

中国零售药房行业现状深度研究与投资前景分析 报告（2022-2029年）

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《中国零售药房行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202205/593546.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

零售药房是指依法取得《药品经营许可证》的单一门店的药品零售经营企业，又称独立零售药店。零售药店是直接向患者提供其所需之药品和保健服务的机构，它与批发公司集中的功能衔接，将成批的多品种药品拆零，供应给附近的患者，使患者可以很方便地买到所需的各种药品，保证了医疗卫生事业社会目标的实现。另一方面，零售药店销售药品的同时，还为患者提供各种服务，零售药房与一般消费品零售商不相同，是医疗保健系统的重要组成部分。

不同药品销售终端的特征比较

项目

医院市场（第一终端）

院外市场（第二、三终端）

药品销售终端自身的特征

终端类别

二级及以上医院

零售连锁公司及其下属门店

单体药店等社区医药终端、诊所等基层医疗机构

体量与数量

体量大、数量较少

除部分大中型连锁企业外，体量小、数量多

体量小，数量非常多

运营管理水平

较高

除部分大中型连锁企业外，运营管理水平普遍较低

普遍较低

药品销售终端在交易环节的特征及对医药流通企业的影响

经营门槛

医院开户难度较大，维护成本较高，资金压力较大

对赊销账期诉求高，资金压力较大

客户规模小、集中度低，业务繁琐、仓储及配送难度大

采购频次及金额

采购频次低，单次采购量大

采购频次高，单次采购量小

采购频次高，单次采购量小

采购内容特征

整件为主

整件+零货

零货为主，需拆零后重新拣选、包装、复核

配送及时性需求

相对较低

较高

很高

资金周转效率

低，应收账款回款期通常为3-6个月，甚至更长

较低，应收账款回款期通常为2-3个月，甚至更长

高，账期较短或没有账期

B2B适用性

低

低

高度契合

国家政策和行业趋势

二级及以上公立医疗机构需严格执行“两票制”，“营改增”将有效打压商业贿赂，“带量采购”提高中标门槛、显著降低药价。

鼓励提升零售连锁化率和行业集中度

“医药分开、分级诊疗”的趋势下，院外市场承接外流处方，将迎来行业机遇

数据来源：观研天下整理

一、零售药店行业竞争格局

2013-2020年，我国零售药店行业门店数量持续增加，连锁化仍有待提升。根据国家药监局数据显示，2020年，全国共有《药品经营许可证》持证企业57.33万家；零售药店门店总数55.39万家，同比增长5.70%，其中单体药店24.09家，同比增长2.97%，连锁药店门店31.29家，同比增长7.91%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

二、零售药店行业主要品牌

目前，我国规模较大的零售药店企业主要有老百姓大药房连锁股份有限公司、益丰大药房连锁股份有限公司、大参林医药集团股份有限公司。在2020年全国医药零售额榜单中，国大药房以215.7亿元的药品销售额独占鳌头，大参林、老百姓、益丰药房、一心堂等紧随其后

，销售额均超过100亿元。

数据来源：观研天下整理

1、四大龙头企业零售药店门店数量及结构对比

目前，一心堂门店数量最多，益丰药房、老百姓门店扩张速度领先。根据数据显示，2020年，益丰药房、大参林、老百姓、一心堂分别为5991家、6020家、6533家、7205家，同比分别增长26.07%、26.58%、27.40%、14.99%。而在扩张速度上，益丰药房、大参林、老百姓采用“自建+并购+加盟”模式扩张模式，门店增速处于交替领先的状态，2021年上半年净增加门店数量分别为897家、958家、1147家，而一心堂主要采取自建的方式扩张门店，截止2021年上半年达到848家，扩张速度较慢。

截止2021年上半年我国各大零售药店龙头企业开店速度

/

益丰药房

大参林

老百姓

一心堂

健之佳

漱玉平民

当期新增直营门店数

783

836

855

950

308

298

其中新开

569

589

496

-

-

-

其中并购

214

237

359

-

-

-

当期新增加盟店

164

189

435

-

-

-

当期关闭门店数

50

57

143

17（85家搬迁）

22

1

当期净增加门店数

897

958

1147

848

286

297 数据来源：观研天下整理

2、各大零售药房会员规模、服务水平对比

在互联网+、医药分开大趋势下，各大零售药店持续提升专业服务能力，会员数量增加，会员销售占比不断提高。根据各大零售药店数据，截至2021年上半年，老百姓药房会员人数5715万人，益丰药房会员人数4635万人，会员销售占比78.70%，一心堂药房会员人数2600万人，大参林会员销售占比77.25%。

截止2021年上半年各大零售药房会员规模及其销售占比

/

会员数

会员销售占比

老百姓

5715万人

-

益丰药房

4635万人

78.70%

一心堂

2600万人

-

健之佳

超过1500万人

近70%

大参林

-

77.25%

漱玉平民

超过1200万人

- 数据来源：观研天下整理

各大零售药店专业服务能力

公司

服务内容

老百姓

截至2021H1，公司已培养了4875名慢病管理专家，共配备药师和执业药师8212名。在全国4647家门店铺设了血糖、血压、心率、血尿酸、血脂等慢病自测蓝牙智能设备。通过互联网、大数据及云计算等智能健康服务平台，采用“硬件+软件+服务”的方式，在4647家门店即刻推送检测信息及解读报告等，相关服务功能实现会员的居家管理，延伸了慢病服务的空间；智能化的全病程管理，帮助慢病会员全面、合理的管理疾病，降低疾病并发症的发生，提高生活质量，延长生命周期。同时，公司运用电话、腾讯微信及企业微信生态开展慢病患者回访和用药咨询服务。截至2021H1，老百姓大药房慢病服务累计建档766.8万人、累计服务自测2372.3万人次、累计回访1236万人次，举行线上线下患教6536场次、创建社群8000多个，入群人数近50万。

大参林

公司目标打造业内慢病健康管理第一领导品牌，从智能化选址方面，结合商圈优势设立慢病

服务点；从专业服务方面，筛选由内部培训的慢病专员联合医生团队，为患者提供健康检测、养生讲堂、名医咨询、康复方案、健康管理等线上线下融合的体验式服务，用专业服务提高到店频次和客户粘性。截至2021H1，公司培养慢病专业人员1198位；从运营管理方面，设立慢病专岗、建档管理、复诊随访、考核机制等一系列制度流程，慢性病的管理模式和专业服务已具备快速复制的推广实力。健康服务加速传统业务向诊疗服务做延伸，打造核心商品+核心服务的健康管理体系，让参茸滋补、中药养生和保健食品融入患者的日常生活。另一方面，公司一手抓服务，一手管药品，着力加强和原厂药品直供支持，以及个性化慢病药品解决方案，进一步完善处方服务的便利性和依从性，从而保持处方药药品的购买需求可持续增长。

益丰药房

通过设立慢病管理专店，配置慢病管理专员，通过免费健康检测、健康服务为慢病会员提供健康管理服务，加以建档、回访、跟踪、评估与核检等方式，增加慢病会员用药依从性和全生命周期的健康管理服务。截至2021H1，公司拥有慢病管理专店430家，建档并深度维护慢病会员达55万。

一心堂

2021年上半年公司从慢病医保资质门店数量上和慢病医保的销售额上均保持快速增长。为更好的承接慢病医保业务，提供慢病专业化服务和门店综合服务水准，公司加大慢病业务投入，着力搭建顾客购药体验感和顾客健康需求。设置服务基金营造良好的慢病关爱体验。加大人力资源配置，整合供应商等多方资源，结合门店覆盖人群广泛和服务场景便捷性优势，实现慢病可及性管理。公司着重建设一心堂健康照顾站，通过健康照顾站开展专项辅助管理，配备标准慢病机器设备和制定慢病管理相关制度，建立维护慢病顾客的基础档案管理，制订健康管理计划，开展慢病管理的干预和追踪，帮助慢病顾客科学合理、习惯性的用药指导。

健之佳

截至2021H1，慢病服务累计建档90万人，实现稳步增长。依托专业的慢性病管理系统，公司为每位慢性病会员建立了独立的慢病档案，并配备药师、咨询师、营养师体系化、专业化、规范化地为慢性病会员提供个性化的专业健康服务。公司持续完善慢病会员建档、消费者教育、数据检测、用药指导、风险提示等全周期慢病管理服务。慢病服务累计建档90多万人，保持稳步的增长；持续开展消费者教育，慢病相关药品品类复购率、来客数均呈现较好的增长趋势。

漱玉平民

自2015年成立“慢病管理中心”以来，公司持续培养慢病专业服务人员，开展门店会员“一对

一 z 莢難捻 衛累 壕敞器焰榔 鯨梗扶蓋敞罈 G (7) (7)卅瑯壩 2/2

0日，公司已成立慢病门店436家，培养慢病专员448名。同时为了精准化服务慢病患者，公司增设基于6大病种的慢病关爱日（高血压/高血脂、糖尿病、呼吸系统、肝病、心脑血管、

高尿酸），方便患者获取更精准、更专业的用药指导和健康自测等服务。截至报告期末，公司慢病服务累计建档32.7万人，上半年累计患者教育超过5000场次。

数据来源：观研天下整理

三、零售药店行业市场集中度

1、对比总结

目前，我国零售药店行业市场集中度较低，CR3仅为8%，而美国、日本CR3分别为85.00%、31.00%。与日本相比，国内零售药店市场份额集中度有3倍的提升空间。

数据来源：观研天下整理

不过，近年来，国家大力推行两票制、药品零加成、带量采购、医保谈判等政策，药品流通利润空间不断被压缩，对零售药店的开店门槛、医保统筹支付门槛经营能力、议价能力等提出更高要求。例如，2021年，《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见》指出，资质合规、管理规范、信誉良好、布局合理以及满足对所售药品已实现电子追溯等条件的定点零售药店纳入谈判药品供应保障范围，并同步纳入医保支付机制。因此，随着零售药店行业经营门槛提升、监管政策趋严，将推动行业市场集中度提升。

2016-2021年我国零售药店行业市场集中度提升的相关政策梳理

时间

政策

内容及影响

2016

两票制

公立医疗机构在采购中逐步推行“两票制”（生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票），鼓励其他医疗机构药品采购中推行“两票制”；压缩药品流通环节，减少中小药店低价进货渠道。

2016

新版GSP

企业应当按照国家有关规定配备执业药师，负责处方审核，指导合理用药；提升药师配置等开店门槛。

2017

药品零加成

2017年9月30日前，全国所有公立医院全部取消药品加成（中药饮片除外）；药品降价，利润空间压缩。

2018

零售药店分类分级管理

强化执业药师配置、服务环境设施以及信息化管理系统建设；高评级药店经营范围广、优惠政策多，低评级药店经营范围受限。

2019

带量采购

将“4+7”试点集中采购模式在全国范围内推广，自愿参加试点扩大区域范围的医保定点社会办医疗机构、医保定点零售药店药品用量可以参与带量采购、以量换价；药品降价，利润空间压缩。

2019

执业药师“挂证”清查

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”行为整治专项活动；“挂证”药店将撤销GSP证书，执业药师配置监管趋严。

2021

零售药店医疗保障定点管理暂行办法

符合规定条件的定点零售药店可以申请纳入门诊慢性病、特殊病购药定点机构；定点零售药店需满足药师、医保管理人员配置以及相关制度要求。

2021

“双通道”管理机制

将定点零售药店纳入谈判药品供应保障范围，并同步纳入医保支付机制；“双通道”定点药店遴选标准高、信息化标准、药品管理标准、医保基金监管标准高 数据来源：观研天下整理
统筹账户vs个人账户

资料来源：公开资料整理（WYD）

观研报告网发布的《中国零售药房行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国零售药房行业发展概述

第一节零售药房行业发展情况概述

一、零售药房行业相关定义

二、零售药房特点分析

三、零售药房行业基本情况介绍

四、零售药房行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、零售药房行业需求主体分析

第二节中国零售药房行业生命周期分析

一、零售药房行业生命周期理论概述

二、零售药房行业所属的生命周期分析

第三节零售药房行业经济指标分析

一、零售药房行业的赢利性分析

二、零售药房行业的经济周期分析

三、零售药房行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球零售药房行业市场发展现状分析

第一节全球零售药房行业发展历程回顾

第二节全球零售药房行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲零售药房行业地区市场分析

一、亚洲零售药房行业市场现状分析

二、亚洲零售药房行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲零售药房行业市场前景分析

第四节北美零售药房行业地区市场分析

一、北美零售药房行业市场现状分析

二、北美零售药房行业市场规模与市场需求分析

三、北美零售药房行业市场前景分析

第五节欧洲零售药房行业地区市场分析

一、欧洲零售药房行业市场现状分析

二、欧洲零售药房行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲零售药房行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界零售药房行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球零售药房行业市场规模预测

第三章 中国零售药房行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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对零售药房行业的影响分析

第三节中国零售药房行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对零售药房行业的影响分析

第五节中国零售药房行业产业社会环境分析

第四章 中国零售药房行业运行情况

第一节中国零售药房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

第二节中国零售药房行业市场规模分析

一、影响中国零售药房行业市场规模的因素

二、中国零售药房行业市场规模

三、中国零售药房行业市场规模解析

第三节中国零售药房行业供应情况分析

一、中国零售药房行业供应规模

二、中国零售药房行业供应特点

第四节中国零售药房行业需求情况分析

一、中国零售药房行业需求规模

二、中国零售药房行业需求特点

第五节中国零售药房行业供需平衡分析

第五章 中国零售药房行业产业链和细分市场分析

第一节中国零售药房行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、零售药房行业产业链图解

第二节中国零售药房行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对零售药房行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对零售药房行业的影响分析

第三节我国零售药房行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国零售药房行业市场竞争分析

第一节中国零售药房行业竞争现状分析

一、中国零售药房行业竞争格局分析

二、中国零售药房行业主要品牌分析

第二节中国零售药房行业集中度分析

一、中国零售药房行业市场集中度影响因素分析

二、中国零售药房行业市场集中度分析

第三节中国零售药房行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国零售药房行业模型分析

第一节中国零售药房行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国零售药房行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国零售药房行业SWOT分析结论

第三节中国零售药房行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国零售药房行业需求特点与动态分析

第一节中国零售药房行业市场动态情况

第二节中国零售药房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

第三节零售药房行业成本结构分析

第四节零售药房行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国零售药房行业价格现状分析

第六节中国零售药房行业平均价格走势预测

一、中国零售药房行业平均价格趋势分析

二、中国零售药房行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国零售药房行业所属行业运行数据监测

第一节中国零售药房行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

第二节中国零售药房行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

第三节中国零售药房行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

第十章 2018-2022年中国零售药房行业区域市场现状分析

第一节中国零售药房行业区域市场规模分析

一、影响零售药房行业区域市场分布的因素

二、中国零售药房行业区域市场分布

第二节中国华东地区零售药房行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区零售药房行业市场分析

(1) 华东地区零售药房行业市场规模

(2) 华南地区零售药房行业市场现状

(3) 华东地区零售药房行业市场规模预测

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、华中地区零售药房行业市场分析

(1) 华中地区零售药房行业市场规模

(2) 华中地区零售药房行业市场现状

(3) 华中地区零售药房行业市场规模预测

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、华南地区零售药房行业市场分析

(1) 华南地区零售药房行业市场规模

(2) 华南地区零售药房行业市场现状

(3) 华南地区零售药房行业市场规模预测

第五节华北地区零售药房行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区零售药房行业市场分析

(1) 华北地区零售药房行业市场规模

(2) 华北地区零售药房行业市场现状

(3) 华北地区零售药房行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区零售药房行业市场分析

(1) 东北地区零售药房行业市场规模

(2) 东北地区零售药房行业市场现状

(3) 东北地区零售药房行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区零售药房行业市场分析

(1) 西南地区零售药房行业市场规模

(2) 西南地区零售药房行业市场现状

(3) 西南地区零售药房行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区零售药房行业市场分析

(1) 西北地区零售药房行业市场规模

(2) 西北地区零售药房行业市场现状

(3) 西北地区零售药房行业市场规模预测

第十一章 零售药房行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国零售药房行业发展前景分析与预测

第一节中国零售药房行业未来发展前景分析

一、零售药房行业国内投资环境分析

二、中国零售药房行业市场机会分析

三、中国零售药房行业投资增速预测

第二节中国零售药房行业未来发展趋势预测

第三节中国零售药房行业规模发展预测

一、中国零售药房行业市场规模预测

二、中国零售药房行业市场规模增速预测

三、中国零售药房行业产值规模预测

四、中国零售药房行业产值增速预测

五、中国零售药房行业供需情况预测

第四节中国零售药房行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国零售药房行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国零售药房行业进入壁垒分析

一、零售药房行业资金壁垒分析

二、零售药房行业技术壁垒分析

三、零售药房行业人才壁垒分析

四、零售药房行业品牌壁垒分析

五、零售药房行业其他壁垒分析

第二节零售药房行业风险分析

一、零售药房行业宏观环境风险

二、零售药房行业技术风险

三、零售药房行业竞争风险

四、零售药房行业其他风险

第三节中国零售药房行业存在的问题

第四节中国零售药房行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国零售药房行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国零售药房行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国零售药房行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 零售药房行业营销策略分析

一、零售药房行业产品策略

二、零售药房行业定价策略

三、零售药房行业渠道策略

四、零售药房行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/593546.html>