

# 2021年中国药品零售行业分析报告- 行业规模现状与发展战略规划

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《2021年中国药品零售行业分析报告-行业规模现状与发展战略规划》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/535718535718.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

药品零售是药品流通行业的最后一环，通过医院、基层医疗机构、零售药店等渠道将药品最终流入到消费者手中。随着人口结构的变化、疾病谱的迁移、医疗消费升级的加速以及医药行业政策的驱动，我国药品零售规模持续上升。2012-2019年，我国药品零售市场规模年均复合增长率超过9%，保持增长态势，但随着两票制、药品耗材零加成、医保控费、药耗集采等政策逐渐落地并常态化，市场规模增速放缓。2019年我国药品零售市场规模约17955亿元，增速降至5%以下。

2013-2019年我国药品终端支持规模

数据来源：公开资料

### 一、供应商的议价能力

药品零售的上游供应商主要为医药批发企业，对于不具备生产能力的医药企业或中小药店而言，供应商在各个环节的议价能力超过医药企业或药店；而对大型连锁零售药店有稳定的资金链、庞大的销售渠道及稳定的客源和自有品牌产品的开发，掌握着和供应商之间的主动权。

### 二、购买者的议价能力

药品最终的终端消费者多为个人，而药品属于特殊商品，一般不具备打折或降价销售的能力，且消费者在购买药物时多处于刚性需求，因此，购买者讨价还价的能力不强。

### 三、新进入者的威胁

首先，药品零售业新进入者需要面临政策及经营资质、规模、资金、品牌、人力资源等壁垒。1) 我国采取药品经营准入制度，我国新版《药品经营质量管理规范》于2015年7月1日正式实施，新规范对药品零售企业的采购、验收、储存、销售及售后服务等环节提出了更为严格的要求，准入门槛提高。2) 医药零售企业只有通过规模化经营才能实现“低成本、高利润”。3) 医药零售企业是资金密集型行业，需要建设仓储、物流设施和购置运输设备以及投入相应的流动资金，才能保证日常经营活动的进行。4) 医药零售企业的规模和实力，往往取决于所拥有的知名度、信誉度及品牌优势。5) 零售药店是医药流通行业中为消费者提供服务的终端环节，其从业人员特别是药学专业技术人员的首要责任是确保消费者获得高质量的药学服务，因此，零售药店对专业化的人力资要求较高。而我国注册于药品零售企业的执业药师达到50万人，每万人口执业药师数仅为3.9人，仍处于较低水平。

壁垒

特征

政策及经营资质壁垒

由于药品是关系消费者健康安全的特殊商品，因此医药流通行业受国家政策管控较为严格。按照《中华人民共和国药品管理法实施条例》的规定，药品经营企业需取得《药品经营许可证》和《药品经营质量管理规范认证证书》。医药零售企业经营医疗器械、食品等品类需取

得相关经营许可；按照国家人社部发布的《关于完善基本医疗保险定点医药机构协议管理的指导意见》以及各省、市、自治区颁布的基本医疗保险定点医药机构协议管理办法，零售药店需取得《药品经营许可证》、具有一定年限的经营期、达到GSP标准并取得《药品经营质量管理规范认证证书》，且营业面积、人员配置达到相关标准后方可申请成为医保定点药房。医药零售企业受国家较多管控，需取得各类资质方能经营，对行业新进入者形成了政策及经营资质壁垒

#### 规模壁垒

医药零售企业只有通过规模化经营才能实现“低成本、高利润”。医药零售企业盈利能力取决于与上游供应商的议价能力和在下游消费者中的影响力，规模优势有助于提升企业议价能力并提供较好的售后服务，在市场上争取更多的主动权和竞争优势。这对行业新进入者形成了规模壁垒

#### 资金壁垒

医药零售企业是资金密集型行业，需要建设仓储、物流设施和购置运输设备以及投入相应的流动资金，才能保证日常经营活动的进行。为了规范医药零售企业，国家监管部门对新进入者的硬件设施和流动资金提出了较高的要求。同时，采用直营方式的医药零售企业，门店的前期投入也需要企业有雄厚的资金实力做支撑。这些都构成了行业新进入者的资金壁垒

#### 品牌壁垒

医药零售企业的规模和实力，往往取决于所拥有的知名度、信誉度及品牌优势。医药消费关系到消费者用药安全及生命健康，且医药消费具有较强的惯性，当对固定的购药场所、购药服务对象形成习惯后，消费者在没有受到特殊外来因素干预或者负面影响下，不会随意改变其原有的惯性行为。较强的品牌优势能够为医药零售企业带来客户吸引力，并构成对行业新进入者的障碍

#### 人力资源壁垒

零售药店是医药流通行业中为消费者提供服务的终端环节，其从业人员特别是药学专业技术人员的首要责任是确保消费者获得高质量的药学服务，因此，零售药店对专业化的人力资要求较高。为了满足政策需求及消费者的需求，引导消费者的合理用药、健康消费，医药零售企业需要配备大量具有药学专业知识的从业人员。随着医药零售连锁企业经营规模的扩大，需要大量具备医药、采购、营销、物流、信息技术等专业技能的复合型人才。相应专业人才的缺乏成为进入医药零售行业的壁垒之一。资料来源：公开资料

#### 2016-2020年我国每万人执业药师数量

数据来源：公开资料

其次，新进入企业需要考虑投资回报情况，而近几年带量采购、处方加速外流，导致毛利率较低的处方药占比提升，拉低行业整体毛利率，使得新进入者驻足观望。

#### 2016-2019年我国零售药店毛利率和净利率变化情况

数据来源：公开资料

综合来看，除非通过收购或兼并大型药企进入药品零售行业，否则，新进入者的威胁不大。

#### 四、替代品的威胁

药品作为特殊商品，具有极强的专业性，其作用并不能通过保健品或医疗器械等其他产品所替代。因而，替代品较为局限。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

纵观整个药品零售业，刨除占比很小的个体零售商外，占零售产业大头的就是十几家甚至仅仅几家医药企业之间的竞争。2019年我国药品零售行业CR5集中度为15%、CR10集中度为20%，CR100集中度为46%。

2015-2019年我国药品零售行业集中度情况

数据来源：公开资料

此外，头部上市药企的门店创收能力更强。目前在我们主板市场上市的药品零售企业有4家，一心堂、老百姓、益丰、大参林，2019年的毛利率分别为38.7%、33.59%、39.01%、39.48%，净利率分别为5.76%、5.27%、5.93%、6.25%。

2019年我国四大上市药企毛利率就净利率情况

数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国药品零售行业分析报告-行业规模现状与发展战略规划》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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国药品零售行业发展概述

#### 第一节 药品零售行业发展情况概述

##### 一、药品零售行业相关定义

##### 二、药品零售行业基本情况介绍

##### 三、药品零售行业发展特点分析

##### 四、药品零售行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

##### 五、药品零售行业需求主体分析

#### 第二节 中国药品零售行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、药品零售行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### 1、沟通协调机制

###### 2、风险分配机制

###### 3、竞争协调机制

##### 四、中国药品零售行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国药品零售行业生命周期分析

##### 一、药品零售行业生命周期理论概述

##### 二、药品零售行业所属的生命周期分析

#### 第四节 药品零售行业经济指标分析

##### 一、药品零售行业的赢利性分析

##### 二、药品零售行业的经济周期分析

##### 三、药品零售行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国药品零售行业进入壁垒分析

##### 一、药品零售行业资金壁垒分析

- 二、药品零售行业技术壁垒分析
- 三、药品零售行业人才壁垒分析
- 四、药品零售行业品牌壁垒分析
- 五、药品零售行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球药品零售行业市场发展现状分析

- 第一节 全球药品零售行业发展历程回顾
- 第二节 全球药品零售行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲药品零售行业地区市场分析
  - 一、亚洲药品零售行业市场现状分析
  - 二、亚洲药品零售行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲药品零售行业市场前景分析
- 第四节 北美药品零售行业地区市场分析
  - 一、北美药品零售行业市场现状分析
  - 二、北美药品零售行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美药品零售行业市场前景分析
- 第五节 欧洲药品零售行业地区市场分析
  - 一、欧洲药品零售行业市场现状分析
  - 二、欧洲药品零售行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲药品零售行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界药品零售行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球药品零售行业市场规模预测

## 第三章 中国药品零售产业发展环境分析

- 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、全社会消费品药品零售总额
  - 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 中国药品零售行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国药品零售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 中国药品零售行业运行情况

### 第一节 中国药品零售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 中国药品零售行业市场规模分析

### 第三节 中国药品零售行业供应情况分析

### 第四节 中国药品零售行业需求情况分析

### 第五节 我国药品零售行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

### 第六节 中国药品零售行业供需平衡分析

### 第七节 中国药品零售行业发展趋势分析

## 第五章 中国药品零售所属行业运行数据监测

### 第一节 中国药品零售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 中国药品零售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 中国药品零售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 2017-2020年中国药品零售市场格局分析

### 第一节 中国药品零售行业竞争现状分析

#### 一、中国药品零售行业竞争情况分析

#### 二、中国药品零售行业主要品牌分析

### 第二节 中国药品零售行业集中度分析

#### 一、中国药品零售行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国药品零售行业市场集中度分析

### 第三节 中国药品零售行业存在的问题

### 第四节 中国药品零售行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国药品零售行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国药品零售行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国药品零售行业消费市场动态情况

### 第二节 中国药品零售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 药品零售行业成本结构分析

### 第四节 药品零售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 中国药品零售行业价格现状分析

### 第六节 中国药品零售行业平均价格走势预测

#### 一、中国药品零售行业价格影响因素

二、中国药品零售行业平均价格走势预测

三、中国药品零售行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国药品零售行业区域市场现状分析

第一节 中国药品零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区药品零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区药品零售市场规模分析

四、华东地区药品零售市场规模预测

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、华中地区药品零售市场规模分析

四、华中地区药品零售市场规模预测

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、华南地区药品零售市场规模分析

四、华南地区药品零售市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国药品零售行业竞争情况

第一节 中国药品零售行业竞争结构分析（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 中国药品零售行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国药品零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

### 三、社会环境

### 四、技术环境

## 第十章 药品零售行业企业分析（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 2021-2026年中国药品零售行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国药品零售行业未来发展前景分析

一、药品零售行业国内投资环境分析

二、中国药品零售行业市场机会分析

三、中国药品零售行业投资增速预测

### 第二节 中国药品零售行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国药品零售行业市场发展预测

一、中国药品零售行业市场规模预测

二、中国药品零售行业市场规模增速预测

三、中国药品零售行业产值规模预测

四、中国药品零售行业产值增速预测

五、中国药品零售行业供需情况预测

### 第四节 中国药品零售行业盈利走势预测

一、中国药品零售行业毛利润同比增速预测

二、中国药品零售行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国药品零售行业投资风险与营销分析

### 第一节 药品零售行业投资风险分析

一、药品零售行业政策风险分析

二、药品零售行业技术风险分析

三、药品零售行业竞争风险分析

四、药品零售行业其他风险分析

### 第二节 药品零售行业应对策略

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 2021-2026年中国药品零售行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国药品零售行业品牌战略分析

一、药品零售企业品牌的重要性

二、药品零售企业实施品牌战略的意义

三、药品零售企业品牌的现状分析

四、药品零售企业的品牌战略

五、药品零售品牌战略管理的策略

### 第二节 中国药品零售行业市场重点客户战略实施

- 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 中国药品零售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
- 第四节 药品零售行业竞争力提升策略

- 一、药品零售行业产品差异性策略
- 二、药品零售行业个性化服务策略
- 三、药品零售行业的促销宣传策略
- 四、药品零售行业信息智能化策略
- 五、药品零售行业品牌化建设策略
- 六、药品零售行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国药品零售行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国药品零售行业产品策略分析

- 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 中国药品零售行业营销渠道策略

- 一、药品零售行业渠道选择策略
- 二、药品零售行业营销策略

### 第三节 中国药品零售行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国药品零售行业重点投资区域分析
- 二、中国药品零售行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

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/535718535718.html>