2015-2020年中国医药商业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：医药商业发展背景分析

1.1 行业研究方法与数据来源

1.1.1 行业研究方法

1.1.2 行业数据来源

1.2 医药商业定义与分类

1.2.1 医药商业的定义

1.2.2 医药商业的经营特点

1.2.3 医药商业的企业分类

1.3 医药商业进入壁垒分析

1.3.1 专业认证壁垒

1.3.2 经营资质壁垒

1.3.3 企业规模壁垒

1.3.4 品牌信誉壁垒

1.3.5 资本实力壁垒

1.3.6 市场化壁垒

（1）规模以上医院终端进入壁垒

（2）医药工业渠道授权获得

1.4 医药商业政策环境分析

1.4.1 医药商业监管部门

1.4.2 医药商业管理体制

1.4.3 医药商业发展规划

（1）《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》

（2）《关于药品流通行业改革发展的意见》

（3）《药品经营质量管理规范》

1.5 医药商业经济环境分析

1.5.1 中国GDP增长情况

1.5.2 GDP对医药商业的影响

（1）GDP与医药商业的关联性分析

（2）GDP与医药商业增长速度对比

1.6 医药商业需求环境分析

1.6.1 居民支付能力分析

（1）卫生费用与医保支出

（2）居民医疗保障水平提高促进医药商业规模增长

1.6.2 老龄化与医药商业

（1）人口老龄化变化

（2）人口老龄化加快带动医药商业市场需求

1.6.3 城镇化与医药商业

（1）城镇化进程

（2）城镇化进程提速促进药品流通行业渠道下沉

1.6.4 药品消费结构与医药商业

（1）政策带来药品需求结构的变化

（2）药品分类管理带来药品需求结构的变化

（3）疾病谱变化带来药品需求结构的变化

第2章：医药商业发展现状及前景分析

2.1 医药供应链现状与管理模式

2.1.1 医药供应链界定

（1）医药供应链定义

（2）医药供应链特性

2.1.2 医药供应链构成分析

（1）节点组织

（2）约束组织

2.1.3 医药供应链发展历程
（1）计划经济时期单一的供应链结构
（2）经济体制改革后医药供应链结构
2.1.4 医药供应链管理模式
（1）医院主导型医药供应链管理模式
1）模式概述
2）模式特点
3）模式优劣势分析
（2）供应商主导型医药供应链管理模式
1）模式概述
2）模式特点
3）模式优劣势分析
（3）第三方药品物流主导型医药供应链管理模式
1）模式概述
2）模式特点
3）模式优劣势分析
（4）三类医药供应链管理模式比较分析
1）三种模式特点比较
2）三种模式效益比较
2.2 医药商业经营模式与营销策略
2.2.1 医药商业经营模式分析
（1）纯销业务模式
1）纯销模式发展概况
2）纯销与分销的对比
3）纯销模式特点与趋势
（2）调拨业务模式
1）调拨业务模式介绍
2）调拨业务模式特点
3）调拨业务模式发展趋势
（3）批发业务模式
1）批发模式发展概况
2）批发模式重点企业
3）批发模式发展趋势
（4）代理业务模式
1）代理模式发展概况
2）代理模式重点企业
3）代理模式特点与趋势
（5）配送业务模式
1）配送模式发展概况
2）配送模式重点企业
2.2.2 医药商业渠道模式分析
（1）三级站模式
（2）总经销模式
（3）区域经销模式
（4）区域多家代理制
（5）终端模式
2.2.3 制药企业营销渠道模式选择
（1）营销渠道模式选择影响因素
（2）企业销售队伍＋分销商模式
（3）独家代理的渠道模式
（4）企业销售队伍＋区域代理模式
（5）多家代理制渠道的模式
2.3 医药商业发展规模与盈利分析
2.3.1 医药商业发展概况
2.3.2 医药商业发展特点
（1）现代医药物流和延伸服务加速发展
（2）外资进入药品流通领域步伐加快
（3）医药电子商务平台发展迅速
（4）药品批发市场集中度呈现结构性变化

（5）药品流通服务模式创新取得新突破
2.3.3 医药商业市场规模
（1）全国药品流通总体市场规模
（2）药品流通直报企业市场规模
2.3.4 医药商业销售结构
（1）按销售对象分：批发、纯销平分天下
（2）按销售市场分：基药销售增幅较快
2.3.5 医药商业区域结构
（1）企业区域分布
（2）销售区域分布
2.3.6 医药商业所有制结构
2.3.7 医药商业盈利分析
（1）医药商业传统盈利模式
（2）医药商业新兴盈利模式
（3）医药商业盈利水平变化
（4）医药商业盈利因素分析
2.4 医药商业产品市场规模分析
2.4.1 七大类医药商品市场概况
（1）七大类医药商品市场规模
（2）七大类医药商品市场结构
2.4.2 药品类商品市场分析
（1）药品类商品销售额变化
（2）药品类商品销售额比重
2.4.3 中成药类商品市场分析
（1）中成药类商品销售额变化
（2）中成药类商品销售额比重
2.4.4 中药材类商品市场分析
（1）中药材类商品销售额变化
（2）中药材类商品销售额比重
2.4.5 医疗器械类商品市场分析
（1）医疗器械类商品销售额变化
（2）医疗器械类商品销售额比重
2.4.6 化学试剂类商品市场分析
（1）化学试剂类商品销售额变化
（2）化学试剂类商品销售额比重
2.4.7 玻璃仪器类商品市场分析
2.4.8 其他类商品市场分析
2.5 医药商业发展前景预测
2.5.1 医药商业发展驱动因素
2.5.2 医药商业发展制约因素
2.5.3 医药商业发展前景预测
（1）药品流通市场规模将继续扩大
（2）结构调整仍是行业改革发展的主线
（3）行业服务模式与服务功能将不断创新升级
（4）采用资本运作的企业将不断增多
（5）企业的兼并重组仍将继续
2.5.4 新版GSP或催生新药代理联盟
（1）必要性
（2）可行性
（3）实现路径
（4）盈利模式
第3章：重点医药商业企业竞争分析
3.1 医药商业企业竞争格局分析
3.1.1 医药商业企业规模结构
3.1.2 医药商业企业集中度分析
（1）百强企业入围底线提升
（2）前三强企业市场集中度
（3）医药商业集中度预测
3.2 医药商业企业融资策略分析

3.2.1 医药流通行业融资现状分析
（1）以债权融资为主，融资格局单一
（2）银行信贷是医药流通金融的主渠道
（3）债务融资空间没有充分利用
（4）企业规模小、信用低
（5）境外资金利用水平不高
3.2.2 医药流通行业上市融资渠道
3.2.3 医药流通行业融资案例分析
（1）南京医药——与银行建立战略联盟，充分利用银行贷款
（2）浙江医药——总公司单独核算资金，商业公司专注经营
（3）成功模式的积极作用
3.2.4 医药流通行业融资策略建议
3.3 医药商业企业竞争对手分析
3.3.1 国药控股股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业投资发展动向分析
（8）下属国药控股国大药房有限公司分析
1）企业发展简况分析
2）企业零售产品种类
3）企业经营情况分析
4）企业零售网络分布
3.3.2 国药集团一致药业股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业最新发展动向分析
3.3.3 国药集团药业股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展战略分析
3.3.4 上海医药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品

（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业最新发展动向分析
（8）下属上海华氏大药房有限公司分析
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
3.3.5 南京医药股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）下属南京国药医药有限公司分析
1）企业发展简况分析
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.6 广州医药有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
（5）企业投资价值分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
（8）下属广州健民医药连锁有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.7 安徽华源医药股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）下属安徽华源医药电子商务有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业销售产品种类
3）企业销售规模分析
3.3.8 华润医药商业集团有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析

（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
（8）企业投资发展动向分析
（9）下属北京医保全新大药房有限责任公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.9 九州通医药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业分销及零售网络
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业投资发展动向分析
（8）下属好药师大药房连锁有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售规模分析
3）企业经营产品结构
4）企业门店数量与分布
3.3.10 天津中新药业集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
（8）下属天津医药集团敬一堂连锁股份有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.11 四川科伦医药贸易有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
3.3.12 华东医药股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析

（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）下属杭州华东大药房连锁有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.13 浙江英特集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展战略分析
（7）企业物流系统建设分析
3.3.14 哈药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）企业经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）下属哈药集团医药有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业组织结构
3）企业零售产品种类
4）企业零售规模分析
5）企业零售网络分布
3.3.15 中国医药健康产业股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
3.3.16 乐仁堂投资集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析

（8）下属国药河北乐仁堂医药连锁有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.17 云南白药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业投资发展动向分析
（7）下属云南省医药有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
3.3.18 健康元药业集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
3.3.19 重庆桐君阁股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）下属重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司分析
1）企业发展简况分析
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
5）企业市场拓展分析
3.3.20 重庆太极实业（集团）股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析

3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
3.3.21 山东海王银河医药有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
3.3.22 东北制药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）企业经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业最新发展动向分析
（8）下属东北制药集团供销有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
3.3.23 河北东盛英华医药有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
3.3.24 天士力制药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
（7）企业投资发展动向分析
（8）下属天津天士力医药营销集团有限公司分析
1）企业发展简况
2）企业零售产品种类
3）企业零售规模分析
4）企业零售网络分布
（9）下属辽宁天士力大药房连锁有限公司分析
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
3.3.25 北京同仁堂股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）下属北京同仁堂商业投资集团有限公司分析
1）药店发展简况
2）药店零售产品种类
3）药店零售规模分析
4）企业门店数量与分布
3.3.26 山东瑞康医药股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业主要客户与供货商
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业物流系统建设分析
3.3.27 嘉事堂药业股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业组织架构分析
（3）企业主营业务与产品
（4）企业主要客户与供货商
（5）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业物流系统建设分析
（8）企业最新发展动向分析
3.3.28 中国海王星辰连锁药店有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业供货商与采购
（4）企业门店数量与分布
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
3.3.29 老百姓大药房连锁股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业门店数量与分布
（4）企业经营情况分析
（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
3.3.30 大参林医药集团股份有限公司经营分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务与产品
（3）企业门店数量与分布
（4）企业经营情况分析
（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
（9）企业发展动向分析
第4章：医药批发市场现状与前景分析
4.1 国外医药批发经营现状分析
4.1.1 医药批发企业功能分析
（1）物流功能
（2）销售功能
（3）金融功能
（4）信息功能
（5）功能变迁趋势
4.1.2 美国医药批发企业分析
（1）美国药品供应链
1）美国医药供应链特点分析
2）PBM在医药供应链中的作用
（2）美国医药批发企业经营环境
（3）美国医药批发企业经营特点
（4）美国麦卡森公司（McKesson）分析
1）企业发展概况
2）企业业务定位
3）企业经营情况
4）企业经营策略
4.1.3 日本医药批发企业分析
（1）日本药品供应链
（2）日本医药批发企业经营环境
（3）日本医药批发企业经营特点
（4）日本东邦药品株式会社分析
1）企业发展概况
2）企业业务定位
4.2 国内医药批发市场现状分析
4.2.1 医药批发市场规模分析
（1）企业数量规模
（2）企业销售规模
4.2.2 医药批发市场竞争层次
4.2.3 医药批发企业竞争格局
（1）省市竞争格局
（2）区域竞争格局
4.2.4 医药批发企业配送结构
（1）配送总额结构
（2）物流费用结构
4.3 中小型医药批发企业SWOT分析
4.3.1 中小型医药批发企业优势分析（S）
4.3.2 中小型医药批发企业劣势分析（W）
4.3.3 中小型医药批发企业机会分析（O）
4.3.4 中小型医药批发企业威胁分析（T）
4.4 医药批发市场发展前景分析
4.4.1 医药批发企业发展趋势
4.4.2 医药批发企业发展前景
第5章：医药物流市场现状与商业模式
5.1 国内医药物流市场现状与展望
5.1.1 医药物流的功能与分类

（1）医药物流的定义
（2）医药物流的功能
（3）医药物流的分类
5.1.2 医药物流市场发展现状
5.1.3 医药物流市场运行特点
5.1.4 医药物流企业物流成本
（1）医药制造业物流业务需求快速增长
（2）医药制造业物流成本支出继续扩大
（3）物流费用率仍然偏高，但有所下降
（4）物流效率与发达国家仍有明显差距
（5）物流外包比例有所提高
5.1.5 医药物流市场竞争态势
（1）“一家独大”到“百家争鸣”
（2）区域性龙头逐步形成
5.1.6 医药物流市场发展展望
5.2 国际医药物流市场运营模式与特点
5.2.1 美国医药物流行业运营模式与特点
（1）美国物流行业相关政策分析
（2）美国医药物流行业企业类型
（3）美国医药物流行业运营模式
5.2.2 日本医药物流行业运营模式与特点
（1）日本物流行业相关政策分析
（2）日本医药物流行业运营模式
5.2.3 欧盟医药物流行业运营模式与特点
（1）欧盟物流行业相关政策分析
（2）欧盟医药物流行业市场环境
（3）欧盟医药物流行业运营模式
（4）欧盟医药物流行业发展特点
5.2.4 国际医药物流行业发展经验借鉴
（1）供应链管理一体化
（2）提供信息解决方案
（3）物流配送网络健全
（4）编码技术的广泛应用
（5）信息平台操作简单实用
5.3 医药物流商业模式案例解析
5.3.1 医药物流商业模式总体特点
5.3.2 医药物流商业模式发展形态
5.3.3 医药物流主要商业模式解析
（1）九州通模式：快批模式
（2）太和模式：买卖全国模式
（3）邦达模式：第三方医药物流
（4）北药模式：现代化物流中心配送
5.3.4 医药物流商业模式优劣势分析
5.4 医药物流细分市场运作方式与特点
5.4.1 以商业分销为主的医药物流市场
（1）商业分销医药物流市场环境
（2）商业分销医药物流运作方式
1）医药商业分销物流模式运作主体
2）医药商业分销物流模式运作前提
3）医药商业分销物流模式运作流程
（3）商业分销医药物流模式特点
（4）商业分销医药物流影响因素
（5）国外同类模式比较分析
1）美国商业分销医药物流模式
2）中美商业分销集成物流对比
5.4.2 以零售连锁为主的医药物流市场
（1）零售连锁医药物流市场环境
（2）零售连锁医药物流运作方式
1）医药零售连锁物流模式运作主体

2）医药零售连锁物流模式运作前提
3）医药零售连锁物流模式运作流程
（3）零售连锁医药物流模式特点
（4）零售连医药锁物流影响因素
（5）国外同类模式比较分析
1）美国零售连锁经营物流模式概述
2）中美零售连锁物流模式差异
3）美国零售连锁经营物流模式借鉴
5.4.3 以第三方物流为主的医药物流市场
（1）第三方医药物流市场环境
（2）第三方医药物流运作方式
1）第三方医药物流模式运作主体
2）第三方医药物流模式运作流程
（3）第三方医药物流模式特点
（4）第三方医药物流影响因素
（5）第三方医药物流企业创新路径
1）第三方医药物流企业创新动力
2）第三方医药物流企业创新路径
第6章：医药终端市场规模与发展潜力
6.1 医药终端市场规模分析
6.1.1 医药终端市场总额
6.1.2 医药终端市场分布
6.2 医疗机构发展与用药需求
6.2.1 医疗机构发展概况
（1）医疗机构数量规模
（2）医疗机构分布情况
1）按种类分布统计
2）按地区分布统计
3）按主办单位分布统计
4）按经济类型分布统计
6.2.2 医疗机构经营概况
（1）医疗机构资产负债规模
（2）医疗机构收入利润规模
（3）医疗机构运营情况分析
1）医疗机构盈利能力分析
2）医疗机构偿债能力分析
3）医疗机构运营能力分析
4）医疗机构发展能力分析
6.2.3 主要医疗机构发展分析
（1）医院发展分析
1）医院数量规模
2）医院资产负债规模
3）医院收入利润规模
（2）社区医疗机构发展分析
1）社区医疗机构数量规模
2）社区医疗机构资产负债规模
3）社区医疗机构收入利润规模
（3）卫生院发展分析
1）卫生院数量规模
2）卫生院资产负债规模
3）卫生院收入利润规模
6.3 零售药店规模与发展趋势
6.3.1 零售药店数量及地区分布
（1）零售药店企业数量增长情况
（2）零售药店门店数量增长情况
（3）零售药店门店区域分布情况
6.3.2 零售药店药品销售规模
6.3.3 零售药店市场集中度分析
6.3.4 零售药店盈利水平分析

6.3.5 连锁零售药店竞争格局
（1）连锁药店行业业态竞争格局分析
1）全国性连锁药店竞争格局分析
2）跨区域连锁药店竞争格局分析
3）地市连锁药店竞争状况分析
（2）连锁药店行业地区竞争格局分析
6.3.6 连锁药店百强企业分析
（1）连锁药店行业百强销售收入变化情况
（2）连锁药店行业重点企业变化情况
1）十强企业销售额/分店数量变化
2）十强、二十强、五十强、百强销售额变化
（3）连锁药店行业重点门店变化情况
1）十强、二十强、五十强、百强门店数量分析
2）直营店数量十强企业分析
3）医保药店数量十强企业分析
（4）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有效率分析
3）连锁药店行业百强企业坪效分析
4）连锁药店行业百强企业人效分析
6.3.7 连锁药店百强单店分析
（1）连锁药店行业百强单店销售收入分析
（2）连锁药店行业百强单店坪效分析
6.3.8 零售药店发展前景分析
6.4 医药电子商务发展潜力分析
6.4.1 医药电子商务市场主体
（1）医药电子商务市场主体
（2）医药电子商务发展模式
1）第三方医药电子商务平台
2）制药企业建设的电子商务平台
3）医药零售企业建设的电子商务平台
6.4.2 医药电子商务经营模式
（1）医药电子商务经营模式概况
（2）医药电子商务B2B模式分析
（3）医药电子商务B2C模式分析
6.4.3 医药电子商务平台建设
（1）与第三方电子商务平台合作
（2）企业自建医药电子商务平台
（3）医药电子商务平台建设策略
6.4.4 医药电子商务成本分析
6.4.5 医药电子商务市场规模
（1）行业电子商务渠道销售规模
（2）医药电子商务行业均单值
（3）医药电子商务行业新客户成本
（4）医药电子商务行业用户结构
（5）医药电子商务行业盈利分析
6.4.6 医药电子商务前景预测
6.4.7 医药电子商务发展策略
第7章：重点省份医药商业发展现状分析
7.1 北京医药商业现状与终端分析
7.1.1 北京医药商业发展政策
7.1.2 北京医药商业发展分析
（1）北京医药商业发展规模
（2）北京医药商业市场结构
（3）北京医药商业市场地位
7.1.3 北京医药商业竞争格局
（1）医药批发企业竞争格局
（2）北京零售药店竞争格局
7.1.4 北京医药商业企业分析

（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.1.5 北京医药商业终端分析
（1）北京医疗机构发展规模
（2）北京医疗机构资产负债规模
（3）北京医疗机构收入利润规模
（4）北京市医疗机构地位变化
（5）北京病人人均医药费用规模
7.1.6 北京医药商业发展前景
7.2 上海医药商业现状与终端分析
7.2.1 上海医药商业发展政策
7.2.2 上海医药商业发展分析
（1）上海医药商业发展规模
（2）上海医药商业市场结构
（3）上海医药商业市场地位
7.2.3 上海医药商业竞争格局
（1）医药批发企业竞争格局
（2）上海零售药店竞争格局
7.2.4 上海医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.2.5 上海医药商业终端分析
（1）上海医疗机构发展规模
（2）上海医疗机构资产负债规模
（3）上海医疗机构收入利润规模
（4）上海市医疗机构地位变化
（5）上海病人人均医药费用规模
7.2.6 上海医药商业发展前景
7.3 江苏医药商业现状与终端分析
7.3.1 江苏医药商业发展分析
（1）江苏医药商业发展规模
（2）江苏医药商业市场结构
（3）江苏医药商业市场地位
7.3.2 江苏医药商业竞争格局
（1）“县域经济”模式推动连锁药店行业发展
（2）连锁药店行业本土市场的深耕细琢
（3）江苏连锁药店行业各主要市场现状
7.3.3 江苏医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.3.4 江苏医药商业终端分析
（1）江苏省医疗机构发展规模
（2）江苏医疗机构资产负债规模
（3）江苏医疗机构收入利润规模
（4）江苏省医疗机构地位变化
（5）江苏病人人均医药费用规模
7.3.5 江苏医药商业发展前景
7.4 浙江医药商业现状与终端分析
7.4.1 浙江医药商业发展分析
（1）浙江医药商业发展规模
（2）浙江医药商业市场结构
（3）浙江医药商业市场地位
7.4.2 浙江医药商业创新模式
7.4.3 浙江医药商业竞争格局
7.4.4 浙江医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业

7.4.5 浙江医药商业终端分析
（1）浙江省医疗机构发展规模
（2）浙江医疗机构资产负债规模
（3）浙江医疗机构收入利润规模
（4）浙江省医疗机构地位变化
（5）浙江病人人均医药费用规模
7.4.6 浙江医药商业发展前景
7.5 广东医药商业现状与终端分析
7.5.1 广东医药商业发展政策
7.5.2 广东医药商业发展分析
（1）广东医药商业发展规模
（2）广东医药商业市场结构
（3）广东医药商业市场地位
7.5.3 广东医药商业竞争格局
7.5.4 广东医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.5.5 广东医药商业终端分析
（1）广东省医疗机构发展规模
（2）广东医疗机构资产负债规模
（3）广东医疗机构收入利润规模
（4）广东省医疗机构地位变化
（5）广东病人人均医药费用规模
7.5.6 广东医药商业发展前景
7.6 山东医药商业现状与终端分析
7.6.1 山东医药商业发展政策
7.6.2 山东医药商业发展分析
（1）山东医药商业发展规模
（2）山东医药商业市场结构
（3）山东医药商业市场地位
7.6.3 山东医药商业竞争格局
（1）医药批发企业竞争格局
（2）山东零售药店竞争格局
7.6.4 山东医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.6.5 山东医药商业终端分析
（1）山东省医疗机构发展规模
（2）山东医疗机构资产负债规模
（3）山东医疗机构收入利润规模
（4）山东省医疗机构地位变化
（5）山东病人人均医药费用规模
7.6.6 山东医药商业发展前景
7.7 安徽医药商业现状与终端分析
7.7.1 安徽医药商业发展分析
（1）安徽医药商业发展规模
（2）安徽医药商业市场结构
（3）安徽医药商业市场地位
7.7.2 安徽医药商业竞争格局
（1）医药批发企业竞争格局
（2）安徽零售药店竞争格局
7.7.3 安徽医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.7.4 安徽医药商业终端分析
（1）安徽医疗机构资产负债规模
（2）安徽医疗机构收入利润规模

（3）安徽省医疗机构地位变化
（4）安徽病人人均医药费用规模
7.7.5 安徽医药商业发展前景
7.8 天津医药商业现状与终端分析
7.8.1 天津医药商业发展分析
（1）天津医药商业发展规模
（2）天津医药商业市场结构
（3）天津医药商业市场地位
7.8.2 天津医药商业竞争格局
7.8.3 天津医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.8.4 天津医药商业终端分析
（1）天津医疗机构发展规模
（2）天津医疗机构资产负债规模
（3）天津医疗机构收入利润规模
（4）天津市医疗机构地位变化
（5）天津病人人均医药费用规模
7.8.5 天津医药商业发展前景
7.9 湖北医药商业现状与终端分析
7.9.1 湖北医药商业发展分析
（1）湖北医药商业发展规模
（2）湖北医药商业市场结构
（3）湖北医药商业市场地位
7.9.2 湖北医药商业竞争格局
7.9.3 湖北医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.9.4 湖北医药商业终端分析
（1）湖北医疗机构发展规模
（2）湖北医疗机构资产负债规模
（3）湖北医疗机构收入利润规模
（4）湖北省医疗机构地位变化
（5）湖北病人人均医药费用规模
7.9.5 湖北医药商业发展前景
7.10 重庆医药商业现状与终端分析
7.10.1 重庆医药商业发展分析
（1）重庆医药商业发展规模
（2）重庆医药商业市场结构
（3）重庆医药商业市场地位
7.10.2 重庆医药商业竞争格局
7.10.3 重庆医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.10.4 重庆医药商业终端分析
（1）重庆市医疗机构发展规模
（2）重庆医疗机构资产负债规模
（3）重庆医疗机构收入利润规模
（4）重庆市医疗机构地位变化
（5）重庆病人人均医药费用规模
7.10.5 重庆医药商业发展前景
7.11 四川医药商业现状与终端分析
7.11.1 四川医药商业发展分析
（1）四川医药商业发展规模
（2）四川医药商业市场结构
（3）四川医药商业市场地位
7.11.2 四川医药商业竞争格局
7.11.3 四川医药商业企业分析
（1）批发企业

（2）零售企业
7.11.4 四川医药商业终端分析
（1）四川医疗机构发展规模
（2）四川医疗机构资产负债规模
（3）四川医疗机构收入利润规模
（4）四川省医疗机构地位变化
（5）四川病人人均医药费用规模
7.11.5 四川医药商业发展前景
7.12 河北医药商业现状与终端分析
7.12.1 河北医药商业发展分析
（1）河北医药商业发展规模
（2）河北医药商业市场结构
（3）河北医药商业市场地位
7.12.2 河北医药商业竞争格局
7.12.3 河北医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.12.4 河北医药商业终端分析
（1）河北医疗机构资产负债规模
（2）河北医疗机构收入利润规模
（3）河北省医疗机构地位变化
（4）河北病人人均医药费用规模
7.12.5 河北医药商业发展前景
7.13 湖南医药商业现状与终端分析
7.13.1 湖南医药商业发展政策
7.13.2 湖南医药商业发展分析
（1）湖南医药商业发展规模
（2）湖南医药商业市场结构
（3）湖南医药商业市场地位
7.13.3 湖南医药商业竞争格局
7.13.4 湖南医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.13.5 湖南医药商业终端分析
（1）湖南医疗机构发展规模
（2）湖南医疗机构资产负债规模
（3）湖南医疗机构收入利润规模
（4）湖南省医疗机构地位变化
（5）湖南病人人均医药费用规模
7.13.6 湖南医药商业发展前景
7.14 河南医药商业现状与终端分析
7.14.1 河南医药商业发展分析
（1）河南医药商业发展规模
（2）河南医药商业市场结构
（3）河南医药商业市场地位
7.14.2 河南医药商业竞争格局
7.14.3 河南医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
7.14.4 河南医药商业终端分析
（1）河南医疗机构发展规模
（2）河南医疗机构资产负债规模
（3）河南医疗机构收入利润规模
（4）河南省医疗机构地位变化
（5）河南病人人均医药费用规模
7.14.5 河南医药商业发展前景
7.15 辽宁医药商业现状与终端分析
7.15.1 辽宁医药商业发展政策

7.15.2 辽宁医药商业发展分析
（1）辽宁医药商业发展规模
（2）辽宁医药商业市场结构
（3）辽宁医药商业市场地位
7.15.3 辽宁医药商业竞争格局
7.15.4 辽宁医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.15.5 辽宁医药商业终端分析
（1）辽宁医疗机构发展规模
（2）辽宁医疗机构资产负债规模
（3）辽宁医疗机构收入利润规模
（4）辽宁省医疗机构地位变化
（5）辽宁病人人均医药费用规模
7.15.6 辽宁医药商业发展前景
7.16 云南医药商业现状与终端分析
7.16.1 云南医药商业发展政策
7.16.2 云南医药商业发展分析
（1）云南医药商业发展规模
（2）云南医药商业市场结构
（3）云南医药商业市场地位
7.16.3 云南医药商业竞争格局
7.16.4 云南医药商业企业分析
（1）批发企业
（2）零售企业
（3）连锁药店
7.16.5 云南医药商业终端分析
（1）云南医疗机构资产负债规模
（2）云南医疗机构收入利润规模
（3）云南省医疗机构地位变化
（4）云南病人人均医药费用规模
7.16.6 云南医药商业发展前景
第8章：互联网对医药商业行业的机遇挑战与转型突围策略
8.1 互联网发展势不可挡
8.1.1 互联网普及应用增长迅猛
8.1.2 网络购物市场蓬勃发展
8.1.3 移动互联网呈爆发式增长
8.2 互联网下医药商业企业的机遇与挑战
8.2.1 互联网下医药商业企业发展机遇
（1）医药电商政策松动
（2）经济持续增长创造良好环境
（3）社会问题驱动医药电商需求
（4）互联网技术成熟为行业提供支撑
8.2.2 医药商业企业互联网化面临的难题和挑战
（1）线上与线下博弈的问题
（2）物流与客户体验的问题
（3）精准流量入口与转化率的问题
8.3 互联网思维下医药商业企业切入电商路径建议
8.3.1 医药企业进入电商基本流程
8.3.2 医药企业切入电商的路径建议
（1）单体药店切入电商的路径建议
（2）全国连锁药店切入电商的路径建议
（3）区域连锁药店切入电商的路径建议
（4）医药物流企业切入电商的路径建议
8.4 互联网药品交易服务企业资质名单
8.4.1 获得药品网上交易资格证书的企业数量
8.4.2 获得药品网上交易不同类资格证书企业
（1）获得A证企业数量及运营模式

（2）获得B证企业数量及运营模式
（3）获得C证企业数量及运营模式
8.4.3 获得互联网药品交易服务B2C的企业名单
8.4.4 获得互联网药品交易B2B资格的企业名单
8.4.5 获得第三方互联网药品交易资格的企业名单

图表目录

图表1：医药商业结构分析图
图表2：医药商业的经营特点
图表3：医药商业的企业分类
图表4：医药商业专业认证壁垒
图表5：医药商业经营资质壁垒
图表6：我国医药商业主管部门
图表7：医药商业主要管理制度
图表8：《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》发展目标及主要任务
图表9：《关于药品流通行业改革发展的意见》主要内容
图表10：2005-2014年中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）
图表11：中国GDP与药品流通销售额关联程度分析（单位：万亿元，亿元）
图表12：2006-2014年医药商业销售增速与GDP增速对比分析（单位：%）
图表13：2001-2014年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）
图表14：2007-2014年中国城乡居民医疗保健支出增长（单位：元）
图表15：中国卫生总费用与药品流通销售额关联程度分析（单位：亿元，亿元）
图表16：2006-2014年中国老年人口所占比例（单位：%）
图表17：2000-2014年我国城镇人口所占比例（单位：%）
图表18：2000-2014年中国OTC市场规模及增长预测（单位：亿元）
图表19：近年我国药品销售种类分布图（单位：%）
图表20：医药供应链示意图
图表21：计划经济时期医药供应链结构
图表22：经济体制改革后医药供应链结构
图表23：医院主导型医药供应链管理模式特点
图表24：医院主导型医药供应链管理模式优劣势分析
图表25：供应商主导型医药供应链管理模式特点
图表26：供应商主导型医药供应链管理模式优劣势分析
图表27：第三方物流主导型医药供应链管理模式特点
图表28：第三方物流主导型医药供应链管理模式优劣势分析
图表29：不同类型医药供应链管理模式比较表
图表30：不同类型供应链管理模式的效益比较表
图表31：纯销模式示意图
图表32：两种纯销方式的对比
图表33：两种纯销方式的盈利（单位：%）
图表34：纯销模式特点及趋势
图表35：医院纯销模式优劣势分析
图表36：调拨业务模式示意图
图表37：我国医药商业批发模式类型及重点企业
图表38：我国医药商业批发模式发展趋势
图表39：代理模式特点及趋势
图表40：我国基药配送模式发展概况
图表41：我国医药商业配送模式类型及重点企业
图表42：三级站模式组织结构
图表43：三级站模式优劣势分析
图表44：总经销模式优劣势分析
图表45：区域经销模式优劣势分析
图表46：区域多家代理制优劣势分析
图表47：终端销售模式优劣势分析
图表48：制药企业营销渠道设计影响因素

图表49：2011-2014年不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况（单位：%）
图表50：2006-2014年医药流通市场规模及增长速度（单位：亿元，%）
图表51：2011-2014年医药流通直报企业主营业务收入、利润增长情况（单位：亿元，%）
图表52：2010-2014年医药流通行业销售对象分布情况（单位：亿元，%）
图表53：2010-2014年医药流通行业——基本药物配送总额及增长情况（单位：亿元，%）
图表54：医药流通企业地区分布（单位：%）
图表55：国内医药流通企业地区布局图
图表56：2010-2014年医药流通行业区域结构变化（分地区）（单位：%）
图表57：2012-2014年医药流通行业区域结构变化（分省市）（单位：万元，%）
图表58：2010-2014年规模以上药品流通直报企业主营业务收入所有制结构分布（单位：%）
图表59：2010-2014年规模以上药品流通直报企业利润总额所有制结构分布（单位：%）
图表60：医药商业传统盈利模式
图表61：医药商业新兴盈利模式
图表62：2002-2014年医药流通行业盈利水平变化（单位：%）
图表63：医药商业盈利影响因素
图表64：医药商业企业上下游客户需求
图表65：2007-2014年七大类医药商品销售额及增长率（单位：亿元，%）
图表66：2010-2014年医药流通行业销售类别分布情况（单位：%）
图表67：2007-2014年药品类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表68：2006-2014年药品类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表69：2007-2014年中成药类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表70：2006-2014年中成药类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表71：2007-2014年中药材类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表72：2007-2014年中药材类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表73：2007-2014年医疗器械类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表74：医疗器械类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表75：我国医疗器械市场各类产品市场份额（单位：%）
图表76：2007-2014年化学试剂类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表77：2007-2014年化学试剂类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表78：2007-2014年玻璃仪器类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表79：2007-2014年其他类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表80：医药商业发展驱动因素
图表81：医药商业发展制约因素
图表82：2015-2020年医药流通行业销售规模及预测（单位：亿元）
图表83：新药推广联盟实现路径
图表84：新药推广联盟盈利模式
图表85：2000-2014年医药流通行业规模化集约化进程（单位：家）
图表86：2004-2014年中国医药流通行业百强企业入围底线变化（单位：亿元）
图表87：2003-2014年医药流通行业前三强企业集中度走势（单位：%）
图表88：2010-2014年批发企业主营业务收入市场集中度（单位：%）
图表89：各国医药商业前三强市场份额对比分析图（单位：%）
图表90：2015年我国医药商业集中度预测（单位：%）
图表91：我国&西方发达国家医疗流通企业融资渠道对比
图表92：2006-2014年医药流通行业上市&医药上市公司平均资产负债率对比（单位：%）
图表93：我国&美国医药流通企业对比（单位：%）
图表94：医药流通行业上市融资渠道
图表95：2006-2014年南京医药对子公司担保情况表（单位：万元，%）
图表96：2005-2014年南京医药对子公司担保总额占净资产比例（单位：%）
图表97：国药控股股份有限公司基本信息表
图表98：2014年国药控股股份有限公司业务分布（单位：%）
图表99：国药控股股份有限公司医疗器械业务主要合作伙伴
图表100：2011-2014年国药控股股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表101：2011-2014年国药控股股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表102：2011-2014年国药控股股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表103：2011-2014年国药控股股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表104：2011-2014年国药控股股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表105：国药控股股份有限公司经营优劣势分析
图表106：国药控股国大药房有限公司基本信息表
图表107：2009-2014年国药控股国大药房有限公司销售收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表108：2009-2014年国药控股国大药房有限公司门店数量情况（单位：亿元，%）
图表109：国药集团一致药业股份有限公司基本信息表
图表110：2014年国药集团一致药业股份有限公司主营业务结构分布图（单位：%）
图表111：2014年国药集团一致药业股份有限公司主营业务营业情况
图表112：2012-2014年国药集团一致药业股份有限公司前五大客户销售情况（单位：万元，%）
图表113：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表114：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司营业收入与利润总额走势图（单位：万元，%）
图表115：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表116：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表117：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表118：2009-2014年国药集团一致药业股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表119：国药集团一致药业股份有限公司经营优劣势分析
图表120：2012-2014年国药集团一致药业股份有限公司物流系统建设情况

……略

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！