2019年中国医药商业行业分析报告-市场深度分析与投资战略研究

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《2019年中国医药商业行业分析报告-市场深度分析与投资战略研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/422684422684.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2016年为我国深化医改之年，国务院总理李克强明确指出要把降药价作为深化医疗改革的突破口，城市公立医院综合改革试点城市扩大到200个，在试点城市公立医院实现药品销售零加成，实行医药分离，破除“以药养医”机制，并在药品流通领域推行“两票制”，挤压中间流通环节，改变我国过去药品流通环节过多，层层加价的局面，多管齐下降药价

1、批发：两票制促批发行业整合，提升集中度

“两票制”重构医药流通行业：医药流通领域“两票制”是指药品生产企业直接开票到流通企业，流通企业再开票（发货）到医院，一共开两次发票。以此遏制我国医药流通行业“挂靠走票、倒票洗钱”的违法行为，规范药品流通秩序。“两票制”实施后，将使得中小型医药流通企业因此面临生存危机，过往以“倒票”等大量不合规的医药商业企业将关门倒闭，同时医药商业领域的并购重组将成为新的发展趋势，医药商业集中度将进一步提升，超大型医药企业集团和一大批全国性、区域性的龙头医药流通企业将产生。

2015年，我国医药流通行业有13500个企业，行业CR3为33.5%，CR10为46.9%，CR100为68.9%；2016年11月底，全国有药品批发企业12975家，减少了500多家，CR100提升到70.9%，提升了2个百分点。我们认为未来医药流通将形成“3+1+N”占主要流通市场的格局，即3家销售过千亿的全国性医药流通企业（上药、国药控股、华润医药）+1家500亿级别全国性企业（九州通）+N家区域性医药流通龙头（柳州医药、国药一致、南京医药、华东医药、广州医药）。

两票制模式图 资料来源：联讯证券研究院,观研天下数据中心整理

2、零售：分享零加成后医院药房市场

零售药店连锁率持续提升，准备承接零加成政策红利。截止去年11月底，药品零售连锁企业5609家，下辖门店220703家；零售单体药店226331家，零售药店门店总数447034家，零售药店（包括连锁和单体）门店总数基本维持在44万家左右。零售药店行业仍然较分散，CR100市占率仅有29.1%，拥有零售门店总数54391家，占全国零售药店门店总数的12.2%；行业龙头国药控股国大药房2016年销售额103亿元，2016年药品零售行业销售额3679亿元，行业龙头市占率仅有2.8%。

2016年，以上市公司为代表的大型零售连锁企业兼并速度加快，零售连锁率持续提升，截至2016年11月，零售连锁率已达到49.4%，同比提高3.7个百分点。连锁药店拥有规模采购优势、管理优势，在采购成本，费用控制、人员配置、覆盖人口等方面优于单体药店，参考美国零售药店市场75%的连锁率，CVS、Walgreens、Rite三家连锁药店巨头占据了美国药品零售市场75%以上份额的市场格局，未来我国零售药店连锁率和集中度仍有较大提升空间。

近年来我国零售药店连锁率 资料来源：商务部《药品流通行业运行统计分析报告》，观研天下数据中心整理

三种方式分享药品零加成带来的政策红利。过去由于政府对公立医院投入不足，允许医院药品零售销售加成15%，医院药品销售的动力充足，形成了目前我国药品市场以公立医院为主的“八二结构”，公立医院占药品销售市场的80%，其余20%为药店。医院药品销售零差率后，使医院药房由过去的利润中心变成成本中心，医院降本增效意识上升。目前，医药流通企业（批发企业、零售药店）介入医院药房主要有三种模式：药房托管、远程配送和处方外流定点药店。医药流通企业/药店有望分享公立医院原有80%的药品市场。
药品零加成下医药流通企业介入医院药房的三种模式 资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理（XZJ）

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。《2019年中国医药商业行业分析报告-市场深度分析与投资战略研究》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 宠物食品、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国医药商业行业发展概述
第一节 医药商业行业发展情况概述

一、 医药商业行业相关定义
二、 医药商业行业基本情况介绍
三、 医药商业行业发展特点分析
第二节 中国 医药商业行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、 医药商业行业产业链条分析
三、中国 医药商业行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国 医药商业行业生命周期分析
一、 医药商业行业生命周期理论概述
二、 医药商业行业所属的生命周期分析
第四节 医药商业行业经济指标分析
一、 医药商业行业的赢利性分析
二、 医药商业行业的经济周期分析
三、 医药商业行业附加值的提升空间分析
第五节 中国 医药商业行业进入壁垒分析
一、 医药商业行业资金壁垒分析
二、 医药商业行业技术壁垒分析
三、 医药商业行业人才壁垒分析
四、 医药商业行业品牌壁垒分析
五、 医药商业行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球 医药商业行业市场发展现状分析
第一节 全球 医药商业行业发展历程回顾
第二节 全球 医药商业行业市场区域分布情况
第三节 亚洲 医药商业行业地区市场分析
一、亚洲 医药商业行业市场现状分析
二、亚洲 医药商业行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲 医药商业行业市场前景分析
第四节 北美 医药商业行业地区市场分析
一、北美 医药商业行业市场现状分析
二、北美 医药商业行业市场规模与市场需求分析
三、北美 医药商业行业市场前景分析
第五节 欧盟 医药商业行业地区市场分析

一、欧盟 医药商业行业市场现状分析
二、欧盟 医药商业行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟 医药商业行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界 医药商业行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球 医药商业行业市场规模预测

第三章 中国 医药商业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品 医药商业总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国 医药商业行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国 医药商业产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析

第四章 中国 医药商业行业运行情况
第一节 中国 医药商业行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国 医药商业行业市场规模分析
第三节 中国 医药商业行业供应情况分析
第四节 中国 医药商业行业需求情况分析
第五节 中国 医药商业行业供需平衡分析
第六节 中国 医药商业行业发展趋势分析

第五章 中国 医药商业所属行业运行数据监测
第一节 中国 医药商业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国 医药商业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国 医药商业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国 医药商业市场格局分析
第一节 中国 医药商业行业竞争现状分析
一、中国 医药商业行业竞争情况分析
二、中国 医药商业行业主要品牌分析
第二节 中国 医药商业行业集中度分析
一、中国 医药商业行业市场集中度分析
二、中国 医药商业行业企业集中度分析
第三节 中国 医药商业行业存在的问题
第四节 中国 医药商业行业解决问题的策略分析
第五节 中国 医药商业行业竞争力分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国 医药商业行业需求特点与动态分析
第一节 中国 医药商业行业消费市场动态情况

第二节 中国 医药商业行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 医药商业行业成本分析
第四节 医药商业行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素
第五节 中国 医药商业行业价格现状分析
第六节 中国 医药商业行业平均价格走势预测
一、中国 医药商业行业价格影响因素
二、中国 医药商业行业平均价格走势预测
三、中国 医药商业行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国 医药商业行业区域市场现状分析
第一节 中国 医药商业行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区 医药商业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区 医药商业市场规模分析
四、华东地区 医药商业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区 医药商业市场规模分析
四、华中地区 医药商业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区 医药商业市场规模分析
四、华南地区 医药商业市场规模预测

第九章 2016-2018年中国 医药商业行业竞争情况
第一节 中国 医药商业行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 中国 医药商业行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国 医药商业行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 医药商业行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业

一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国 医药商业行业发展前景分析与预测
第一节 中国 医药商业行业未来发展前景分析
一、 医药商业行业国内投资环境分析
二、中国 医药商业行业市场机会分析
三、中国 医药商业行业投资增速预测
第二节 中国 医药商业行业未来发展趋势预测
第三节 中国 医药商业行业市场发展预测
一、中国 医药商业行业市场规模预测
二、中国 医药商业行业市场规模增速预测
三、中国 医药商业行业产值规模预测
四、中国 医药商业行业产值增速预测
五、中国 医药商业行业供需情况预测
第四节 中国 医药商业行业盈利走势预测
一、中国 医药商业行业毛利润同比增速预测
二、中国 医药商业行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国 医药商业行业投资风险与营销分析
第一节 医药商业行业投资风险分析
一、 医药商业行业政策风险分析
二、 医药商业行业技术风险分析

三、 医药商业行业竞争风险分析
四、 医药商业行业其他风险分析
第二节 医药商业行业企业经营发展分析及建议
一、 医药商业行业经营模式
二、 医药商业行业销售模式
三、 医药商业行业创新方向
第三节 医药商业行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国 医药商业行业发展战略及规划建议
第一节 中国 医药商业行业品牌战略分析
一、 医药商业企业品牌的重要性
二、 医药商业企业实施品牌战略的意义
三、 医药商业企业品牌的现状分析
四、 医药商业企业的品牌战略
五、 医药商业品牌战略管理的策略
第二节 中国 医药商业行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国 医药商业行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国 医药商业行业发展策略及投资建议
第一节 中国 医药商业行业产品策略分析

一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国 医药商业行业定价策略分析
第三节 中国 医药商业行业营销渠道策略
一、 医药商业行业渠道选择策略
二、 医药商业行业营销策略
第四节 中国 医药商业行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国 医药商业行业重点投资区域分析
二、中国 医药商业行业重点投资产品分析

图表详见正文·····

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/422684422684.html