2016-2021年中国连锁药店行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1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）连锁药店行业定义

（2）连锁药店行业分类

（3）连锁药店行业价值链分析

1.1.2 连锁药店行业发展阶段

（1）国内连锁药店行业发展阶段分析

（2）国内外连锁药店行业发展阶段对比

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）多元化经营，扩大客户需求，增加赢利点

（2）加入药事服务，巩固客户，向顾客要利润

（3）增强议价能力，从产业链获取利润

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）国内生产总值增增长分析

（2）固定资产投资增长分析

（3）工业增加值增长分析

（4）宏观经济形势预测

（5）行业发展与经济走势的关系

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

（2）人口及疾病因素分析

（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2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 日本连锁药店行业发展现状
（1）行业规模增速恢复
（2）行业集中度高，呈寡头垄断格局
（3）三强企业发生变动
2.2.2 日本连锁药店行业经营管理特点
（1）日本连锁药店企业经营模式
（2）日本连锁药店企业商品构成
2.2.3 日本连锁药店行业发展趋势
2.2.4 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
（1）美日连锁药店行业集中度高，中国较低
（2）我国连锁药店经营水平低，数量供过于求
2.3.2 经营模式的不同
（1）美日连锁药店的新颖经营模式
（2）我国连锁药店“连而不锁”
2.3.3 商品种类和数量的差异
（1）美日连锁药店的多元化
（2）我国连锁药店多元化基础差
2.4 国际连锁药店巨头经营分析
2.4.1 美国CVS公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营业务分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营策略分析
（5）企业门店选址分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业经营启示分析
2.4.2 美国Walgreens公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营业务分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营策略分析
（5）企业门店选址分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业经营启示分析
2.4.3 美国Rite Aid公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营业务分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营策略分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业经营启示分析
2.4.4 日本Matsumoto Kiyoshi经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营业务分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业经营策略分析
（5）企业经营优劣势分析

（6）企业经营启示分析
第3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
（1）中国药品零售市场规模分析
（2）中国药品零售不同终端市场规模分析
（3）中国零售药店数量分析
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
（1）跨地域连锁扩张受到限制
（2）对连锁加盟店缺乏有效控制
（3）企业规模相对较小，基础建设尚需完善
（4）连锁药店大同小异，经营缺乏特色
（5）多元化经营定位的困惑和失误
（6）人才缺乏，高端人才更少
（7）竞争手段粗劣
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）单店日均销售额
（2）行业毛利率情况
（3）行业净利润率情况
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
3.3.3 连锁药店行业重点门店变化情况
（1）连锁药店百强企业门店数量分析
（2）直营店数量十强企业分析
（3）分店数量十强企业分析
3.3.4 连锁药店行业百强企业品规市场分析
（1）连锁药店行业百强企业品规数量分析
（2）连锁药店行业百强企业单一品规日均贡献分析
3.3.5 连锁药店行业百强企业主要品类市场分析
（1）连锁药店行业百强企业不同类别产品市场分析
（2）连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析
（3）连锁药店行业百强企业非处方药类产品市场分析
（4）连锁药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析
（5）连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析
（6）连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析
（7）连锁药店行业百强企业其他类产品市场分析
（8）连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析
（9）连锁药店行业负毛利产品市场分析
3.3.6 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消费分析
（3）连锁药店行业百强企业日均坪效分析
（4）连锁药店行业百强企业日均人效分析
3.3.7 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薪资总额分析

（3）连锁药店行业百强企业平均薪资分析
（4）连锁药店行业百强企业员工培训投入分析
3.4 连锁药店行业单店百强经营分析
3.4.1 连锁药店行业单店百强总体分析
3.4.2 连锁药店行业单店百强销售额分析
（1）87.5%的大店店龄在7年以上
（2）44%的大店成交量下滑，最高降幅达71%
（3）26.4%的大店增幅在20%以上，最高增长150%
3.4.3 连锁药店行业百强单店坪效分析
3.4.4 连锁药店行业百强单店细分产品市场分析
（1）连锁药店行业百强单店非处方药市场分析
（2）连锁药店行业百强单店处方药市场分析
（3）连锁药店行业百强单店保健食品市场分析
（4）连锁药店行业百强单店中药饮片市场分析
（5）连锁药店行业百强单店化妆品/日化品市场分析
（6）连锁药店行业百强单店计生用品（不含药品）市场分析
第4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）全国性连锁药店的划分
（2）国内连锁药店竞争格局
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
（1）分析影响并购整合的难点与障碍是前提
（2）创造并购整合氛围
（3）重视两家药店界面处理
（4）建立相关机制保证整合有效进行
第5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 “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）医药B2B：在沉默中爆发
（3）医药B2C：去中心化进程加速
（4）医药O2O：在沸点下沸腾
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
（4）111集团
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
（1）政策制度建设将愈发完善
（2）市场规模或将爆发式增长
（3）竞争格局多元化
（4）抢滩以O2O为特征的移动端
第6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
（2）药店消费者的消费行为特征
1）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
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
（1）体验营销
（2）购药环境
（3）建立会员制度
（4）权威第三方
（5）利用网络资源
（6）注重细节，营造学习型的企业文化
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7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
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
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
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
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
7.5.2 辽宁省连锁药店行业发展现状
（1）辽宁省连锁药店情况
（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
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
7.7.2 山东省连锁药店行业发展现状
7.7.3 山东省连锁药店行业发展前景
第8章：中国连锁药店行业重点企业经营分析
8.1 中国连锁药店企业总体发展状况分析
8.2 中国连锁药店行业重点企业经营分析
8.2.1 国药控股国大药房有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
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

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.3 老百姓大药房连锁股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.4 广东大参林连锁药店有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
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
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.6 益丰大药房连锁股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业经营优劣势分析
8.2.7 甘肃众友健康医药股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.8 上海华氏大药房有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象

（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.9 北京同仁堂股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业供应商与采购
（5）企业经营优劣势分析
（6）下属北京同仁堂商业投资集团有限公司分析
8.2.10 成大方圆医药集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.11 吉林大药房药业股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.12 漱玉平民大药房连锁股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.13 云南健之佳健康连锁店股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.14 西安怡康医药连锁有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.15 河南张仲景大药房股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布

（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.16 四川德仁堂药业连锁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.17 安徽丰原大药房连锁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业供应商与采购
（8）企业经营优劣势分析
8.2.18 哈尔滨宝丰医药连锁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营产品结构
（4）企业门店数量与分布
（5）企业市场拓展分析
（6）企业定位与服务对象
（7）企业经营优劣势分析
第9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10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）连锁药店的并购将减速
10.1.3 资本涌入对连锁药店行业的影响
（1）实现规模的快速增长
（2）为企业的内部建设提供资金支持
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 前瞻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
（3）加大基于“智慧药店”的投资力度

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：连锁药店行业盈利点
图表8：我国连锁药店行业主管部门
图表9：连锁药店行业相关政策解读
图表10：《关于开展第二批国家组织药品集中采购和使用工作的通知》主要内容
图表11：《国务院组织药品集中采购和使用试点方案的通知》具体措施
图表12：《国务院组织药品集中采购和使用试点方案的通知》主要内容
图表13：2010-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）
图表14：2012-2019年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）
图表15：2019年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：%）
图表16：2012-2019年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表17：2020年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）
图表18：2020年新型冠状病毒疫情对中国经济影响分析
图表19：2020年中国GDP预测（单位：%）
图表20：2010-2019年药品零售市场与GDP增速分析（单位：%）

图表21：2010-2019年中国人均GDP增长趋势分析（单位：万元，%）
图表22：2015-2019年中国城乡居民收入水平（单位：元，%）
图表23：2011-2018年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）
图表24：2011-2019年中国大陆人口数量情况（单位：亿人）
图表25：2010-2019年我国城乡人口比重情况（单位：%）
图表26：2011-2019年中国65周岁及以上人口数量（单位：万人）
图表27：调查地区居民两周就诊率（按性别）（单位：%）
图表28：调查地区居民两周就诊率（按年龄）（单位：%）
图表29：调查地区居民两周就诊率（按学历）（单位：%）
图表30：调查地区居民两周就诊率（按就业状况）（单位：%）
图表31：调查地区居民慢性病就诊率（按性别）（单位：%）
图表32：调查地区居民慢性病就诊率（按年龄）（单位：%）
图表33：调查地区居民慢性病就诊率（按疾病）（单位：‰）
图表34：2018年中国医药流通行业销售品类结构（单位：%）
图表35：美国药店市场集中率情况（单位：%）
图表36：美国连锁药店向健康综合服务提供商转型
图表37：美国连锁药店共性
图表38：2010-2019年日本连锁药店店铺数量及增长情况（单位：家，%）
图表39：2010-2019年日本连锁药店销售额及增长情况（单位：亿日元，%）
图表40：2018年日本连锁药店前十强销售额、店铺数变化情况及预测值（单位：亿日元，亿人民币，%）
图表41：2019年日本连锁药店前十强销售额、店铺数变化情况及预测值（单位：亿日元，亿人民币，%）
图表42：日本流通体系开发中心对药妆店行业的产品分类基准
图表43：2018年中美日三国零售药店集中度对比分析（单位：%）
图表44：2013-2019财年美国CVS公司营收能力分析（单位：亿美元）
图表45：美国CVS公司市场拓展进程
图表46：2012-2019财年美国CVS公司利润率水平（单位：%）
图表47：美国CVS公司优劣势分析
图表48：2019财年美国Walgreens公司业务结构（单位：%）
图表49：2014-2019财年美国Walgreens公司营收能力分析（单位：亿美元）
图表50：美国Walgreens公司优劣势分析
图表51：2018财年美国Walgreens公司业务结构（单位：%）
图表52：2014-2019财年美国RITE AID公司营收能力分析（单位：亿美元）
图表53：美国Rite Aid公司优劣势分析
图表54：2015-2020财年Matsumoto Kiyoshi公司营业收入情况（单位：百万日元）
图表55：日本Matsumoto Kiyoshi优劣势分析
图表56：2010-2018年中国药品零售市场规模及其增长情况（单位：亿元，%）
图表57：2014-2018年中国药品三大终端销售总额及零售药店占比份额情况（单位：亿元，%）
图表58：2011-2018年中国零售药店总数及其增长（单位：万家，%）
图表59：2011-2018年中国连锁药店企业数量及增长情况（单位：家，%）
图表60：2011-2018年中国连锁药店门店数量及增长情况（单位：家，%）
图表61：2018年全国各省级行政区连锁店数情况（单位：家）
图表62：2008-2018年全国药店单店日均销售变化情况（单位：元）
图表63：2011-2018年中国药店企业毛利率平均水平变化情况（单位：%）
图表64：2011-2018年中国药店企业净利润率变化情况（单位：%）
图表65：近年来我国药品价格调控一览表（单位：%）
图表66：2010-2018年中国连锁药店行业百强销售收入及其变化情况（单位：亿元，%）
图表67：2009-2018年中国连锁药店销售额排行榜不同位次入围门槛变化情况（单位：万元）
图表68：2010-2018年连锁药店企业平均门店及百强企业平均门店（单位：家）
图表69：2018年中国药店直营店数量前十强企业（单位：家）
图表70：2018年中国药店分店数量前十强企业（单位：家）
图表71：2011-2018年连锁药店品规总数变化（单位：种）
图表72：2011-2018年连锁药店品规总数不同区间分布（单位：种）
图表73：2013-2018年单一品规日均销售贡献变化情况（单位：元/件）
图表74：2013-2018年连锁药店单一品规日均销售贡献区间分布（单位：%）
图表75：2018年单一品规日均销售贡献超过540的企业情况（单位：万元，种，元/件）
图表76：2018年连锁药店各主要类别销售总额贡献率分布情况（单位：%）
图表77：2018年连锁药店各主要类别利润贡献率分布情况（单位：%）
图表78：2011-2018年处方药类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表79：2011-2018年处方药类利润贡献率变化情况（单位：%）

图表80：2011-2018年非处方药类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表81：2011-2018年非处方药类利润贡献率变化情况（单位：%）
图表82：2011-2018年中药饮片类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表83：2011-2018年中药饮片类利润贡献率变化情况（单位：%）
图表84：2011-2018年医疗器械类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表85：2011-2018年医疗器械类利润贡献率变化情况（单位：%）
图表86：2011-2018年食品/保健品类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表87：2011-2018年食品/保健品类利润贡献率变化情况（单位：%）
图表88：2011-2018年其他类销售总额贡献率变化情况（单位：%）
图表89：2011-2018年其他药类利润贡献率变化情况（单位：%）
图表90：2012-2018年连锁药店自有品牌或高毛利商品品规总数（单位：种）
图表91：2012-2018年连锁药店自有品牌/高毛利商品占品规总数比例区间分布情况（单位：%）
图表92：2014-2018年连锁药店负毛利商品占所有品规比例变化情况（单位：%）
图表93：2012-2018年连锁药店负毛利商品占品规总数比例区间分布情况（单位：%）
图表94：2013-2018年连锁药店客单价变化情况（单位：元）
图表95：2012-2018年连锁药店客单价区间分布情况（单位：%）
图表96：2018年连锁药店客单价超过135元的企业（单位：元）
图表97：2011-2018年级连锁药店会员消费平均占比情况（单位：%）
图表98：2012-2018年连锁药店会员消费占销售额比例区间分布情况（单位：%）
图表99：2018年连锁药店会员消费占比超过80%的企业（单位：%）
图表100：2012-2018年连锁药店行业日均坪效（单位：元/平方米）
图表101：2018年连锁药店日均坪效Top12企业（单位：平米，万元，元/平方米）
图表102：2012-2018年连锁药店日均人效变化情况（单位：元/人）
图表103：2018年日均人效超过4400的企业（单位：人，万元，元/人）
图表104：2014-2018年连锁药店员工流失率变化（单位：%）
图表105：2014-2018年连锁药店员工流失率分布情况（单位：%）
图表106：2018年连锁药店员工流失率低于3 %的企业（单位：人，%）
图表107：2014-2018年连锁药店行业薪酬总额增幅情况（单位：%）
图表108：2014-2018年连锁药店薪资总额增幅区间分布情况（单位：%）
图表109：2018年连锁药店薪酬总额超过25%的企业（单位：%）
图表110：2014-2018年连锁药店行业员工平均月薪变化情况（单位：元）
图表111：2012-2018年连锁药店员工平均月薪区间分布情况（单位：%）
图表112：2018年连锁药店员工平均月薪超过6000元的企业（单位：人，万元，元）
图表113：2014-2018年连锁药店行业员工人均培训投入变化情况（单位：元）
图表114：2013-2018年连锁药店员工人均培训投入区间分布情况（单位：%）
图表115：2018年连锁药店员工人均培训投入超过2400元的企业（单位：人，万元，%，元）
图表116：2018-2019年中国连锁药店单店百强店龄分布情况（单位：万元，%）
图表117：2018年连锁药店行业大店客流下降的常见原因
图表118：2018年连锁药店行业单店销售年增长率超过20%的门店（单位：万元，%）
图表119：2018年连锁药店行业单店日均坪效十强（单位：平米，万元，元/平方米）
图表120：2018年连锁药店行业单店日均人效十强（单位：万元，人，元/人）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！