2.3 上海市连锁药店行业发展前景

7.3 北京市连锁药店行业发展分析

7.3.1 北京市连锁药店行业发展环境

(1) 北京市连锁药店行业政策环境

(2) 北京市连锁药店行业需求环境

7.3.2 北京市连锁药店行业发展现状

7.3.3 北京市连锁药店行业发展前景

7.4 云南省连锁药店行业发展分析

7.4.1 云南省连锁药店行业发展环境

(1) 云南省连锁药店行业政策环境

(2) 云南省连锁药店行业需求环境

7.4.2 云南省连锁药店行业发展现状

7.4.3 云南省连锁药店行业发展前景

7.5 辽宁省连锁药店行业发展分析

7.5.1 辽宁省连锁药店行业发展环境

(1) 辽宁省连锁药店行业政策环境

(2) 辽宁省连锁药店行业需求环境

7.5.2 辽宁省连锁药店行业发展现状

(1) 辽宁省连锁药店行业重点企业及门店情况

(2) 辽宁省连锁药店行业竞争现状

7.5.3 辽宁省连锁药店行业发展前景分析

7.6 湖南省连锁药店行业发展分析

7.6.1 湖南省连锁药店行业发展环境

(1) 湖南省连锁药店行业政策环境

(2) 湖南省连锁药店行业需求环境

7.6.2 湖南省连锁药店行业发展现状

(1) 湖南省连锁药店行业发展总体特征

(2) 湖南省连锁药店行业地位

(3) 湖南省各地区连锁药店行业发展现状

7.6.3 湖南省连锁药店行业发展前景

7.7 山东省连锁药店行业发展分析

7.7.1 山东省连锁药店行业发展环境

(1) 山东省连锁药店行业政策环境

(2) 山东省连锁药店行业需求环境

7.7.2 山东省连锁药店行业发展现状

7.7.3 山东省连锁药店行业发展前景

第八章 中国连锁药店行业企业分析（随数据更新有调整）

8.1 中国连锁药店企业总体发展状况分析

8.2 中国连锁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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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）企业产品服务分析

（3）企业发展现状分析

（4）企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.11 吉林大药房药业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.12 漱玉平民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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.13 云南健之佳健康连锁店股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.14 西安怡康医药连锁有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.15 河南张仲景大药房股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.16 四川德仁堂药业连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.17 安徽丰原大药房连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

8.2.18 哈尔滨宝丰医药连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第九章 中国连锁药店行业发展前景与策略分析

9.1 连锁药店行业发展趋势与前景展望

9.1.1 连锁药店行业发展趋势

- (1) 区域分布趋势
- (2) 经营模式趋势
- (3) 市场竞争趋势

9.1.2 连锁药店行业发展前景展望

- (1) 连锁药店行业发展机遇
- (2) 连锁药店行业发展前景展望

9.2 连锁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) 在农村开设连锁药店

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 连锁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 中国连锁药店行业投资前景分析

10.1 连锁药店行业资本市场现状分析

10.1.1 连锁药店行业融资分析

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

10.1.2 连锁药店行业资本市场趋势

- (1) 医药连锁企业投资会持续

- (2) 连锁药店上市会持续
- (3) 连锁药店的并购重组会持续
- 10.1.3 资本涌入对连锁药店行业的影响
- 10.2 连锁药店行业投资前景分析
 - 10.2.1 连锁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 连锁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 前瞻连锁药店行业投资建议
 - (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

图表目录

- 图表1：连锁药店分类
- 图表2：医药产业价值链分析图
- 图表3：连锁药店行业发展阶段
- 图表4：国内外连锁药店行业发展阶段对比
- 图表5：连锁药店行业各模式优点比较分析
- 图表6：连锁药店行业各模式缺点比较分析
- 图表7：连锁药店行业盈利点
- 图表8：我国连锁药店行业主管部门
- 图表9：连锁药店行业相关政策解读
- 图表10：2017-2020年药品零售市场与GDP增速分析（单位：%）
- 图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国连锁药店行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/463331463331.html>