

2017-2022年中国连锁药店产业专项调查及发展定位研究报告

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《2017-2022年中国连锁药店产业专项调查及发展定位研究报告》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/yiliaoxie/291132291132.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

随着我国对医疗事业政策的不断调整，医疗事业也应该结合自身的实际，进行创新改革，使得企业发展更加具有时代化的特征。连锁药店在发展的过程中，很容易遇到管理上的困难，部分连锁药店无法对分店进行有效的管理，导致分店经营不善，面临着倒闭的窘境。因此，连锁药店需要实行信息管理系统，运用远程管理方式，让分店发挥自己的能动性，使两者能够更加可持续性发展。

1连锁药店管理信息系统的现状

新形势背景下，药店也不断进行创新改革，以期能够更好地实现自身的发展。同时，随着药店之间的竞争日益激烈，各个药店期望能够通过联合，共同应对市场竞争力，在此基础上，连锁药店成为药店发展的一种趋势，而连锁药店首先要面对的问题就是管理方面的。连锁药店具有分店多，难管理等特点。因此，连锁药店需要加大对众多药店的管理力度。信息系统被广泛运用于实践工作中，它不仅能够涵盖药店管理的各个方面，对于提高药店管理的科学性有着不可忽视的作用。如今，更多的连锁药店开始意识到此种管理方式，在实际管理中，也运用此系统加以管理，提升管理的科学性。

2信息管理系统的设计与实现

2.1系统设计

对于连锁药店来说，总店与分店之间距离较远。药店企业为了能够更好地实现自身的发展，一般会在国家的各个省区之间建立分店，比如，某一个药店的总部在北京，它的分公司可能遍布全国。如果采用传统方式对其进行管理，不仅会阻碍了分店的发展，也不利于总店的可持续性发展。随着社会的发展，连锁药店逐步运用管理信息系统，提高管理的科学性。总部和分部通过因特网进行一定的数据传播，提高总店与分店之间的联系，让总店能够有效地对分店进行一定的管理，促进总店与分店之间相互发展。

2.2功能模块的设计与实现

系统的设立首先要根据社会需求、药店实际利益等因素进行综合考虑，从而设置出设计目标，规划好未来的工作蓝图。

2.2.1设计目标的确定

一般情况下，总店主要是负责药品的采购、库存、商品价格等各个方面，而分店主要负责商品的具体销售、向总店汇报销售情况。在这些设计目标中，总店与分店之间相互促进、共同发展。一方面总店是分店的大本营，分店通过总店得以发展，另一方面，分店是总店的延伸，是总店发展的必由之路。因此，信息化管理就要将两者很好地结合起来，共同管理，使得管理达到一种协调性、平衡性。

系统的设计目标主要包括：计算机平台、能够让领导及时准确地了解、适应各个分店的发展要求、提供更好的用户界面。这些设计目标的实现，不仅能够维护连锁药店的综合效益，了解客户是实际需求，对于药店的可持续性发展也是非常有利的。

2.2.2 模块功能及实现

这个系统主要包含着多个模块，这些模块共同服务于总店、连锁店。并且，这个系统中还涉及到用户安全管理的模块，即用户拥有自己的密码，每个用户使用密码进行登录，会看到不同的界面。此种模块不仅能够维护用户信息的安全管理，也助于满足不同的用户要求。

模块的功能主要有：远程管理的功能。总店通过管理信息系统加强了对分店的远程管理，让分店始终处于总店的管理之下，分店在总店的指导下，开展各项业务。

此种系统能够节省一定的人力、物力资源，实现连锁药店更加绿色的发展。并且，此种系统能够给予分店以最大的能动性。传统的连锁药店管理方式，总店会派出负责人到分店，开展业务，但是这个负责人是站在总店的视角来考察分店的，不能够很好地结合各个分店的实际情况，这样一来，很容易导致制定的措施不符合分店的实际情况，阻碍了分店的发展。信息管理系统能够给予分店最大的能动性，让分店更加协调的发展。

经营管理：总店通过系统对分店进行一定的远程管理，了解各个分店之间的经营额、销售额等，在此基础上，总店与分店之间相互协调，共同发展。如果某一个药店缺少某一种药品，可以以最短的速度，从其他的药店取得此种药品。

药学服务的功能：连锁药店的管理人员通过系统对员工进行一定的培训，提高员工的工作素质。另外，系统还拥有邮购的模块，工作人员可以通过此模块，将用户所需要的药品，及时地邮递给用户。

图：2011-2015年中国连锁药店数量及增长情况（单位：家，%）资料来源：公开资料，中国报告网整理

3小结

综上所述，信息管理系统有特点的目标和功能，它能够最大限度地促进总店与分店两者的发展。系统设计目标主要有：加大对分店的管理，提供良好的用户界面等，这些目标符合总店和分店的发展实际，在工作中，能够很好地促进两者的发展。系统实现的功能主要有：远程管理、经营管理、药学服务等功能，这些功能的实现，不仅能够带动总店的发展，对于分店的可持续性发展也是非常有利的。

中国报告网发布的《2017-2022年中国连锁药店产业专项调查及发展定位研究报告》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

1.1.2连锁药店行业发展阶段

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
- 1.4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
 - 1) 国内人均GDP
 - 2) 居民收入水平
 - 3) 居民医疗保障水平
 - (2) 人口及疾病因素分析
 - 1) 人口数量规模
 - 2) 人口结构变化
 - 3) 居民疾病情况
 - (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日本连锁药店的业态特征

- (1) 日本连锁药店行业发展现状
- (2) 日本连锁药店企业经营模式
- (3) 日本连锁药店企业商品构成

2.2.2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Walgreens公司经营分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

2.4.2美国CVS公司经营分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

2.4.3美国RiteAid公司经营分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

2.4.4日本MatsumotoKiyoshi经营分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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

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/分店数量变化

（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）十强、二十强、五十强、百强门店数量分析

（2）直营店数量六强企业分析

3.3.4连锁药店行业百强企业经营品规市场分析

（1）连锁药店行业百强企业经营品规数量分析

（2）连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析

1) 百强企业处方药类产品销售额占比变化

2) 百强企业处方药类产品利润贡献率变化

(3) 连锁药店行业百强企业非处方药类产品市场分析

1) 百强企业非处方药类产品销售额占比变化

2) 百强企业非处方药类产品利润贡献率变化

(4) 连锁药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析

1) 百强企业中药饮片类产品销售额占比变化

2) 百强企业中药饮片类产品利润贡献率变化

(5) 连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析

1) 百强企业医疗器械类产品销售额占比变化

2) 百强企业医疗器械类产品利润贡献率变化

(6) 连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析

1) 百强企业食品/保健品类产品销售额占比变化

2) 百强企业食品/保健品类产品利润贡献率变化

(7) 连锁药店行业百强企业其他类产品市场分析

1) 百强企业其他类产品销售额占比变化

2) 百强企业其他类产品利润贡献率变化

(8) 连锁药店行业百强企业“新三类”产品市场分析

1) 百强企业“新三类”产品销售额占比变化

2) 百强企业“新三类”产品利润贡献率变化

(9) 连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析

(10) 连锁药店行业负毛利产品市场分析

3.3.5 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与人效分析

1) 连锁药店行业百强企业坪效分析

2) 连锁药店行业百强企业人效分析

3.3.6 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员工薪资分析

(3) 连锁药店行业百强企业员工培训投入分析

3.4 连锁药店行业百强单店经营分析

3.4.1 连锁药店行业百强单店增幅分析

3.4.2 连锁药店行业百强单店坪效分析

3.4.3连锁药店行业百强单店客单价分析

3.4.4连锁药店行业百强单店细分产品市场分析

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）连锁药店行业业态竞争格局分析

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

（2）连锁药店行业地区竞争格局分析

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

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“中国互联网+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B证与C证的审批
 - (3) 连锁药店第三方平台发展分析
 - (4) 连锁药店行业O2O模式发展分析
- 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
- 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

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

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

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
- 1) 广东省人口现状
- 2) 广东省居民收入水平
- 3) 广东省居民医疗保健支出
- 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
- 1) 上海市人口现状
- 2) 上海市居民收入水平
- 3) 上海市居民医疗保健支出
- 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
- 1) 北京市人口数量变化情况
- 2) 北京市居民收入水平
- 3) 北京市居民医疗保健支出
- 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
- 1) 云南省人口现状
- 2) 云南省居民收入水平
- 3) 云南省居民医药保健支出
- 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

1) 辽宁省人口现状

2) 辽宁省居民收入水平

3) 辽宁省居民医疗保健支出

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与门店情况

(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

1) 湖南省人口现状

2) 湖南省居民收入水平

3) 湖南省居民医药保健支出

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

1) 山东省人口数量

2) 山东省居民收入水平

3) 山东省居民医疗保健支出

7.7.2山东省连锁药店行业发展现状

(1) 山东省连锁药店行业地位

(2) 山东省连锁药店行业发展特点

7.7.3山东省连锁药店行业发展前景

第八章：中国连锁药店行业领先企业经营分析

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

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.3大参林医药集团股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.4老百姓大药房连锁股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.6北京同仁堂商业投资集团有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.7益丰大药房连锁股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.8辽宁成大方圆医药连锁有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.9上海华氏大药房有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.10甘肃众友健康医药连锁有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.11云南健之佳健康连锁店股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.12吉林大药房药业股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.13西安怡康医药连锁有限责任公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.14漱玉平民大药房连锁股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.15川德仁堂药业连锁有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.16河南张仲景大药房股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.17哈尔滨宝丰医药连锁有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

8.2.18安徽丰原大药房连锁有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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 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：我国连锁药店行业主管部门

图表8：连锁药店行业相关政策解读

图表9：连锁药店行业与GDP增速分析（单位：%）

图表10：我国居民人均GDP及增长率（单位：元，%）

图表11：我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）

图表12：我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）

图表13：中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）

图表14：中国大陆人口数量情况（单位：亿人）

图表15：我国城镇化率变化趋势（单位：%）

（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/yiliaogixie/291132291132.html>