

2021年中国连锁药店市场分析报告- 产业供需现状与发展动向预测

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《2021年中国连锁药店市场分析报告-产业供需现状与发展动向预测》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/yiliaoqixie/546985546985.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

连锁药店是指在一个连锁总部统一管辖下，将有着共同的理念、经济利益、服务管理规范的众多药店，以统一进货或授权特许等方式连接起来，实现统一标准化经营，共享规模效益的一种组织形式。

其产业链上游主要为医药制造、保健食品制造、医疗器械制造与药妆、日用品等行业；中游主要为零售连锁模式；下游主要涉及小区社群、医院边店、医药电商等流通渠道。

连锁药店产业链

资料来源：观研天下整理

产业链上游：连锁药店上游主要环节为医药制造、医疗器械制造与保健食品制造行业，数据显示，近五年来上述三大行业营收规模整体呈增长态势，截至2020年分别约为24857.3亿元、8500亿元、3822.2亿元，为我国连锁药店行业发展提供充足动力。

2016-2020年我国医药制造、医疗器械制造与保健食品制造行业营收规模（单位：亿元）

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国连锁药店行业上游企业主要包括海南葫芦娃药业集团股份有限公司、哈药集团有限公司、扬子江药业集团有限公司、威高股份与苏州林华医疗器械股份有限公司等。

我国连锁药店行业产业链上游代表企业及优势分析

企业名称

主营业务

优势分析

海南葫芦娃药业集团股份有限公司

从事中成药及化学药品的研发、生产和销售，产品应用范围涵盖呼吸系统类、消化系统类、全身抗感染类等多个用药领域

- 1、产品品类优势：拥有295项药品批准文号，共有57种产品进入国家基本药物目录，96种产品进入国家医保目录。
- 2、剂型优势：化积片、尼美舒利缓释胶囊为独家剂型产品，小儿肺热咳喘颗粒（每袋4克装）、肠炎宁胶囊（每粒装0.3g）、肠炎宁颗粒（每袋装2g）为独家规格产品。
- 3、产品研发优势：建立了以内部研发力量为核心、联合国内一流制药科研机构的科研和开发体系。
- 4、专利优势：已拥有73个知识产权专利。
- 5、品牌优势：打造包含“葫芦娃”、“葫芦爸”、“葫芦妈”在内的三大系列品牌。

哈药集团有限公司

主营业务涵盖抗生素、化学药物制剂、非处方药品及保健食品、中药、生物工程药品、动物疫苗及兽药、医药流通七大产业领域

- 1、人才资源优势：现有职工2.01万人，其中专业技术人员4760名。

- 2、产品优势：共生产西药及中药制剂、西药原料、中药粉针、生物工程药品、滋补保健品等6大系列、20多种剂型、1000多个品种。
- 3、营销网络销售优势：在全国30余个主要城市区建立了130多个销售办事处，并拥有200余家零售连锁药房，形成覆盖广、功能强的营销网络。
- 4、技术平台优势：创建了生物工程、抗生素、药物制剂、现代中药、OTC药品及保健食品、动物疫苗及兽药等六个方面的技术平台。
- 5、品牌优势：拥有“哈药”、“三精”、“世一堂”“钙中钙”等四件中国驰名商标。

扬子江药业集团有限公司

医药技术服务；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务等

- 1、人才资源优势：现有员工10000余人。
- 2、出口优势：药品出口到东欧、非洲、东南亚、南美等多个国家和地区。
- 3、企业荣誉优势：先后荣获“全国自主创新能力行业十强”、“全国医药优秀企业”、“全国企业文化优秀奖”、“全国模范职工之家”、“中国驰名商标”、“中国科技名牌500强”等殊荣。
- 4、产品优势：已形成中西药并举，覆盖抗生素、消化系统药、循环系统药、抗肿瘤药、解热镇痛药等领域，拥有10多个系列、20种剂型、100多个规格的产品群。
- 5、研发优势：拥有化学药物、中药制造工艺工程、药物制剂技术工程、生物药物等多个研发中心。

威高股份

从事研发及开发、生产及销售一次性医疗器械

- 1、客户资源与销售网络优势：拥有一个由25个销售办事处及38个客户联络中心和170家城市代表处组成的庞大销售网络；同时拥有总计5159家（包括3090家医院、414家血站、611家其他医疗单位及1044家经销商）的客户基础。
- 2、研发与人才优势：与中科院长春应用化学研究所、中科院大连化学物理研究所、中科院沈阳金属研究所、哈工大（威海）等科研院所、院校紧密合作，并聘请了10位两院院士做顾问，依托其人才和科研力量，异地建立了九个威高集团研发中心。

苏州林华医疗器械股份有限公司

从事临床血管给药工具研发、生产和销售的企业，主要产品包括 类医疗耗材静脉留置针系列、输液港，以及医用敷料、注射器等其他产品

- 1、品牌优势：获评“2013年中国医疗器械十大影响力品牌质量AAA级单位”、2013-2015年度“江苏省医疗器械生产企业优秀诚信单位”。
- 2、质量优势：持有德国核发的质量管理体系认证证书，认证标准为：ENISO13485:2016医疗器械-质量管理体系。资料来源：观研天下整理

产业链中游：经过多年的发展，我国连锁药店市场不断壮大，行业运行态势良好。数据显示，近五年来我国连锁药店数量规模继续增长，截至2020年已达31.1万家，同比增长7.9

%；药店连锁化率也持续提升，截至2020年达56.5%。

2016-2020年我国连锁药店数量

数据来源：观研天下整理

2016-2020年我国药店连锁率

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国连锁药店行业中游企业主要包括国药控股国大药房有限公司、国药控股国大药房有限公司、一心堂药业集团股份有限公司、益丰大药房连锁股份有限公司与大参林医药集团股份有限公司等。

我国连锁药店行业产业链中游代表企业及优势分析

企业名称

主营业务

优势分析

国药控股国大药房有限公司

药品零售；药品进出口；药品批发；第三类医疗器械经营；食品经营

1、零售网络优势：已建成拥有2000家药店、30亿销售规模的具有“成本领先，品种齐全，服务优良，价值提升”等优势的全全国性零售终端网络。

2、品牌优势：有如大德生、天益堂等多个百年老字号商号，以及如一致、英特、光华、希嘉等知名品牌。

老百姓大药房连锁股份有限公司

药品零售；保健食品销售；医疗器械销售等

1、规模优势：自设立以来，公司重点选择沿京广线和沪昆线进行营销网络的布局拓展，使公司得以充分利用便捷的物流体系降低成本、支持网络的进一步延伸，体现出显著的规模效应。

2、渠道优势：公司依托线下门店，积极拓展延伸包括互联网渠道在内的全渠道经销网络，把握行业发展趋势。

3、品牌优势：公司是国内零售药店行业“平价超市药店”模式的先行者，“老百姓大药房”品牌效应显著。

4、会员体系优势：。公司采取多样化的会员营销活动，推动会员数量及会员销售的持续增长，打造了行业内规模领先、忠诚度高、稳定的会员体系。

一心堂药业集团股份有限公司

I、II、III类医疗器械经营；食品销售；互联网药品交易服务等

1、管理体系优势：公司从市场前期调查、市场规划到选址、审批、装修、门店货架布局、商品结构设计到新员工培训、市场营销、门店经营管理等，都制定有整套的标准化流程、严密操作程序和管理控制标准，保障了新店的快速复制和统一管理，使公司具备更快速度、更大规模的可持续发展能力。

2、店群经营优势：公司初步形成了以西南为核心经营地区、华南为战略纵深经营地区、华北为补充经营地区格局，在西南和华南，公司均实行市县乡一体化的店群拓展。各区域市场品牌渗透力不断增强、门店商品和经营更加立体、新开门店成功率不断增加，形成强大的店群经营优势，最大限度提升城市或区域盈利能力。

3、全渠道经营网络优势：公司在线下业务稳健发展的同时，线上业务积极迎接互联网化和移动互联网化，积极建设全渠道销售网络、全渠道沟通网络和全渠道服务网络，“互联网+一心堂”经营模式稳步推进。

益丰大药房连锁股份有限公司

药品、保健品、医疗器械以及与健康相关的日用便利品等的连锁零售业务

1、区域聚焦发展优势：公司坚持“区域聚焦、稳健扩张”的发展战略和“重点渗透、深度营销”的经营方针。通过在区域市场进行门店的密集合理布局，通过树立良好的品牌信誉、加强门店的规范运营、促进产品的营销力度等多种方式，提升门店的客单量和销售收入，形成区域优势。

2、成熟的代理品种模式优势：公司通过常规品种较低的价格策略吸引客流并实现低价口碑，通过代理品种提升盈利能力。

3、专业化顾客服务优势：公司通过员工专业化服务和顾客满意度系统考核，实现公司盈利和顾客满意的平衡

4、CRM会员管理系统优势：公司基于SAP/ERP信息系统平台量身打造了与业务紧密相联的会员管理系统。通过有效的会员管理和针对性的多元化会员服务营销，提升会员的满意度和忠诚度。

大参林医药集团股份有限公司

中西成药、参茸滋补药材及中药饮片、保健品、医疗器械及其他商品的直营连锁零售业务

1、市场竞争地位优势：大参林股份起步于我国重要的医药消费市场——广东省，凭借对广东、广西等华南地区医药市场和消费习惯的深刻认识，历经十几年的深耕细作，逐步在广东、广西等华南地区建立了密集合理的业务布局、树立了较高的品牌知名度和较强的市场竞争力。

2、精细化运营管理优势：随着规模的扩大，公司的门店数量、商品种类、客户群体及员工人数等不断增加，公司在日常管理中始终贯彻“精细化管理”的理念，通过制定和执行系统化、标准化及规范化的流程、借助现代化的信息技术手段，有效提高了经营绩效和市场竞争能力。信息技术是零售药店企业实现精细化管理的重要手段，目前公司已经建立了行业领先、覆盖各业务环节的信息系统。

3、物流配送体系优势：目前，公司已具备较强的自主配送能力，自主配送量占总配送量的比例达80%，较强的自主配送能力能有效保障物流配送的满足率、及时率，严格控制差错率及成本。资料来源：观研天下整理

产业链下游，目前我国连锁药店主要经营模式可分为五大类：直营连锁药店、特许连锁

药店、自愿连锁药店、托管、药店联盟。其中，直营连锁药店为主要经营模式。

我国连锁药店行业五大经营模式

经营模式

特点

直营连锁药店

直营连锁药店是指由总公司直接投资（全资或控股）开发、管理的连锁药店。

特许连锁药店

特许连锁也称加盟连锁，是指拥有技术和管理经验的连锁药店总部将拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式及销售总部开发商品的特许权以特许经营合同的形式授予被特许门店使用，指导传授加盟店各项经营技术经验，并收取一定比例的权利金及指导费的经营模式。

自愿连锁药店

自愿连锁也称自由连锁，即自愿加入连锁体系的药店。在自愿加盟体系中，商品所有权是属于自愿连锁的店主所有，而系统运作技术及药店品牌的专有信息则归总部持有。

托管

医疗机构托药房托管是指医疗机构通过契约形式，在所有权不发生变化的情况下，将药房交由具有较强经营管理能力并能承担相应风险的法人有偿经营和管理的一种经营活动。

药店联盟

药店联盟，是指连锁药店集合联盟会员组成联盟，通过联盟平台帮助各联盟会员实现采购、销售等规模经济目的的组织形式。资料来源：观研天下整理

现阶段，我国连锁药店行业下游企业主要包括九州通医药集团股份有限公司、北京快方科技有限公司、湘雅医院与北京协和医院等。

我国连锁药店行业产业链下游代表企业及优势分析

企业名称

优势分析

九州通医药集团股份有限公司

- 1、销售网络优势：已建立起全国性的销售网络，是现有全国医药商业企业中销售网络覆盖面最广的企业之一，具有销售网络的广度与深度优势。
- 2、物流和信息技术优势：是全国医药流通企业中为数不多的进行现代物流技术自主研发与医药物流管理系统集成的企业之一，具有领先于行业的现代物流技术和信息技术运用的优势。
- 3、药品生产及研发优势：以抗生素系列、糖尿病系列和心脑血管系列药品生产以及研发为主。
- 4、企业荣誉优势：在2020中国民营企业500强榜单排名第58位、在2020年中国最具价值品牌100强排名第97位等。

北京快方科技有限公司（快方送药）

- 1、药品品类优势：快方送药品类和药店完全一致，拥有近10万个品规的药品数据库。
- 2、流程优化优势：改变了传统药店收银扫码拣药的方式，将拣药时间由原来的3分钟提高到1分钟内。
- 3、专利优势：快方送药自主研发，可以全程监控药品的温湿度状态，完全符合新版GSP药品配送标准。

湘雅医院

- 1、人才优势：现有专业技术人员4640人，高级专业技术人员807人，医师中有博士学位人员达82%。现有博士生导师152名，硕士生导师386名。现有中国工程院院士1名，国家级人才项目获得者36名，国家级教学名师2名，国家卫生健康委有突出贡献中青年专家6名，享受国务院特殊津贴教授69名，教育部新世纪优秀人才支持计划11名。
- 2、研发与创新优势：国家级科研平台4个，省部级重点实验室和研究中心41个，主办中文学术期刊8本，英文学术期刊2本；国家自然科学基金项目513项，获批各类科研课题2556项，获得国家级和省部级科技成果奖46项

北京协和医院

人才优势：在职职工4000余名、两院院士5人、临床和医技科室53个、国家级重点学科20个、国家临床重点专科29个、博士点16个、硕士点29个、国家级继续医学教育基地6个、二级学科住院医师培养基地18个、三级学科专科医师培养基地15个资料来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国连锁药店市场分析报告-产业供需现状与发展动向预测》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。

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 2017-2021年中国连锁药店行业发展概述

第一节 连锁药店行业发展情况概述

- 一、连锁药店行业相关定义
- 二、连锁药店行业基本情况介绍
- 三、连锁药店行业发展特点分析
- 四、连锁药店行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、连锁药店行业需求主体分析

第二节 中国连锁药店行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、连锁药店行业产业链条分析
- 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、中国连锁药店行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国连锁药店行业生命周期分析

- 一、连锁药店行业生命周期理论概述
- 二、连锁药店行业所属的生命周期分析

第四节 连锁药店行业经济指标分析

- 一、连锁药店行业的赢利性分析
- 二、连锁药店行业的经济周期分析
- 三、连锁药店行业附加值的提升空间分析

第五节 中国连锁药店行业进入壁垒分析

- 一、连锁药店行业资金壁垒分析
- 二、连锁药店行业技术壁垒分析
- 三、连锁药店行业人才壁垒分析
- 四、连锁药店行业品牌壁垒分析
- 五、连锁药店行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球连锁药店行业市场发展现状分析

第一节 全球连锁药店行业发展历程回顾

第二节 全球连锁药店行业市场区域分布情况

第三节 亚洲连锁药店行业地区市场分析

- 一、亚洲连锁药店行业市场现状分析
- 二、亚洲连锁药店行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲连锁药店行业市场前景分析

第四节 北美连锁药店行业地区市场分析

- 一、北美连锁药店行业市场现状分析
- 二、北美连锁药店行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美连锁药店行业市场前景分析

第五节 欧洲连锁药店行业地区市场分析

- 一、欧洲连锁药店行业市场现状分析
- 二、欧洲连锁药店行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲连锁药店行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界连锁药店行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球连锁药店行业市场规模预测

第三章 中国连锁药店产业发展环境分析

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、全社会消费品连锁药店总额
- 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 中国连锁药店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国连锁药店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 中国连锁药店行业运行情况

第一节 中国连锁药店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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国连锁药店行业市场规模分析

第三节 中国连锁药店行业供应情况分析

第四节 中国连锁药店行业需求情况分析

第五节 我国连锁药店行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国连锁药店行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国连锁药店行业供需平衡分析

第八节 中国连锁药店行业发展趋势分析

第五章 中国连锁药店所属行业运行数据监测

第一节 中国连锁药店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 中国连锁药店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 中国连锁药店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 2017-2021年中国连锁药店市场格局分析

第一节 中国连锁药店行业竞争现状分析

- 一、中国连锁药店行业竞争情况分析
- 二、中国连锁药店行业主要品牌分析

第二节 中国连锁药店行业集中度分析

- 一、中国连锁药店行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国连锁药店行业市场集中度分析

第三节 中国连锁药店行业存在的问题

第四节 中国连锁药店行业解决问题的策略分析

第五节 中国连锁药店行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国连锁药店行业需求特点与动态分析

第一节 中国连锁药店行业消费市场动态情况

第二节 中国连锁药店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 连锁药店行业成本结构分析

第四节 连锁药店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 中国连锁药店行业价格现状分析

第六节 中国连锁药店行业平均价格走势预测

- 一、中国连锁药店行业价格影响因素
- 二、中国连锁药店行业平均价格走势预测
- 三、中国连锁药店行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国连锁药店行业区域市场现状分析

第一节 中国连锁药店行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区连锁药店市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区连锁药店市场规模分析
- 四、华东地区连锁药店市场规模预测

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、华中地区连锁药店市场规模分析
- 四、华中地区连锁药店市场规模预测

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、华南地区连锁药店市场规模分析
- 四、华南地区连锁药店市场规模预测

第九章 2017-2021年中国连锁药店行业竞争情况

第一节 中国连锁药店行业竞争结构分析（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 中国连锁药店行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国连锁药店行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 连锁药店行业企业分析（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年中国连锁药店行业发展前景分析与预测

第一节 中国连锁药店行业未来发展前景分析

一、连锁药店行业国内投资环境分析

二、中国连锁药店行业市场机会分析

三、中国连锁药店行业投资增速预测

第二节 中国连锁药店行业未来发展趋势预测

第三节 中国连锁药店行业市场发展预测

一、中国连锁药店行业市场规模预测

二、中国连锁药店行业市场规模增速预测

三、中国连锁药店行业产值规模预测

四、中国连锁药店行业产值增速预测

五、中国连锁药店行业供需情况预测

第四节 中国连锁药店行业盈利走势预测

一、中国连锁药店行业毛利润同比增速预测

二、中国连锁药店行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国连锁药店行业投资风险与营销分析

第一节 连锁药店行业投资风险分析

一、连锁药店行业政策风险分析

二、连锁药店行业技术风险分析

三、连锁药店行业竞争风险分析

四、连锁药店行业其他风险分析

第二节 连锁药店行业应对策略

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年中国连锁药店行业发展战略及规划建议

第一节 中国连锁药店行业品牌战略分析

- 一、连锁药店企业品牌的重要性
- 二、连锁药店企业实施品牌战略的意义
- 三、连锁药店企业品牌的现状分析
- 四、连锁药店企业的品牌战略
- 五、连锁药店品牌战略管理的策略

第二节 中国连锁药店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 中国连锁药店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 2021-2026年中国连锁药店行业发展策略及投资建议

第一节 中国连锁药店行业产品策略分析

- 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 中国连锁药店行业营销渠道策略

- 一、连锁药店行业渠道选择策略
- 二、连锁药店行业营销策略

第三节 中国连锁药店行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国连锁药店行业重点投资区域分析
- 二、中国连锁药店行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/546985546985.html>